

Received: 9 Febuari 2026 | Accepted: 5 Maret 2026 | Published: 13 Juni 2026

**INTERNALISASI NILAI-NILAI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM
ETIKA BERMEDIA SOSIAL MAHASISWA GENERASI Z****Zulfikar,¹ Muhammad Ramadhan,² Muhammad,³ Rizaki Akbar,⁴**^{1,2,3} Dosen Universitas Islam Kebangsaan Indonesia.^{4,5} Mahasiswa Universitas Islam Kebangsaan Indonesia.Email. zoelwie.7888@gmail.com.**Abstrac**

Perkembangan media sosial yang pesat telah mengubah pola interaksi generasi Z, khususnya mahasiswa, dari ruang sosial konvensional menuju ruang digital yang terbuka dan dinamis. Namun, transformasi tersebut tidak selalu diiringi dengan kematangan etika dalam berkomunikasi, yang ditandai dengan maraknya praktik penyebaran informasi tanpa verifikasi, penggunaan bahasa yang kurang santun, serta kecenderungan komunikasi impulsif di media sosial. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penguasaan teknologi dan internalisasi nilai-nilai keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dalam membentuk etika bermedia sosial mahasiswa generasi Z pada Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireuen. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang memadai terhadap nilai-nilai etika dalam Islam, seperti kejujuran, tanggung jawab, kesantunan, dan prinsip *tabayyun*, namun implementasinya dalam praktik bermedia sosial masih belum konsisten. Kesenjangan ini dipengaruhi oleh lemahnya proses internalisasi nilai serta kuatnya tekanan lingkungan digital yang berorientasi pada kecepatan dan popularitas. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pembelajaran Pendidikan Agama Islam yang lebih kontekstual dan aplikatif agar mampu mendorong internalisasi nilai secara lebih mendalam, sehingga terbentuk perilaku bermedia sosial yang etis, reflektif, dan bertanggung jawab.

Kata kunci: Internalisasi Nilai, Etika Bermedia Sosial, Media Sosial, Generasi Z

Abstract:

The rapid development of social media has significantly transformed the interaction patterns of Generation Z, particularly among university students, from conventional social spaces into open and dynamic digital environments. However, this transformation is not always accompanied by ethical maturity in communication, as evidenced by the widespread dissemination of unverified information, the use of inappropriate language, and the tendency toward impulsive communication on social media platforms. This condition indicates a gap between technological proficiency and the internalization of religious values. This study aims to analyze the internalization of Islamic Religious Education values in shaping the social media ethics of Generation Z students in the Islamic Religious Education Study Program, Faculty of Islamic Studies, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireuen. The study employs a qualitative approach using a case study design. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and analyzed using an interactive model consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that students possess an

adequate understanding of Islamic ethical values, such as honesty, responsibility, politeness, and the principle of tabayyun (verification). However, the implementation of these values in social media practices remains inconsistent. This gap is influenced by the weak internalization of values and the strong pressures of the digital environment, which emphasize speed and popularity. Therefore, it is necessary to strengthen Islamic Religious Education through more contextual and practical approaches to foster deeper value internalization, thereby promoting ethical, reflective, and responsible behavior in social media use.

Keywords: *value internalization, social media ethics, social media, Generation Z, Islamic education*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pola interaksi sosial generasi muda. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi Z. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital, generasi Z sering disebut sebagai digital natives karena memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi. Media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai sarana komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik yang memungkinkan individu mengekspresikan diri, membangun identitas, memperluas jejaring sosial, serta melakukan pertukaran gagasan dan nilai-nilai sosial.

Keberadaan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, Facebook, X, dan YouTube, memberikan ruang yang sangat luas bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam kehidupan sosial secara virtual. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi telah mengubah cara generasi Z memperoleh informasi, membangun relasi, hingga membentuk pandangan hidup mereka. Namun, di balik berbagai kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, perkembangan media sosial juga menghadirkan berbagai persoalan yang berkaitan dengan etika dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Tingginya penggunaan media sosial tidak selalu diiringi dengan kematangan moral dan kesadaran etis dalam memanfaatkan teknologi tersebut.

Fenomena penyebaran berita bohong atau hoaks, ujaran kebencian, perundungan siber (cyberbullying), hingga komunikasi yang tidak santun menjadi bukti bahwa masih terdapat persoalan serius terkait etika bermedia sosial di kalangan generasi muda. Menurut Ainiyah (2018), perkembangan teknologi digital yang tidak diimbangi dengan penguatan nilai dan etika dapat memunculkan berbagai perilaku negatif yang merugikan individu maupun masyarakat. Media sosial yang seharusnya menjadi sarana untuk membangun

komunikasi yang positif justru kerap dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi yang tidak benar, memicu konflik, dan menciptakan polarisasi sosial.

Permasalahan etika bermedia sosial tidak hanya berdampak pada aspek sosial, tetapi juga telah memasuki ranah hukum. Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai kasus pelanggaran Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) melibatkan pengguna media sosial dari kalangan muda. Aktivitas seperti menyebarkan informasi palsu, melakukan pencemaran nama baik, hingga menyebarkan konten yang mengandung unsur kebencian dapat berujung pada konsekuensi hukum yang serius. Rahman (2021) menegaskan bahwa media sosial bukanlah ruang tanpa batas yang memberikan kebebasan mutlak kepada penggunanya. Sebaliknya, media sosial merupakan ruang publik yang menuntut tanggung jawab moral sekaligus tanggung jawab hukum. Dengan demikian, lemahnya etika digital tidak hanya berpotensi merusak hubungan sosial, tetapi juga dapat membawa dampak yuridis yang nyata bagi para penggunanya.

Dalam perspektif pendidikan, kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan literasi digital dan literasi etika. Generasi Z pada umumnya memiliki kemampuan yang baik dalam mengakses, menggunakan, dan memanfaatkan teknologi digital. Akan tetapi, kemampuan teknis tersebut sering kali tidak diimbangi dengan kemampuan reflektif dan kritis dalam menyaring, mengevaluasi, serta memverifikasi informasi yang diterima. Kurniawati dan Baroroh (2016) menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, melainkan juga mencakup kemampuan berpikir kritis, memahami dampak sosial penggunaan media, serta bertindak secara bertanggung jawab dalam ruang digital.

Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk karakter dan etika generasi muda di era digital. Penguatan nilai-nilai moral dan etika menjadi kebutuhan mendesak untuk mengimbangi perkembangan teknologi yang berlangsung begitu cepat. Pendidikan tidak cukup hanya berfokus pada transfer pengetahuan dan penguasaan keterampilan teknis, tetapi juga harus mampu membentuk kesadaran moral peserta didik agar mampu menggunakan teknologi secara bijaksana dan bertanggung jawab.

Dalam konteks ini, Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki posisi yang sangat strategis. PAI tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mentransmisikan pengetahuan keagamaan, tetapi juga berperan dalam menginternalisasikan nilai-nilai akhlak yang menjadi landasan perilaku manusia. Nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, kesantunan, keadilan, serta prinsip tabayyun memiliki relevansi yang sangat kuat dalam membangun

etika bermedia sosial di era digital. Menurut Nata (2016), pendidikan agama memiliki tujuan utama untuk membentuk manusia yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga memiliki karakter yang mulia dan mampu menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Prinsip tabayyun, misalnya, mengajarkan pentingnya melakukan verifikasi terhadap setiap informasi sebelum mempercayai dan menyebarkannya kepada orang lain. Nilai ini sangat relevan dalam menghadapi maraknya penyebaran hoaks di media sosial. Begitu pula dengan nilai kejujuran yang menuntut setiap individu untuk menyampaikan informasi secara benar dan bertanggung jawab. Kesantunan dalam berkomunikasi, yang menjadi bagian penting dari ajaran Islam, juga merupakan fondasi utama dalam menciptakan interaksi digital yang sehat dan harmonis.

Meskipun demikian, efektivitas Pendidikan Agama Islam dalam membentuk etika bermedia sosial sangat bergantung pada sejauh mana nilai-nilai tersebut benar-benar terinternalisasi dalam diri peserta didik. Internalisasi nilai tidak cukup hanya berhenti pada pemahaman konseptual atau penguasaan teori semata, tetapi harus diwujudkan dalam bentuk perilaku nyata dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas digital. Lickona (2012) menegaskan bahwa pendidikan karakter yang berhasil adalah pendidikan yang mampu mengintegrasikan aspek pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral secara seimbang.

Di lingkungan perguruan tinggi, urgensi internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam menjadi semakin besar, terutama bagi mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireuen. Sebagai calon pendidik, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menguasai materi pembelajaran, tetapi juga diharapkan mampu menjadi teladan dalam bersikap dan berperilaku, baik di dunia nyata maupun di ruang digital. Perilaku mahasiswa dalam menggunakan media sosial dapat menjadi indikator penting untuk menilai sejauh mana proses pendidikan berhasil membentuk karakter dan etika mereka.

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam memiliki tanggung jawab moral yang lebih besar karena pada masa mendatang mereka akan berperan sebagai agen pendidikan dan pembentukan karakter generasi berikutnya. Oleh karena itu, kemampuan untuk menerapkan nilai-nilai keislaman dalam aktivitas bermedia sosial menjadi kompetensi yang sangat penting. Sikap bijaksana dalam menyampaikan pendapat, kemampuan menyaring informasi, serta kesadaran untuk menjaga etika komunikasi di media sosial merupakan bagian dari tanggung jawab profesional dan moral seorang calon pendidik.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendidikan agama memiliki kontribusi yang signifikan dalam membangun etika sosial di era digital. Rahmawati dan Suryadi (2019) menemukan bahwa pendidikan agama berperan dalam membentuk perilaku sosial yang lebih santun dan bertanggung jawab. Sementara itu, Hidayat (2020) menegaskan bahwa penguatan pendidikan agama dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam menghadapi fenomena degradasi moral di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji proses internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dalam membentuk etika bermedia sosial mahasiswa generasi Z masih relatif terbatas.

Keterbatasan kajian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara pemahaman normatif terhadap nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dan implementasinya dalam perilaku digital mahasiswa. Banyak mahasiswa yang memahami pentingnya nilai-nilai keislaman, tetapi belum sepenuhnya mampu menerapkannya secara konsisten dalam aktivitas bermedia sosial. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana proses internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam berlangsung dalam kehidupan mahasiswa generasi Z, khususnya dalam konteks penggunaan media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan dalam menganalisis proses internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam sebagai fondasi pembentukan etika bermedia sosial mahasiswa generasi Z di lingkungan perguruan tinggi keagamaan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep pendidikan karakter berbasis nilai-nilai Islam, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi lembaga pendidikan dalam merancang strategi penguatan etika digital. Dengan demikian, pendidikan agama tidak hanya menjadi sarana pembelajaran normatif, tetapi juga menjadi instrumen yang efektif dalam membentuk generasi muda yang berkarakter, beretika, dan mampu menghadapi tantangan kehidupan digital secara bijaksana dan bertanggung jawab.

Metodelogi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memahami proses internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dalam membentuk etika bermedia sosial mahasiswa generasi Z. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireuen yang dipilih secara *purposive*, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan telah mengikuti pembelajaran PAI. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk menggali perilaku serta pengalaman

mahasiswa dalam bermedia sosial. Analisis data menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara bertahap (Miles et al., 2014), sedangkan keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan teknik guna memperoleh hasil yang valid dan kredibel (Creswell, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Problematika Etika Digital Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireuen memiliki tingkat keterlibatan yang tinggi dalam penggunaan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga sebagai medium utama dalam memperoleh informasi, mengikuti dinamika sosial-keagamaan, serta mengekspresikan diri. Mahasiswa mengungkapkan bahwa aktivitas bermedia sosial sering kali berlangsung dalam durasi yang panjang dan dilakukan secara berulang tanpa batas waktu yang jelas. Kondisi tersebut menjadikan ruang digital sebagai arena dominan dalam membentuk pola interaksi sosial mereka.

Meskipun demikian, tingginya intensitas penggunaan media sosial belum sepenuhnya diiringi dengan kematangan etika dalam berinteraksi. Temuan penelitian menunjukkan adanya kecenderungan mahasiswa menyebarkan informasi tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu, terutama terhadap konten yang bersifat viral dan emosional. Mahasiswa mengakui bahwa dorongan untuk segera membagikan informasi sering kali dipengaruhi oleh banyaknya pengguna lain yang telah melakukan hal serupa, sehingga informasi dianggap benar tanpa melalui proses klarifikasi yang memadai. Selain itu, dalam interaksi digital, khususnya pada kolom komentar dan forum diskusi daring, masih ditemukan penggunaan bahasa yang kurang santun.

Dalam situasi tertentu, mahasiswa menyadari bahwa faktor emosional dan dinamika diskusi memengaruhi cara mereka berkomunikasi, sehingga aspek etika kerap terabaikan. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk pola pikir dan perilaku individu. Nasrullah (2017) menjelaskan bahwa karakteristik media sosial yang terbuka dan interaktif memungkinkan individu mengekspresikan diri secara bebas, namun pada saat yang sama dapat melemahkan kontrol sosial terhadap perilaku komunikasi.

Kecenderungan mahasiswa dalam menyebarkan informasi tanpa verifikasi menunjukkan lemahnya literasi digital kritis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Kurniawati dan Baroroh (2016) yang menyatakan bahwa

rendahnya kemampuan literasi digital mahasiswa berdampak pada ketidakmampuan dalam menyaring informasi secara tepat. Penelitian lain oleh Sari dan Setiawan (2021) juga menunjukkan bahwa mahasiswa masih rentan terhadap penyebaran hoaks akibat kurangnya kemampuan verifikasi informasi secara kritis. Dalam perspektif Pendidikan Agama Islam, kondisi tersebut mencerminkan belum optimalnya internalisasi nilai tabayyun sebagai prinsip etis dalam komunikasi digital.

Selain itu, penggunaan bahasa yang kurang santun dalam komunikasi digital menunjukkan bahwa nilai adab al-kalām belum sepenuhnya menjadi bagian dari karakter mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ainiyah (2018) yang menyatakan bahwa media sosial berpotensi menjadi ruang degradasi etika apabila tidak diimbangi dengan penguatan nilai-nilai keagamaan. Penelitian Juditha (2018) juga mengungkapkan bahwa interaksi di media sosial sering kali memunculkan ujaran kebencian akibat lemahnya kontrol etika dalam komunikasi digital.

Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam dalam Kehidupan Digital

Di sisi lain, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang cukup baik terhadap nilai-nilai Pendidikan Agama Islam, seperti kejujuran, tanggung jawab, serta etika komunikasi dalam Islam. Mereka memahami pentingnya prinsip tabayyun sebagai landasan dalam menyaring informasi sebelum disebarluaskan kepada masyarakat. Pemahaman tersebut menunjukkan bahwa secara kognitif mahasiswa telah memiliki bekal normatif yang memadai mengenai etika komunikasi dalam perspektif Islam.

Namun, pemahaman tersebut belum sepenuhnya terimplementasi dalam praktik bermedia sosial sehari-hari. Masih terdapat kesenjangan antara dimensi pengetahuan dan perilaku yang mengindikasikan bahwa proses internalisasi nilai belum berjalan secara optimal dalam konteks kehidupan digital. Mahasiswa pada dasarnya mengetahui nilai-nilai yang seharusnya diterapkan, tetapi belum mampu menjadikannya sebagai pedoman yang konsisten dalam setiap aktivitas komunikasi digital.

Faktor lingkungan digital terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku mahasiswa. Budaya media sosial yang berorientasi pada popularitas, jumlah pengikut, dan tingkat keterlibatan pengguna (engagement) mendorong mahasiswa untuk lebih fokus pada respons audiens dibandingkan mempertimbangkan aspek etika. Temuan ini sejalan dengan laporan Hootsuite dan We Are Social (2023) yang menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia

memiliki tingkat aktivitas media sosial yang sangat tinggi, sehingga interaksi digital menjadi bagian dominan dalam kehidupan sosial.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh arus komunikasi digital yang cepat dan dinamis. Dalam banyak situasi, tekanan sosial di ruang digital membentuk perilaku komunikasi mereka. Akibatnya, pertimbangan etika sering kali tidak menjadi prioritas utama ketika berinteraksi di media sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan pendidikan agama tidak hanya diukur dari penguasaan konsep dan teori, tetapi juga dari kemampuan peserta didik dalam menerapkan nilai-nilai tersebut secara nyata dalam kehidupan sehari-hari.

Implikasi Pendidikan Agama Islam terhadap Pembentukan Etika Bermedia Sosial

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembelajaran Pendidikan Agama Islam di perguruan tinggi masih cenderung bersifat normatif dan belum sepenuhnya kontekstual dengan realitas digital yang dihadapi mahasiswa. Nata (2016) menegaskan bahwa pendidikan Islam harus mampu menginternalisasikan nilai dalam kehidupan nyata, bukan hanya berhenti pada tataran konseptual. Pandangan tersebut diperkuat oleh Muhaimin (2015) yang menyatakan bahwa pendidikan agama harus mampu merespons perubahan sosial, termasuk perkembangan teknologi digital, agar tetap relevan dalam membentuk karakter peserta didik.

Dalam perspektif pendidikan karakter, kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah mencapai tahap moral knowing, yaitu tahap memahami dan mengetahui nilai-nilai moral, tetapi belum sepenuhnya mencapai tahap moral action sebagaimana dikemukakan oleh Lickona (2012). Dengan kata lain, mahasiswa telah memiliki kesadaran terhadap pentingnya nilai-nilai keagamaan, tetapi kesadaran tersebut belum sepenuhnya terwujud dalam tindakan nyata di ruang digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Suryadi (2019) yang menyatakan bahwa pendidikan agama belum sepenuhnya mampu mengubah perilaku mahasiswa apabila tidak diikuti dengan proses internalisasi nilai yang mendalam. Oleh karena itu, diperlukan strategi pendidikan yang lebih integratif dan aplikatif, yang tidak hanya menekankan aspek kognitif, tetapi juga membangun kesadaran moral dan kebiasaan positif dalam penggunaan media sosial.

Lebih lanjut, meningkatnya pelanggaran etika digital yang berimplikasi pada persoalan hukum semakin memperkuat urgensi penguatan nilai dalam pendidikan. Rahman (2021) menegaskan bahwa etika komunikasi digital dalam

perspektif Islam menuntut adanya tanggung jawab moral dalam setiap aktivitas komunikasi. Tanpa kesadaran etika yang kuat, media sosial berpotensi menimbulkan konflik sosial sekaligus konsekuensi hukum bagi penggunanya.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat ditegaskan bahwa permasalahan utama tidak terletak pada kurangnya pengetahuan mahasiswa terhadap nilai-nilai Pendidikan Agama Islam, melainkan pada lemahnya proses internalisasi nilai dalam konteks kehidupan digital. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pendidikan yang lebih kontekstual, integratif, dan aplikatif yang tidak hanya menekankan pemahaman nilai, tetapi juga pembentukan kesadaran dan kebiasaan bermedia sosial secara etis. Dengan demikian, pendidikan agama diharapkan mampu membentuk karakter mahasiswa yang tidak hanya religius secara konseptual, tetapi juga memiliki tanggung jawab moral dan etika dalam praktik kehidupan digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Kebangsaan Indonesia Bireuen memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, namun belum sepenuhnya diiringi dengan internalisasi nilai-nilai Pendidikan Agama Islam dalam perilaku bermedia sosial. Meskipun pemahaman terhadap prinsip etika seperti kejujuran, tanggung jawab, kesantunan, dan *tabayyun* telah dimiliki, implementasinya masih belum konsisten, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik. Kondisi ini diperkuat oleh pengaruh lingkungan digital yang dinamis dan berorientasi pada popularitas. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pembelajaran Pendidikan Agama Islam yang lebih kontekstual dan aplikatif agar mampu mendorong internalisasi nilai secara mendalam, sehingga terbentuk perilaku bermedia sosial yang etis dan bertanggung jawab.

REFERENCE:

- Ainiyah, N. (2018). Remaja millenial dan media sosial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236.
<https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Hidayat, A. (2020). Pendidikan agama Islam dalam membentuk karakter di era digital. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(1), 45–60.
<https://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/index.php/JPI/article/view/345>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66.
<https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>
- Lickona, T. (2012). *Educating for character*. Bantam Books.

- Nata, A. (2016). *Ilmu pendidikan Islam*. Kencana.
- Rahman, M. (2021). Etika komunikasi digital dalam perspektif Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(2), 123–138. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/dakwah/article/view/22145>
- Rahmawati, D., & Suryadi, S. (2019). Pendidikan agama dan etika sosial. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 9(2), 130–142. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpka/article/view/26745>
- Setiawan, D. (2017). Dampak perkembangan teknologi terhadap budaya. *Jurnal Simbolika*, 3(1), 62–72. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/207>
- Ainiyah, N. (2018). Remaja millennial dan media sosial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Hidayat, A. (2020). Pendidikan agama Islam dalam membentuk karakter di era digital. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(1), 45–60. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/index.php/JPI/article/view/345>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>
- Lickona, T. (2012). *Educating for character*. Bantam Books.
- Livingstone, S. (2018). Digital literacy and the challenge of fake news. *Media and Communication*, 6(4), 1–4. <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1623>
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nata, A. (2016). *Ilmu pendidikan Islam*. Kencana.
- Rahman, M. (2021). Etika komunikasi digital dalam perspektif Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(2), 123–138. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/dakwah/article/view/22145>
- Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools*. International Society for Technology in Education. <https://www.iste.org/resources/product?id=2275>
- Setiawan, D. (2017). Dampak perkembangan teknologi terhadap budaya. *Jurnal Simbolika*, 3(1), 62–72. <https://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/207>
- Ainiyah, N. (2018). Remaja millennial dan media sosial: Media sosial sebagai media informasi pendidikan bagi remaja millennial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 2(2), 221–236. <https://doi.org/10.35316/jpii.v2i2.76>
- Juditha, C. (2018). Interaksi komunikasi hoax di media sosial serta antisipasinya. *Jurnal Pekommas*, 3(1), 31–44. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekommas/article/view/2040>
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi media digital mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2), 51–66. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2069>

- Muhaimin. (2015). *Pengembangan kurikulum pendidikan agama Islam*. RajaGrafindo Persada.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nata, A. (2016). *Ilmu pendidikan Islam*. Kencana.
- Rahman, M. (2021). Etika komunikasi digital dalam perspektif Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(2), 123–138. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/dakwah/article/view/22145>
- Rahmawati, D., & Suryadi, S. (2019). Pendidikan agama dan pembentukan etika sosial generasi muda. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 9(2), 130–142. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpka/article/view/26745>
- Sari, D., & Setiawan, A. (2021). Literasi digital dan penyebaran hoaks di kalangan mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(2), 89–102. <https://journal.uns.ac.id>
- We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Lickona, T. (2012). *Educating for character: How our schools can teach respect and responsibility*. Bantam Books.