VOLUME 1 NOMOR 2 TAHUN 2026
E-ISSN: 0000 P-ISSN: 0000. HAL: 118-130
https://ejournal.bunayyaazzahra.com/index.php/jers

JOURNAL OF EDUCATION & ISLAMIC STUDIES
JERS

INTERNALISASI NILAI SHIDIQ DAN TABLIGH DALAM PEMBENTUKAN ETIKA DIGITAL GENERASI Z DI MADRASAH ALIYAH

Fathusy Syarif[1]
Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia
Email: fathhusysyarif1234@gmail.com[1]

Abstract

The development of information technology in the digital era has massively changed the communication landscape of teenagers, but at the same time brings serious challenges in the form of the proliferation of disinformation and fake news (hoax). This impulsive social media phenomenon triggers an epistemic crisis in the madrasah environment, where the boundary between facts and opinions becomes blurred for students. So far, the content of the material on Moral Faith in the Madrasah Aliyah textbook tends to be presented using a conventional-textual approach that is predominantly focused on memorizing classical theological material, so that there is a real gap with the reality of students' original digital behavior. This literature review aims to formulate a theoretical reconstruction of the internalization of the nature of shidiq and tabligh in learning Akidah Akhlak as the basis for digital literacy of MAN 1 Padang Pariaman students. The approach used is a literature study (library research) with a content analysis method on classical religious texts integrated with contemporary cyber media literacy theory. The results of the study show that classical religious texts on prophetic properties have high theological flexibility to be drawn into a digital context. The nature of shidiq has been successfully reconstructed into the basic principles of data integrity, content validation, and the growth of critical skepticism through the tabayyun tradition. Meanwhile, the nature of tabligh is transformed into a digital social responsibility in disseminating information based on public benefits, educational values, and peace. The conceptualization of these two values resulted in a practical cyber literacy formula labeled the "Filter Before Sharing" movement. The theoretical implications of this study offer a draft transformative curriculum model capable of transforming transcendental theological understanding into real ethical action in the digital public space. This model is projected to be able to become an applicative normative reference for educators in forming a healthy, critical, and responsible madrasah digital ecosystem in the era of disinformation.

Keywords: *Shidiq, Tabligh, Social Media Morals, Generation Z, Madrasah Aliyah.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi, interaksi sosial, dan pembentukan karakter Generasi Z melalui penggunaan media sosial. Di samping memberikan kemudahan akses informasi dan ruang ekspresi, media sosial juga menghadirkan persoalan etis, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, perundungan digital, dan rendahnya tanggung jawab komunikasi. Muksin dan Afandi (2025) mengidentifikasi bahwa tantangan etika digital dalam pendidikan Islam berkaitan dengan keterbatasan literasi digital, relevansi kurikulum, dan pendekatan pedagogis. Ju'subaidia et al. (2025) menekankan pentingnya kesadaran kritis peserta didik dalam memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sumber pembelajaran Islam. Sementara itu, Mabruri et al. (2024) mengkaji hubungan literasi digital dengan etika bermedia sosial, sikap kritis, dan tanggung jawab peserta didik. Kondisi ini menunjukkan pentingnya integrasi literasi digital dan pendidikan akhlak agar peserta didik memiliki kecakapan teknologi sekaligus kesadaran moral dalam bermedia sosial.

Nilai *shidiq* (kejujuran) dan *tabligh* (menyampaikan kebenaran) dalam perspektif Islam merupakan karakter profetik yang relevan dalam membentuk etika digital. Shidiq menekankan integritas dalam menerima, mengolah, dan memproduksi informasi, sedangkan tabligh berorientasi pada tanggung jawab dalam menyampaikan pesan secara benar, santun, dan bermanfaat. Abror dan Noviani (2025) menegaskan relevansi nilai-nilai Islam dalam membangun etika media sosial dan kesejahteraan digital remaja Muslim. Sejalan dengan itu, Mabruri et al. (2024) mengkaji keterkaitan literasi digital, etika bermedia sosial perspektif Islam, sikap kritis, dan tanggung jawab peserta didik. Hal ini memperlihatkan bahwa internalisasi nilai keislaman perlu diarahkan pada pembentukan perilaku nyata dalam interaksi digital.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas literasi digital, pendidikan karakter Islam, dan etika bermedia sosial. Ju'subaidia et al. (2025) membahas kesadaran kritis peserta didik dalam memanfaatkan internet dan media sosial sebagai sumber pembelajaran Islam. Muksin dan Afandi (2025) mengkaji tantangan serta strategi integrasi etika digital dalam pendidikan Islam. Sementara itu, Mu'min et al. (2026) menyoroti peran guru Pendidikan Agama Islam dalam membentuk etika digital peserta didik di era media sosial. Namun, kajian tersebut cenderung menempatkan nilai-nilai Islam secara umum dan belum secara khusus mengelaborasi keterkaitan shidiq dan tabligh sebagai dua dimensi profetik yang saling melengkapi. Padahal, shidiq menekankan integritas personal dalam menjaga kebenaran informasi, sedangkan tabligh menegaskan tanggung jawab sosial dalam menyampaikan informasi. Kesenjangan ini menjadi dasar perlunya kajian integratif mengenai internalisasi kedua nilai tersebut dalam pembentukan etika digital peserta didik Madrasah Aliyah.

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) melalui kajian integratif nilai *shidiq* dan *tabligh* sebagai landasan pembentukan etika digital Generasi Z di Madrasah Aliyah. Penelitian ini bertujuan menganalisis proses internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh*, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta mengungkap kontribusinya terhadap pembentukan etika digital peserta didik. Hasil penelitian diharapkan memperkuat pengembangan pendidikan akhlak profetik dan memberikan landasan konseptual bagi pembelajaran Pendidikan Agama Islam yang kontekstual serta responsif terhadap tantangan komunikasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif-analitis melalui paradigma hermeneutika-tekstual. Analisis penelitian menggunakan teori internalisasi nilai Thomas Lickona (1991) yang mencakup tiga dimensi, yaitu moral *knowing* (pengetahuan moral), moral *feeling* (perasaan moral), dan moral *action* (tindakan moral), untuk mengkaji proses internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh*, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta kontribusinya terhadap pembentukan etika digital Generasi Z di Madrasah Aliyah. Sumber data primer meliputi buku teks Akidah Akhlak Madrasah Aliyah Kurikulum Merdeka yang digunakan di MAN 1 Padang Pariaman dan literatur tentang sifat-sifat

profetik, sedangkan sumber sekunder mencakup artikel jurnal ilmiah, buku literasi digital, serta regulasi terkait etika komunikasi digital.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Data dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) dan analisis komparatif melalui tahapan identifikasi, klasifikasi, interpretasi, dan sintesis. Nilai shidiq dan tabligh dianalisis berdasarkan sumber keislaman, kemudian dikontekstualisasikan dengan teori internalisasi nilai Lickona untuk mengidentifikasi dimensi pengetahuan, kesadaran, dan tindakan moral dalam etika digital. Analisis diarahkan mengungkap faktor pendukung dan penghambat serta kontribusi kedua nilai tersebut terhadap pembentukan perilaku digital peserta didik. Hasil penelitian disajikan secara deskriptif-analitis dalam bentuk sintesis konseptual mengenai internalisasi nilai profetik dalam pembentukan etika digital Generasi Z di Madrasah Aliyah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Hasil penelitian mengenai internalisasi nilai shidiq dan tabligh dalam pembentukan etika digital Generasi Z di Madrasah Aliyah disusun berdasarkan tiga tujuan utama, yaitu menganalisis proses internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh*, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi internalisasinya, serta mengungkap kontribusi kedua nilai tersebut terhadap pembentukan etika digital peserta didik. Analisis menggunakan teori pendidikan karakter Thomas Lickona (1991), yang mencakup moral *knowing*, moral *feeling*, dan moral *action*, untuk menjelaskan keterkaitan antara pemahaman nilai, kesadaran moral, dan perilaku digital.

Proses Internalisasi Nilai Shidiq dan Tabligh

Internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh* merupakan proses transformasi nilai profetik dari pemahaman konseptual menjadi kesadaran dan perilaku etis dalam aktivitas digital. Nilai *shidiq* menekankan kejujuran, integritas, dan ketepatan dalam menerima serta mengolah informasi, sedangkan *tabligh* berorientasi pada tanggung jawab dalam menyampaikan informasi secara benar, santun, dan bermanfaat. Berdasarkan teori Lickona (1991), proses internalisasi kedua nilai tersebut dapat dijelaskan melalui tiga dimensi yang saling berkaitan, yaitu pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral.

Tabel 1. Proses Internalisasi Nilai *Shidiq* dan *Tabligh*

Dimensi	Internalisasi *Shidiq*	Internalisasi *Tabligh*	Manifestasi Etika Digital
Moral *knowing*	Memahami kejujuran dan validitas informasi	Memahami tanggung jawab penyampaian pesan	Memeriksa fakta dan mengenali informasi menyesatkan
Moral *feeling*	Menumbuhkan integritas dan kesadaran untuk berkata benar	Menumbuhkan empati dan kepedulian terhadap penerima informasi	Menghindari konten yang merugikan dan provokatif

Moral *action*	Tidak memanipulasi atau menyebarkan informasi palsu	Menyampaikan informasi secara santun dan bertanggung jawab	Memverifikasi informasi, menjaga privasi, dan berkomunikasi secara etis

Sumber: ***Sintesis peneliti berdasarkan teori Lickona (1991) dan nilai-nilai profetik***

Berdasarkan Tabel 1, proses internalisasi berlangsung melalui keterpaduan pemahaman, kesadaran, dan tindakan moral. Peserta didik tidak hanya dituntut memahami pentingnya kejujuran dan tanggung jawab komunikasi, tetapi juga mengembangkan kesadaran untuk menerapkannya dalam interaksi digital. Dengan demikian, internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh* berorientasi pada pembentukan konsistensi antara pengetahuan keagamaan, pertimbangan etis, dan perilaku bermedia sosial.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Internalisasi Nilai Shidiq dan Tabligh

Internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi dalam membentuk etika digital peserta didik. Faktor internal mencakup kesadaran religius, pemahaman moral, kemampuan berpikir kritis, dan pengendalian diri. Sementara itu, faktor eksternal meliputi keteladanan guru, lingkungan keluarga, budaya sekolah, pengaruh teman sebaya, dan karakteristik media sosial. Interaksi berbagai faktor tersebut menentukan sejauh mana nilai profetik dapat dipahami, dihayati, dan diwujudkan dalam perilaku digital.

Tabel 2. Faktor yang Memengaruhi Internalisasi Nilai *Shidiq* dan *Tabligh*

Faktor	Aspek yang Memengaruhi	Implikasi terhadap Internalisasi
Personal	Kesadaran religius, integritas, dan pengendalian diri	Memperkuat konsistensi perilaku jujur dan bertanggung jawab
Pendidikan	Keteladanan guru, pembelajaran kontekstual, dan pembiasaan	Menghubungkan pemahaman nilai dengan praktik etika digital
Keluarga	Komunikasi, pendampingan, dan pengawasan orang tua	Membentuk kebiasaan bermedia sosial yang positif
Sosial	Teman sebaya, norma kelompok, dan budaya komunikasi	Memengaruhi sikap, keputusan, dan tanggung jawab sosial
Teknologi digital	Algoritma, anonimitas, arus informasi, dan konten media sosial	Memengaruhi kemampuan verifikasi, pengendalian diri, dan pertimbangan etis

Sumber: ***Sintesis peneliti berdasarkan kajian literatur pendidikan karakter dan etika digital***

Tabel 2 menunjukkan bahwa keberhasilan internalisasi nilai profetik tidak hanya bergantung pada pemahaman individu, tetapi juga pada dukungan lingkungan pendidikan, keluarga, dan sosial. Keteladanan guru dan pembiasaan di madrasah berperan dalam memperkuat kesadaran moral, sedangkan pendampingan keluarga membantu menjaga konsistensi perilaku. Sebaliknya, tekanan teman sebaya, kebutuhan akan

pengakuan sosial, dan paparan informasi yang tidak terverifikasi dapat menjadi faktor penghambat. Oleh karena itu, internalisasi *shidiq* dan *tabligh* memerlukan pendekatan pendidikan yang integratif dengan melibatkan peserta didik, guru, keluarga, dan lingkungan digital.

Kontribusi Nilai Shidiq dan Tabligh terhadap Pembentukan Etika Digital

Nilai *shidiq* dan *tabligh* memiliki kontribusi yang saling melengkapi dalam membentuk etika digital Generasi Z. Shidiq menjadi landasan integritas personal dalam menjaga kebenaran informasi, sedangkan *tabligh* membentuk tanggung jawab sosial dalam menyampaikan informasi secara etis. Integrasi keduanya mendorong peserta didik untuk tidak hanya mempertimbangkan kebenaran suatu informasi, tetapi juga memperhatikan cara penyampaian, kemanfaatan, dan dampaknya terhadap orang lain.

Tabel 3. Kontribusi Nilai *Shidiq* dan *Tabligh* terhadap Etika Digital

Nilai	Orientasi Etis	Bentuk Perilaku Digital	Kontribusi
Shidiq	Kejujuran dan integritas	Memverifikasi informasi dan menghindari manipulasi konten	Membangun kepercayaan dan mencegah disinformasi
Tabligh	Tanggung jawab dan kepedulian komunikasi	Menyampaikan informasi secara benar, santun, dan bermanfaat	Mewujudkan komunikasi digital yang etis
Integrasi keduanya	Keselarasan integritas personal dan tanggung jawab sosial	Memastikan kebenaran informasi serta mempertimbangkan dampak sebelum membagikannya	Membentuk karakter digital yang kritis, jujur, santun, dan bertanggung jawab

Sumber: ***Sintesis peneliti berdasarkan nilai profetik dan teori Lickona (1991)***

Berdasarkan Tabel 3, kontribusi integrasi *shidiq* dan *tabligh* terletak pada pembentukan kesadaran moral yang menghubungkan kebenaran informasi dengan tanggung jawab komunikatif. Integrasi tersebut dapat diwujudkan melalui prinsip "*Saring Sebelum Sharing*", yaitu memeriksa kebenaran informasi, mempertimbangkan kepatutan pesan, dan mengevaluasi dampaknya sebelum disebarluaskan. Prinsip ini merepresentasikan penerapan nilai profetik dalam membangun perilaku digital yang tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi juga pada kemaslahatan sosial.

Secara keseluruhan, ketiga hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa internalisasi *shidiq* dan *tabligh* mencakup proses pembentukan kesadaran moral, dipengaruhi oleh faktor personal dan lingkungan, serta berkontribusi terhadap penguatan integritas dan tanggung jawab komunikasi digital. Ketiga aspek ini membentuk keterkaitan konseptual antara nilai profetik dan etika digital Generasi Z di Madrasah Aliyah. Temuan tersebut merupakan sintesis kepustakaan yang selanjutnya dapat digunakan sebagai landasan bagi penelitian empiris untuk menguji penerapannya dalam pembelajaran Akidah Akhlak.

PEMBAHASAN

Proses Internalisasi Nilai Shidiq dan Tabligh dalam Pembentukan Etika Digital Generasi Z

Hasil sintesis kepustakaan menunjukkan bahwa internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh* dalam pembentukan etika digital Generasi Z merupakan proses bertahap yang mencakup pengenalan nilai, penghayatan makna, dan pembiasaan perilaku. Kedua nilai tersebut tidak cukup disampaikan sebagai pengetahuan keagamaan, tetapi perlu dihubungkan dengan pengalaman peserta didik ketika menggunakan media sosial. Shidiq mengarahkan peserta didik untuk menjunjung kejujuran, ketepatan informasi, dan kesesuaian antara perkataan dengan tindakan, sedangkan *tabligh* menekankan tanggung jawab menyampaikan pesan yang benar, bermanfaat, dan santun. Dalam konteks Madrasah Aliyah, kedua nilai ini dapat menjadi dasar pembentukan kesadaran bahwa aktivitas digital juga merupakan bagian dari perilaku moral yang harus dipertanggungjawabkan.

Lickona (1991) menjelaskan bahwa pendidikan karakter melibatkan tiga unsur utama, yaitu moral *knowing*, moral *feeling*, dan moral *action*. Kerangka ini memperlihatkan bahwa pemahaman peserta didik terhadap nilai moral perlu disertai kesadaran emosional dan diwujudkan dalam tindakan nyata. Pada tahap moral *knowing*, peserta didik memahami makna *shidiq* dan *tabligh*, termasuk konsekuensi etis dari menyebarkan informasi yang belum terverifikasi, membuat komentar yang merendahkan, atau menggunakan media sosial untuk memperoleh pengakuan. Tahap moral *feeling* berkaitan dengan tumbuhnya kesadaran, empati, rasa tanggung jawab, dan kepekaan terhadap dampak komunikasi digital bagi orang lain. Selanjutnya, moral *action* tercermin melalui kebiasaan memeriksa informasi, menghindari ujaran yang menyakiti, menghargai privasi, serta menyampaikan pesan yang memiliki manfaat sosial.

Landasan normatif internalisasi kedua nilai tersebut dapat dikaitkan dengan ajaran Al-Qur'an tentang verifikasi informasi dan komunikasi yang benar. Q.S. al-Hujurat (49): 6 mengajarkan pentingnya *tabayyun* ketika menerima informasi, sedangkan Q.S. al-Ahzab (33): 70 memerintahkan orang beriman untuk menyampaikan perkataan yang benar (*qaulan sadida*). Prinsip tersebut relevan dengan karakter komunikasi digital yang memungkinkan informasi tersebar secara cepat dan luas, tetapi tidak selalu disertai pemeriksaan kebenaran. Dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam, ayat-ayat tersebut dapat dikontekstualisasikan melalui pembahasan kasus penyebaran hoaks, manipulasi konten, perundungan digital, dan penyampaian pendapat di ruang publik. Dengan demikian, peserta didik tidak hanya mengetahui dalil normatif, tetapi juga memahami penerapannya dalam situasi digital yang dekat dengan kehidupan mereka.

Bandura (1986) melalui teori kognitif sosial menjelaskan bahwa perilaku dapat dipelajari melalui pengamatan terhadap model, interaksi sosial, dan hubungan timbal balik antara individu dengan lingkungannya. Perspektif ini menegaskan pentingnya keteladanan guru, orang tua, dan lingkungan pertemanan dalam proses internalisasi nilai. Guru yang menyampaikan materi tentang kejujuran, misalnya, perlu memperlihatkan konsistensi dalam penggunaan sumber informasi, komunikasi, dan pemberian umpan

balik. Demikian pula, budaya sekolah yang membiasakan diskusi santun dan pemeriksaan informasi dapat memperkuat pembelajaran nilai di kelas. Keteladanan menjadi semakin penting karena peserta didik tidak hanya mengamati perilaku orang dewasa secara langsung, tetapi juga menjumpai beragam model komunikasi melalui figur publik, kreator konten, dan komunitas digital.

Penelitian Ilmiyah dan Saniya (2026) membahas internalisasi adab dan etika bermedia sosial melalui kurikulum Pendidikan Agama Islam serta menekankan perlunya strategi pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z, termasuk pendekatan visual, kolaboratif, dan pemanfaatan figur digital yang dipercaya. Sementara itu, Faizah (2026) mengidentifikasi relevansi nilai-nilai PAI, seperti *shidiq*, amanah, *tabayyun*, dan akhlaqul karimah, sebagai landasan pembentukan karakter digital yang bertanggung jawab. Kedua kajian tersebut memiliki kesamaan dengan pembahasan ini, yaitu menempatkan pendidikan Islam sebagai landasan etis dalam penggunaan media sosial. Perbedaannya, pembahasan ini memusatkan perhatian pada keterhubungan dua sifat profetik, yaitu *shidiq* dan *tabligh*, serta menguraikan proses internalisasinya melalui pengenalan, penghayatan, dan pembiasaan. Fokus tersebut memberikan ruang untuk menjelaskan hubungan antara integritas dalam menerima dan mengolah informasi dengan tanggung jawab dalam menyampaikannya.

Berdasarkan uraian tersebut, internalisasi *shidiq* dan *tabligh* perlu dipahami sebagai proses pendidikan yang mengintegrasikan dimensi kognitif, afektif, sosial, dan perilaku. Proses tersebut tidak berhenti pada kemampuan peserta didik menjelaskan konsep kejujuran dan komunikasi yang baik, tetapi diarahkan pada pembentukan kebiasaan digital yang mencerminkan kedua nilai tersebut. Oleh karena itu, pembelajaran PAI di Madrasah Aliyah dapat mengembangkan aktivitas reflektif, analisis kasus, diskusi etika digital, dan pembiasaan komunikasi bertanggung jawab sebagai bagian dari pengalaman belajar. Rumusan ini merupakan sintesis konseptual dari literatur dan teori yang digunakan, bukan klaim bahwa perubahan perilaku peserta didik telah diukur secara empiris.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Internalisasi Nilai *Shidiq* dan *Tabligh*

Hasil sintesis kepustakaan menunjukkan bahwa internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh* dipengaruhi oleh keterkaitan faktor personal, lingkungan pendidikan, keluarga, kelompok sebaya, dan karakteristik media digital. Faktor-faktor tersebut saling berhubungan dalam membentuk cara peserta didik memahami, menilai, dan mempraktikkan nilai moral ketika berinteraksi di ruang digital. Pemahaman agama, kesadaran moral, kemampuan berpikir kritis, dan pengendalian diri merupakan aspek personal yang mendukung penerapan nilai. Namun, aspek tersebut berinteraksi dengan lingkungan sosial dan digital yang dapat memperkuat ataupun melemahkan konsistensi perilaku. Oleh sebab itu, pembentukan etika digital tidak dapat hanya dibebankan kepada kemampuan individu, tetapi juga memerlukan lingkungan yang mendukung penerapan nilai secara berkelanjutan.

Bandura (1986) menjelaskan bahwa perilaku manusia terbentuk melalui hubungan timbal balik antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku itu sendiri. Dalam konteks etika digital, pemahaman peserta didik mengenai kejujuran dan tanggung jawab komunikasi merupakan faktor personal yang dapat memengaruhi keputusan mereka ketika membuat atau membagikan konten. Lingkungan pertemanan, pola komunikasi keluarga, budaya sekolah, dan model perilaku yang dijumpai di media sosial dapat menjadi sumber penguatan maupun tekanan sosial. Sebaliknya, tindakan peserta didik di ruang digital juga dapat memengaruhi respons lingkungan dan membentuk kebiasaan baru. Kerangka ini memperlihatkan bahwa internalisasi nilai berlangsung dalam interaksi yang dinamis, bukan sebagai proses satu arah dari guru kepada peserta didik.

Ajzen (1991) melalui *Theory of Planned Behavior* menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku berkaitan dengan sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi mengenai kontrol perilaku. Kerangka ini dapat digunakan untuk memahami mengapa peserta didik yang mengetahui pentingnya *shidiq* belum tentu selalu menerapkannya dalam aktivitas digital. Peserta didik mungkin memiliki sikap positif terhadap kejujuran, tetapi menghadapi tekanan kelompok untuk ikut menyebarkan konten populer, atau merasa sulit menolak kebiasaan komunikasi yang telah berkembang di lingkungannya. Dalam situasi tersebut, pembelajaran perlu membantu peserta didik membangun sikap yang kuat, mengenali pengaruh norma sosial, serta mengembangkan kemampuan mengambil keputusan secara mandiri. Dengan demikian, pemahaman nilai perlu disertai latihan menghadapi situasi nyata yang menuntut pertimbangan moral.

Lingkungan pendidikan memiliki peran strategis dalam menyediakan pengalaman belajar yang memungkinkan nilai *shidiq* dan *tabligh* dipahami secara kontekstual. Integrasi etika digital ke dalam pembelajaran PAI dapat dilakukan melalui analisis kasus, diskusi, proyek literasi digital, refleksi perilaku, dan penyusunan kesepakatan komunikasi kelas. Guru tidak hanya berperan sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai teladan dalam menyampaikan informasi, menghargai perbedaan pendapat, dan memberikan koreksi secara santun. Ilmiyah dan Saniya (2026) menekankan pentingnya penyesuaian strategi pembelajaran dengan karakteristik Generasi Z, termasuk pemanfaatan media visual dan kegiatan kolaboratif. Temuan konseptual tersebut sejalan dengan kebutuhan pembelajaran yang menghubungkan nilai agama dengan pengalaman digital peserta didik, meskipun penerapannya tetap perlu disesuaikan dengan tujuan pembelajaran, kondisi madrasah, dan karakteristik peserta didik. Keluarga dan kelompok sebaya juga berperan dalam membentuk kebiasaan komunikasi digital.

Keluarga menjadi lingkungan awal bagi peserta didik untuk mengenal kejujuran, tanggung jawab, penghormatan, dan batasan perilaku. Ketika nilai-nilai tersebut diterapkan secara konsisten dalam komunikasi keluarga, peserta didik memperoleh contoh yang dapat menjadi acuan ketika berinteraksi di luar rumah. Pada saat yang sama, kelompok sebaya dapat membangun norma informal yang memengaruhi pilihan bahasa, jenis konten, dan cara peserta didik merespons suatu informasi. Apabila kelompok pertemanan menghargai komunikasi santun dan sikap kritis, nilai *shidiq* dan *tabligh* berpeluang memperoleh penguatan sosial. Sebaliknya, tekanan untuk mengikuti *tren*,

memperoleh perhatian, atau mempertahankan penerimaan kelompok dapat menimbulkan ketegangan antara nilai yang dipahami dengan perilaku yang dilakukan.

Karakteristik media digital turut membentuk tantangan tersendiri dalam proses internalisasi. Kecepatan penyebaran informasi, kemudahan membagikan konten, interaksi tanpa tatap muka, serta dorongan memperoleh perhatian dapat memengaruhi pertimbangan moral pengguna. Faizah (2026) menguraikan bahwa tantangan etika digital Generasi Z berkaitan dengan kesenjangan antara kecakapan teknis dan kematangan moral, serta dinamika seperti *online disinhibition*, ruang gema algoritmik, dan budaya validasi instan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan menggunakan teknologi tidak secara otomatis menghasilkan perilaku digital yang bertanggung jawab. Dalam konteks ini, nilai *shidiq* dapat menjadi dasar untuk memeriksa kebenaran dan keutuhan informasi, sedangkan *tabligh* menjadi pedoman dalam mempertimbangkan tujuan, cara, dan dampak penyampaian pesan.

Ribble (2015) melalui konsep kewargaan digital menempatkan perilaku bertanggung jawab dalam penggunaan teknologi sebagai bagian penting dari kehidupan warga digital. Perspektif ini dapat dipertemukan dengan nilai *shidiq* dan *tabligh* untuk membangun pemahaman bahwa etika bermedia sosial mencakup tanggung jawab terhadap diri sendiri dan orang lain. Peserta didik perlu memahami bahwa tindakan digital, seperti mengunggah, mengomentari, membagikan, dan menyimpan informasi, memiliki konsekuensi sosial. Oleh karena itu, penguatan etika digital perlu dilakukan melalui kolaborasi antara madrasah, keluarga, dan lingkungan sosial, disertai pembiasaan refleksi sebelum peserta didik mengambil tindakan di ruang digital. Sintesis ini menempatkan faktor personal dan lingkungan sebagai unsur yang saling melengkapi dalam mendukung internalisasi nilai.

Kontribusi Nilai *Shidiq* dan *Tabligh* terhadap Pembentukan Etika Bermedia Sosial Generasi Z

Hasil sintesis kepustakaan menunjukkan bahwa nilai *shidiq* dan *tabligh* berkontribusi secara konseptual terhadap pembentukan etika bermedia sosial melalui penguatan integritas informasi, tanggung jawab komunikasi, kesantunan, dan kepedulian sosial. Shidiq memberikan orientasi moral agar peserta didik mengutamakan kejujuran dalam menerima, mengolah, dan menyebarkan informasi. Sementara itu, *tabligh* memberikan pedoman agar pesan yang disampaikan tidak hanya benar, tetapi juga bermanfaat, jelas, dan memperhatikan etika komunikasi. Keduanya saling melengkapi: kejujuran tanpa tanggung jawab komunikasi dapat menyebabkan penyampaian informasi yang tidak mempertimbangkan dampaknya, sedangkan komunikasi yang tampak santun tanpa kejujuran berisiko menjadi sarana manipulasi. Integrasi kedua nilai tersebut dapat menjadi landasan bagi perilaku digital yang berorientasi pada kebenaran dan kemaslahatan.

Nilai *shidiq* berkaitan erat dengan integritas dalam menghadapi arus informasi digital. Dalam praktiknya, nilai ini dapat diwujudkan melalui kebiasaan memeriksa sumber informasi, membandingkan keterangan dari beberapa sumber yang dapat

dipercaya, tidak mengubah isi pesan secara menyesatkan, serta menghindari penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya. Prinsip *tabayyun* dalam Q.S. al-Hujurat (49): 6 memperkuat orientasi tersebut dengan menekankan pentingnya pemeriksaan informasi sebelum seseorang mengambil tindakan berdasarkan informasi yang diterima. Pada lingkungan Madrasah Aliyah, prinsip ini dapat dikembangkan sebagai kecakapan moral sekaligus literasi informasi. Peserta didik diarahkan untuk memahami bahwa membagikan informasi bukan tindakan yang netral, sebab informasi yang keliru dapat menimbulkan kesalahpahaman, merusak reputasi, dan memengaruhi hubungan sosial.

Sementara itu, nilai *tabligh* berkontribusi terhadap pembentukan tanggung jawab dalam menyampaikan pesan di ruang digital. *Tabligh* tidak semata-mata bermakna menyampaikan informasi, tetapi juga mengandung tuntutan moral agar komunikasi dilakukan secara benar, santun, dan membawa manfaat. Prinsip *qaulan sadida* dalam Q.S. al-Ahzab (33): 70 dapat menjadi dasar normatif bagi peserta didik untuk menggunakan bahasa yang jujur dan bertanggung jawab. Penerapannya dapat terlihat dalam cara menyampaikan kritik tanpa penghinaan, menghindari ujaran kebencian, menghargai perbedaan pendapat, menjaga privasi orang lain, serta mempertimbangkan dampak suatu unggahan terhadap penerimanya. Dengan demikian, *tabligh* dapat dipahami sebagai etika komunikasi yang menghubungkan kebenaran isi pesan dengan kepatutan cara penyampaiannya.

Faizah (2026) menempatkan nilai-nilai PAI, termasuk *shidiq* dan *tabayyun*, sebagai fondasi normatif untuk merespons tantangan etika bermedia sosial Generasi Z. Ilmiyah dan Saniya (2026) membahas integrasi nilai adab dan etika bermedia sosial ke dalam kurikulum PAI serta menekankan strategi pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik generasi. Kedua kajian tersebut memiliki kesamaan dengan artikel ini dalam menempatkan nilai keislaman sebagai dasar pembentukan karakter digital. Namun, pembahasan ini secara khusus menghubungkan *shidiq* dengan integritas dalam mengelola informasi dan *tabligh* dengan tanggung jawab menyampaikan pesan. Hubungan tersebut menghasilkan kerangka konseptual yang mengaitkan dua tahap penting dalam komunikasi digital, yakni bagaimana seseorang memperlakukan informasi yang diterima dan bagaimana ia menyampaikan informasi kepada orang lain.

Kontribusi kedua nilai tersebut juga dapat dijelaskan melalui teori pendidikan karakter Lickona (1991). Integritas dan tanggung jawab komunikasi tidak cukup dibentuk melalui pengetahuan tentang perilaku yang benar, tetapi memerlukan penghayatan nilai dan pembiasaan dalam tindakan. Ketika peserta didik memahami risiko penyebaran informasi palsu, memiliki empati terhadap pihak yang terdampak, dan membiasakan diri melakukan verifikasi sebelum membagikan konten, nilai *shidiq* mulai terhubung dengan tindakan. Demikian pula, ketika peserta didik mampu mempertimbangkan manfaat pesan, memilih bahasa yang santun, dan menghormati orang lain dalam diskusi digital, nilai *tabligh* diwujudkan dalam perilaku komunikasi. Dengan demikian, pembentukan etika digital memerlukan kesinambungan antara pengetahuan moral, kepekaan sosial, dan praktik perilaku.

Bandura (1986) turut menjelaskan pentingnya lingkungan sosial dan keteladanan dalam mempertahankan perilaku yang dipelajari. Dalam konteks ini, praktik *shidiq* dan *tabligh* dapat diperkuat melalui budaya madrasah yang menghargai kejujuran akademik, komunikasi santun, dan tanggung jawab terhadap informasi. Aktivitas pembelajaran dapat diarahkan pada analisis konten media sosial, simulasi respons terhadap informasi yang meragukan, diskusi tentang dampak komentar digital, dan refleksi atas jejak digital. Kegiatan tersebut dapat membantu peserta didik menghubungkan nilai dengan pilihan tindakan yang konkret. Meskipun demikian, efektivitas strategi tertentu terhadap perubahan perilaku peserta didik perlu diuji melalui penelitian empiris tersendiri dan tidak dapat disimpulkan hanya dari sintesis konseptual.

Ribble (2015) menekankan pentingnya penggunaan teknologi secara bertanggung jawab. Nilai *shidiq* dan *tabligh* dapat memperkaya perspektif tersebut dengan memberikan landasan spiritual dan moral bagi tindakan digital. Peserta didik tidak hanya diarahkan untuk memahami aturan penggunaan media sosial, tetapi juga membangun kesadaran bahwa setiap aktivitas digital berkaitan dengan tanggung jawab etis. Prinsip praktis "*saring sebelum sharing*" dapat digunakan sebagai pengingat untuk memeriksa kebenaran informasi, menilai manfaat pesan, mempertimbangkan dampak sosial, dan menentukan kepatutan tindakan sebelum mengunggah atau membagikan konten. Prinsip ini bukan pengganti literasi digital, melainkan cara sederhana untuk menghubungkan literasi informasi dengan penghayatan nilai keislaman.

Secara keseluruhan, sintesis pembahasan memperlihatkan bahwa *shidiq* dan *tabligh* dapat diposisikan sebagai dua nilai profetik yang saling melengkapi dalam membangun etika digital Generasi Z. Shidiq menekankan integritas terhadap kebenaran, sedangkan *tabligh* menekankan tanggung jawab dalam mengomunikasikan kebenaran tersebut secara santun dan bermanfaat. Internalisasi keduanya memerlukan proses pengenalan, penghayatan, pembiasaan, serta dukungan lingkungan pendidikan, keluarga, kelompok sebaya, dan ruang digital yang digunakan peserta didik. Kontribusi utama kajian ini terletak pada perumusan hubungan konseptual antara nilai profetik dan etika bermedia sosial dalam konteks pembelajaran PAI di Madrasah Aliyah. Kerangka ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi pembelajaran dan penelitian lanjutan yang menguji penerapannya dalam situasi pendidikan nyata.

PENUTUP

Internalisasi nilai *shidiq* dan *tabligh* merupakan bagian penting dalam pembentukan etika bermedia sosial Generasi Z di Madrasah Aliyah. Berdasarkan sintesis kepustakaan, proses internalisasi kedua nilai tersebut berlangsung melalui pengenalan, penghayatan, dan pembiasaan dalam perilaku digital. Nilai *shidiq* menumbuhkan orientasi terhadap kejujuran, integritas, dan verifikasi informasi, sedangkan *tabligh* membentuk tanggung jawab dalam menyampaikan pesan secara benar, santun, dan bermanfaat. Keduanya tidak hanya berfungsi sebagai pengetahuan moral dan keagamaan, tetapi juga sebagai pedoman dalam mengambil keputusan serta membangun interaksi yang bertanggung jawab di ruang digital.

Proses internalisasi tersebut dipengaruhi oleh keterkaitan faktor personal, lingkungan pendidikan, keluarga, kelompok sebaya, dan karakteristik media digital. Oleh karena itu, penguatan etika digital memerlukan pembelajaran Pendidikan Agama Islam yang kontekstual, keteladanan pendidik, pembiasaan perilaku positif, serta dukungan lingkungan sosial yang konsisten. Integrasi nilai *shidiq* dan *tabligh* dengan literasi digital dapat membantu peserta didik memahami bahwa setiap aktivitas bermedia sosial mengandung tanggung jawab moral, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Dalam kerangka konseptual, kedua nilai profetik tersebut saling melengkapi dalam membangun integritas informasi dan komunikasi yang berorientasi pada kemaslahatan.

Kajian ini memberikan kontribusi konseptual dengan menghubungkan nilai *shidiq* dan *tabligh* dengan pembentukan etika digital Generasi Z dalam konteks pembelajaran PAI di Madrasah Aliyah. Namun, karena kajian ini bertumpu pada sintesis kepustakaan, kontribusi tersebut belum dapat dimaknai sebagai bukti empiris mengenai peningkatan karakter atau perubahan perilaku peserta didik. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dan menguji kerangka konseptual ini melalui penelitian lapangan, misalnya dengan mengimplementasikan strategi pembelajaran berbasis nilai profetik serta mengevaluasi pemahaman, sikap, dan praktik etika digital peserta didik. Dengan demikian, nilai *shidiq* dan *tabligh* berpotensi menjadi landasan pengembangan pendidikan karakter Islam yang relevan dengan tantangan komunikasi dan kehidupan sosial di era digital.

REFERENSI

Abror, M. Q., & Noviani, D. (2025). The role of Islamic education in building digital wellbeing and social media ethics among Muslim youth. *West Science Islamic Studies*, 3(4), 257–269. https://doi.org/10.58812/wsiss.v3i04.2303

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational *Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Al-Ghazali, A. H. M. (n.d.). *Ihya' 'ulum al-din*. Dar al-Ma'rifah. https://archive.org/search?query=Ihya%27+Ulum+al-Din+Al-Ghazali

Al-Maturidi, A. M. (1970). *Kitab al-tawhid*. Dar al-Mashriq. https://archive.org/search?query=Kitab+al-Tawhid+Al-Maturidi

Al-Qur'an al-Karim. (n.d.). Al-Qur'an. https://quran.com/

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Prentice-Hall*. https://books.google.com/books?q=Social+Foundations+of+Thought+and+Action+Bandura+1986

Berkowitz, M. W., & Bier, M. C. (2005). *What works in character education: A research-driven guide for educators*. Character Education Partnership. https://eric.ed.gov/?id=ED505086

Berkowitz, M. W., & Bier, M. C. (2007). What works in character education. *Journal of Research in Character Education*, 5 (1), 29-48.

https://www.researchgate.net/publication/228345517_What_Works_in_Character_Education

Ilmiyah, N., & Saniya, S. N. (2026). Internalisasi nilai adab dan etika bermedia sosial dalam kurikulum Pendidikan Agama Islam bagi Generasi Milenial dan Z. Ta'limDiniyah: *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies),* 6(2), 94–105. https://doi.org/10.53515/tdjpai.v6i1.249

Lickona, T. (1991). *Educating for character: How our schools can teach respect and responsibility*. Bantam Books. https://books.google.com/books?id=cQqfAAAAMAAJ

Mabruri, M., Baili, B., Yanti, E., Khamim, S., & Noviriani, N. (2024). Literasi digital dan etika bermedia sosial perspektif Islam: Hubungannya dengan sikap kritis dan tanggung jawab siswa dalam pembelajaran PAI daring. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(2). https://doi.org/10.23969/jp.v9i2.53608

Muksin, M., & Afandi, A. (2025). Digital ethics in Islamic religious education: Systematic literature review. *Maharot: Journal of Islamic Education*, 9(2), 133–144. https://doi.org/10.28944/maharot.v9i2.2225

Mu'min, U. A., Khutomi, B. M., & Fadillah, M. R. (2026). The role of Islamic religious teachers in shaping students' digital ethics in the social media era. *Atthulab: Islamic Religion Teaching and Learning Journal*, 11(1), 61–74. https://doi.org/10.15575/atthulab.v11i1.54558

Ribble, M. (2015). *Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know (3rd ed.).* International Society for Technology in Education. https://www.iste.org/

Shidiqi, A. (2026). Reconstructing Islamic religious education methodology through instructional technology to strengthen digital ethics among Generation Z. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, 4(1), 33–52. https://doi.org/10.38073/pelita.v4i1.5650