

The Influence Of Islamic Digital Media and Value Literacy on Social Media Ethics among Twelfth-Grade Students at MAN 2 Kota Probolinggo

Muhammad 'Affan Haydar¹, Muhammad Alfi Syahrin²

Pascasarjana Institut Ahmad Dahlan Probolinggo; affan1haidar@gmail.com

Pascasarjana Institut Ahmad Dahlan Probolinggo; alvinasyahrin2@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:
Islamic digital media;
value literacy;
social media ethics;
students;
quantitative study

Article history:

Received 2026-06-19

Revised 2026-07-23

Accepted 2026-11-01

ABSTRACT

This study examines the influence of Islamic digital media and value literacy on social media ethics among twelfth-grade students at MAN 2 Kota Probolinggo. Using a quantitative correlational survey, data were collected from all 32 students via a validated Likert-scale questionnaire. Multiple regression with robust HC3 standard errors showed that Islamic digital media had no significant effect on social media ethics ($\beta = -0.0007$; $p = 0.9965$), whereas value literacy demonstrated a significant positive influence ($\beta = 0.709$; $p < 0.01$). Together, both variables significantly predicted social media ethics ($F = 10.602$; $p < 0.01$), with an R^2 of 0.502, meaning 50.2% of the variance was explained. These findings underscore that value literacy plays a crucial role in fostering students' ethical conduct in digital environments.

Keywords: Islamic digital media; value literacy; social media ethics; students; quantitative study

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh media digital Islami dan literasi nilai terhadap etika bermedia sosial siswa kelas XII di MAN 2 Kota Probolinggo. Dengan pendekatan kuantitatif survei korelasional, data dikumpulkan dari 32 siswa melalui kuesioner skala Likert yang valid dan reliabel. Hasil regresi berganda dengan HC3 menunjukkan bahwa media digital Islami tidak berpengaruh signifikan terhadap etika bermedia sosial ($\beta = -0,0007$; $p = 0,9965$), sementara literasi nilai berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,709$; $p < 0,01$). Secara simultan, kedua variabel juga berpengaruh signifikan ($F = 10,602$; $p < 0,01$) dengan kontribusi R^2 sebesar 0,502. Temuan ini menegaskan bahwa literasi nilai lebih dominan dalam membentuk perilaku etis siswa di ruang digital dibandingkan konsumsi media digital Islami.

Kata kunci: media digital Islami; literasi nilai; etika bermedia sosial; siswa madrasah; studi kuantitatif

This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Muhammad 'Affan Haydar

Pascasarjana Institut Ahmad Dahlan Probolinggo; affan1haidar@gmail.com

1. INTRODUCTION

Transformasi digital yang berlangsung sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah pola kehidupan masyarakat, termasuk cara generasi muda berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun relasi sosial. Kehadiran media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan WhatsApp menjadikan ruang digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan peserta didik. Di lingkungan pendidikan menengah, media sosial tidak lagi sekadar sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi media belajar, ruang ekspresi diri, sekaligus arena pembentukan identitas sosial remaja (Larasati et al., 2025). Tingginya intensitas penggunaan media digital di kalangan pelajar membawa dua konsekuensi yang berjalan beriringan. Di satu sisi, teknologi digital memberikan peluang luas bagi siswa untuk memperoleh wawasan keislaman melalui konten dakwah, kajian, maupun media edukatif berbasis nilai Islam. Namun di sisi lain, ruang digital juga menghadirkan persoalan etika yang semakin kompleks, seperti penyebaran informasi palsu, cyberbullying, ujaran kebencian, hingga perilaku komunikasi yang tidak santun (Farichah & Nasaruddin, 2024).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi belum sepenuhnya diikuti dengan kematangan moral dalam penggunaan media sosial. Data dari We Are Social (2024) mencatat penetrasi pengguna media sosial di Indonesia mencapai 74% populasi dengan durasi rata-rata 3,5 jam per hari (Ramadhan et al., 2025). Fenomena degradasi akhlak di media sosial juga dikonfirmasi oleh berbagai penelitian yang menemukan bahwa konten negatif dan perilaku tidak etis masih marak terjadi di kalangan remaja (Farichah & Nasaruddin, 2024; Ramadhan et al., 2025; Siregar et al., 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa degradasi akhlak generasi muda berkaitan erat dengan lemahnya pembinaan etika digital. Oleh sebab itu, persoalan etika bermedia sosial menjadi isu penting dalam dunia pendidikan, khususnya pada lembaga pendidikan Islam yang memiliki tanggung jawab moral untuk membentuk karakter peserta didik sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Dalam konteks tersebut, media digital Islami memiliki posisi strategis karena dapat menjadi sarana internalisasi nilai-nilai moral dan keagamaan kepada generasi muda melalui pendekatan yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari (Harsanto et al., 2025). Media digital yang memuat nilai-nilai Islam berpotensi membentuk budaya komunikasi yang santun, bijak, dan bertanggung jawab apabila digunakan secara tepat dalam proses pendidikan. Prinsip-prinsip etika komunikasi Islam seperti tabayyun, amanah, dan keadilan menjadi fondasi penting dalam penyebaran pesan keagamaan di ruang digital (Irawan & Bashori, 2025; Sukayat, 2023). Lebih lanjut, nilai-nilai Qur'ani terbukti mampu menjadi prototipe etika bermedia sosial yang efektif dengan mengidentifikasi tiga prinsip utama etika komunikasi dalam Surah An-Nur 24:11-15, yaitu berkata baik (qaulan ma'rufan), kejujuran (sidq), dan akurasi informasi melalui tabayyun. Ketiga prinsip ini menjadi pedoman esensial bagi pengguna media sosial untuk menciptakan interaksi yang damai dan harmonis di ruang digital (Aisyah & Nasution, 2024).

Kajian mengenai literasi digital dan etika bermedia sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Penelitian pertama menemukan bahwa pemahaman literasi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam, dengan kontribusi pengaruh sebesar 49,6% (Setiawan & Mulyono, 2025). Penelitian berikutnya menjelaskan bahwa pendidikan agama Islam berkontribusi penting dalam membentuk perilaku digital peserta didik melalui penanaman nilai tabayyun, amanah, dan tanggung jawab (Hartati et al., 2025). Temuan lain mengungkapkan bahwa 82% mahasiswa mengakses konten keislaman setidaknya lima kali dalam seminggu (Uktafiyani et al., 2025), sementara studi komparatif menemukan bahwa TikTok unggul dalam penyebaran pesan dakwah

dan Instagram lebih kuat dalam membangun loyalitas komunitas (Uriawan et al., 2025). Penguatan etika digital juga dapat dilakukan melalui pendekatan pembelajaran kontekstual yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam (Prasetya et al., 2025; Syafikah & Sumadi, 2025).

Walaupun demikian, penelitian yang secara khusus menguji pengaruh media digital Islami dan literasi nilai terhadap etika bermedia sosial siswa madrasah masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak membahas literasi digital secara umum atau etika komunikasi digital dari perspektif konseptual dan kualitatif (Shodiqoh, 2024). Padahal, lingkungan madrasah memiliki karakteristik tersendiri karena pendidikan yang berlangsung tidak hanya menekankan aspek akademik, tetapi juga pembinaan nilai keislaman dan pembentukan akhlak peserta didik (Araniri & Nahriyah, 2025; Khoirulloh et al., 2026). Literasi digital tidak hanya sebatas keterampilan teknis, tetapi juga menyangkut aspek etika, tanggung jawab, dan nilai-nilai moral yang sejalan dengan ajaran Islam (Waroh et al., 2025).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh media digital Islami terhadap etika bermedia sosial siswa secara parsial; (2) menganalisis pengaruh literasi nilai terhadap etika bermedia sosial siswa secara parsial; (3) menganalisis pengaruh media digital Islami dan literasi nilai secara simultan terhadap etika bermedia sosial siswa.

2. METHODS

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei korelasional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian diarahkan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif melalui pengukuran numerik dan analisis statistik (Waruwu, 2023; Waruwu et al., 2025). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen, yaitu media digital Islami (X_1) dan literasi nilai (X_2), serta satu variabel dependen, yaitu etika bermedia sosial (Y).

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XII Madrasah Aliyah Negeri 2 Kota Probolinggo yang berjumlah 32 peserta didik. Mengingat jumlah populasi relatif kecil, penelitian ini menggunakan teknik total sampling atau sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel dengan melibatkan seluruh anggota populasi sebagai responden penelitian.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket tertutup yang disusun menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban ($SS=5$, $S=4$, $R=3$, $TS=2$, $STS=1$). Instrumen terdiri dari 31 item pernyataan yang terbagi dalam 8 item untuk variabel Media Digital Islami (X_1), 11 item untuk variabel Literasi Nilai (X_2), dan 12 item untuk variabel Etika Bermedia Sosial (Y).

4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan teknik Corrected Item-Total Correlation dengan nilai r tabel = 0,349 ($N=32$, $\alpha=0,05$). Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur mengukur apa yang ingin diukur (Fauzi et al., 2022; Suhadarliyah et al., 2022). Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan standar reliabilitas $> 0,70$. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Fauzi et al., 2022; Payadnya, 2022). Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Media Digital Islami (X_1)	0,819	0,70	Reliabel
Literasi Nilai (X_2)	0,881	0,70	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Etika Bermedia Sosial (Y)	0,927	0,70	Sangat Reliabel

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python dengan bantuan library statsmodels dan scikit-learn. Analisis dilakukan melalui tiga tahap: (1) analisis statistik deskriptif (mean, SD, min, max); (2) uji prasyarat analisis (normalitas Shapiro-Wilk, linearitas, multikolinearitas dengan VIF, heteroskedastisitas Breusch-Pagan); (3) uji hipotesis (korelasi Pearson, regresi linear berganda dengan Robust Standard Errors HC3, uji t, uji F, dan koefisien determinasi R^2) (Kaganovskiy, 2026; Payadnya, 2022; Suhadarliyah et al., 2022).

Regresi linear berganda dengan Robust Standard Errors (HC3) digunakan karena terdeteksi heteroskedastisitas dalam data. Metode ini direkomendasikan oleh White (1980) dan Cribari-Neto (2004) untuk mengatasi pelanggaran asumsi heteroskedastisitas (Cribari-Neto, 2004; Kaganovskiy, 2026; White, 1980). Model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \quad (1)$$

di mana Y adalah etika bermedia sosial, β_0 adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi, X_1 adalah media digital Islami, X_2 adalah literasi nilai, dan ε adalah error term (Kaganovskiy, 2026; Payadnya, 2022).

3. RESULT AND DISCUSSION

1. Result

a. Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
Media Digital Islami (X_1)	32	26,00	39,00	32,50	3,707
Literasi Nilai (X_2)	32	36,00	55,00	47,91	4,954
Etika Bermedia Sosial (Y)	32	41,00	60,00	53,81	5,992

Catatan: Pembulatan dilakukan 2-3 desimal sesuai dengan hasil Python.

b. Uji Prasyarat Analisis

Hasil uji normalitas Shapiro-Wilk menunjukkan seluruh variabel berdistribusi normal dengan nilai $W = 0,9634$ dan $p = 0,5105$ ($p > 0,05$). Uji linearitas menunjukkan hubungan antara X_1 dan Y serta X_2 dan Y bersifat linear ($p > 0,05$). Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF = 1,3012 (< 10) dan Tolerance = 0,768 ($> 0,10$), artinya tidak terjadi multikolinearitas (Kaganovskiy, 2026). Uji heteroskedastisitas Breusch-Pagan menunjukkan nilai LM = 10,0233 dengan $p = 0,0067$ ($< 0,05$), yang berarti terjadi pelanggaran asumsi heteroskedastisitas. Oleh karena itu, hasil regresi menggunakan *Robust Standard Errors (HC3)* (Kaganovskiy, 2026). Uji autokorelasi Durbin-Watson menunjukkan nilai DW = 1,7535 (mendekati 2), artinya tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Korelasi Pearson

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	X ₁	X ₂	Y
Media Digital Islami (X ₁)	1,0000	0,5542**	0,4488**
Literasi Nilai (X ₂)	0,5542**	1,0000	0,6711**
Etika Bermedia Sosial (Y)	0,4488**	0,6711**	1,0000

Keterangan: ** = Korelasi signifikan pada level 0,01 (2-tailed).

d. Uji Regresi Linear Berganda (dengan Robust SE HC3)

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda (Standardized)

Model	Koefisien Beta (β)	Std. Error	t-hitung	p-value	Signifikansi
Konstanta	0,0000	0,1657	0,0000	1,0000	Tidak Signifikan
Media Digital Islami (X ₁)	-0,0007	0,1554	-0,0045	0,9965	Tidak Signifikan (ns)
Literasi Nilai (X ₂)	0,7091**	0,2225	3,1874	0,0044	Signifikan (**)

Keterangan: ** = $p < 0,01$; ns = tidak signifikan

Berdasarkan Tabel 4, persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$\hat{Y} = 0,0000 - 0,0007X_1 + 0,7091X_2 \quad (2)$$

Tabel 5. Hasil Uji F dan Koefisien Determinasi

Model	F	Sig.	R	R Square	Adjusted R Square
Regresi	10,602	0,0007	0,709	0,502	0,455

2. Discussion

a. Pengaruh Media Digital Islami terhadap Etika Bermedia Sosial

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media digital Islami **tidak berpengaruh signifikan** terhadap etika bermedia sosial siswa ($\beta = -0,0007$; $t = -0,0045$; $p = 0,9965 > 0,05$). Hal ini berbeda dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media digital Islami berpengaruh positif terhadap etika bermedia sosial. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun siswa mengakses konten keislaman di media digital, belum tentu meningkatkan etika mereka dalam bermedia sosial. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kaganovskiy (2026) yang menekankan pentingnya standardisasi data dan koreksi heteroskedastisitas dalam analisis regresi. Ketidaksesuaian hasil ini juga dapat disebabkan oleh faktor lain seperti kualitas konten yang dikonsumsi, intensitas penggunaan, serta konteks sosial budaya siswa. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan media digital Islami berpengaruh terhadap etika bermedia sosial **ditolak**.

b. Pengaruh Literasi Nilai terhadap Etika Bermedia Sosial

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika bermedia sosial siswa ($\beta = 0,709$; $t = 3,187$; $p = 0,0044 < 0,01$). Nilai koefisien literasi nilai (0,709) yang cukup besar menunjukkan bahwa literasi nilai memiliki

kontribusi yang fundamental dalam membentuk perilaku etis digital dibandingkan dengan media digital Islami yang memiliki koefisien mendekati nol. Temuan ini sejalan dengan penelitian Setiawan dan Mulyono (2025) yang menemukan bahwa literasi digital berpengaruh signifikan terhadap etika penggunaan TikTok. Hartati et al. (2025) menjelaskan bahwa pendidikan agama Islam memiliki peran strategis dalam menanamkan nilai-nilai etika digital. Lebih lanjut, Khoirulloh et al. (2026) menyimpulkan bahwa nilai-nilai Islam seperti kejujuran (sidq), amanah, dan adab sangat relevan sebagai dasar etika bermedia digital. Temuan ini menegaskan bahwa upaya peningkatan etika bermedia sosial di lingkungan madrasah perlu memprioritaskan penguatan literasi nilai, karena pemahaman nilai yang mendalam akan membentuk kesadaran etis yang lebih kuat dibandingkan sekadar akses terhadap konten keislaman di media digital. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan literasi nilai berpengaruh terhadap etika bermedia sosial **diterima**.

c. Pengaruh Simultan Media Digital Islami dan Literasi Nilai

Hasil uji F menunjukkan bahwa media digital Islami dan literasi nilai secara simultan berpengaruh signifikan terhadap etika bermedia sosial ($F = 10,602$; $p = 0,0007 < 0,01$). Nilai $R^2 = 0,502$ (50,2%) berarti kedua variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 50,2% terhadap variasi etika bermedia sosial siswa, sementara sisanya sebesar 49,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti lingkungan keluarga, pengaruh teman sebaya, intensitas penggunaan media sosial, dan pendidikan karakter di sekolah (Farichah & Nasaruddin, 2024; Ramadhan et al., 2025). Penting untuk dicatat bahwa kontribusi simultan sebesar 50,2% ini sebagian besar disumbangkan oleh variabel literasi nilai (dengan koefisien 0,709 dan signifikan), sementara media digital Islami memberikan kontribusi yang sangat kecil dan tidak signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kedua variabel bersama-sama dapat menjelaskan lebih dari separuh variasi etika bermedia sosial, efek dominan berasal dari literasi nilai, bukan dari media digital Islami. Penelitian Larasati et al. (2025) membuktikan bahwa pendekatan holistik yang menggabungkan edukasi literasi digital dan pelatihan konten positif efektif mengubah perilaku digital remaja. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan kedua variabel secara simultan berpengaruh terhadap etika bermedia sosial **diterima**, namun dengan catatan bahwa pengaruh tersebut didominasi oleh literasi nilai.

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Media digital Islami tidak berpengaruh signifikan** terhadap etika bermedia sosial siswa MAN 2 Kota Probolinggo ($\beta = -0,0007$; $t = -0,0045$; $p = 0,9965 > 0,05$). **Hipotesis pertama (H1) ditolak**.
2. **Literasi nilai berpengaruh positif dan signifikan** terhadap etika bermedia sosial siswa ($\beta = 0,709$; $t = 3,187$; $p = 0,0044 < 0,01$). **Hipotesis kedua (H2) diterima**.
3. **Media digital Islami dan literasi nilai secara simultan berpengaruh signifikan** terhadap etika bermedia sosial siswa ($F = 10,602$; $p = 0,0007$; $R^2 = 0,502$). **Hipotesis ketiga (H3) diterima**.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa penguatan literasi nilai merupakan strategi penting dalam membentuk etika bermedia sosial peserta didik di lingkungan madrasah, sementara penguatan media digital Islami saja tanpa didukung literasi nilai yang memadai tidak cukup untuk membentuk etika digital yang baik.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan. **Pertama**, ukuran sampel yang relatif kecil ($N=32$) dan hanya mencakup satu madrasah membatasi generalisasi temuan. **Kedua**, desain cross-sectional yang digunakan tidak memungkinkan penarikan kesimpulan kausal, sehingga hubungan yang ditemukan bersifat asosiatif. **Ketiga**, korelasi yang cukup kuat antara kedua variabel prediktor ($r = 0,554$) menyulitkan pemisahan pengaruh unik masing-masing variabel. **Keempat**, definisi operasional media digital Islami masih bersifat umum dan tidak mengukur aspek kualitas, durasi, maupun jenis konten yang dikonsumsi

siswa. **Kelima**, penggunaan skala Likert sebagai data interval dalam analisis regresi juga menjadi keterbatasan metodologis.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi, melibatkan lebih banyak madrasah dengan jumlah sampel yang lebih besar, menggunakan pendekatan mixed methods, serta menambahkan variabel lain seperti pola asuh orang tua atau pengaruh teman sebaya. Selain itu, disarankan pula untuk menggunakan metode analisis yang mengkoreksi pelanggaran asumsi klasik seperti robust standard errors atau metode bootstrap (Kaganovskiy, 2026), serta mempertimbangkan desain longitudinal untuk menguji kausalitas.

REFERENCES

- Aisyah, N., & Nasution, H. (2024). Etika Komunikasi Di Media Sosial: Kajian Al-Quran Surat An-Nur Ayat 11-15. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Raushan Fikr*, 13(2), 497–511. <https://doi.org/10.24090/jimrf.v13i2.11932>
- Araniri, N., & Nahriyah, S. (2025). Integration of Islamic Religious Education and Digital Technology in Shaping Students' IMTAQ Character in the Digital Age. *Indonesian Journal of Islamic Education*, 3(1), 13–19. <https://doi.org/10.31949/ijie.v3i1.14665>
- Cribari-Neto, F. (2004). Asymptotic inference under heteroskedasticity of unknown form. *Computational Statistics & Data Analysis*, 45(2), 215–233. [https://doi.org/10.1016/S0167-9473\(02\)00366-3](https://doi.org/10.1016/S0167-9473(02)00366-3)
- Farichah, E., & Nasaruddin. (2024). Pendidikan Islam Dalam Menjawab Problem Etika Bermedia Sosial, Cyber Bullying, Hoaks, Dan Konten Negatif. *Jurnal AL-Muta'aliyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 04. <https://doi.org/10.51700/almutaliyah%20v4i01.1280>
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A. G. S., Zonyfar, C., Nuraini, R., Purnia, D. S., Setyawati, I., Evi, T., Permana, S. D. H., & Sumartiningsih, M. S. (2022). *Metodologi Penelitian*. CV. Pena Persada.
- Harsanto, M., Mayasari, A. E., Sujood, & Mustofa, T. A. (2025). Kajian Literatur Integrasi Etika Islam Dalam Pembelajaran Digital Untuk Generasi Muda. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3.
- Hartati, T. N., Wulansari, V. D., Maghfiroh, U., Putri, U. A., & Febriani, E. (2025). Peran Pendidikan Agama Islam dalam Pembentukan Etika Digital Siswa Di Era Media Sosial. *AT-TARBIYAH Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama Islam*, 2.
- Irawan, J., & Bashori. (2025). Etika Penyebaran Ayat Al-Qur'an dalam Media Digital: Kajian Literatur atas Tantangan dan Prinsip Qur'ani. *Fathir: Jurnal Studi Islam*, 2(3), 357–369. <https://doi.org/10.71153/fathir.v2i3.330>
- Kaganovskiy, L. (2026). *Applied Statistics with Python: Volume II: Multivariate Models* (1 ed.). Chapman and Hall/CRC. <https://doi.org/10.1201/9781003610830>
- Khoirulloh, S., Laela, S., Herliani, L., & Nazib, F. M. (2026). Etika Bermedia Digital dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Al-Ilmiya: Jurnal Pendidikan Islam*, 1.
- Larasati, S., Habie, R. O., Aisyah, M. R., & Fadel, Moh. (2025). Literasi Digital dan Etika Bermedia Sosial di Kalangan Remaja. *East Journal of Innovative Community Services*, 3(03).
- Payadnya, I. P. A. A. (2022). *Metode Statistika Penelitian*. Haura Utama.
- Prasetya, D., Prayogi, A., Kamal, M. R., & Marina, R. (2025). Literasi Digital sebagai Pilar Penguatan Etika Bermedia Sosial bagi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. *Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian dan Perubahan Sosial*, 2(3), 173–180. <https://doi.org/10.62951/karya.v2i3.2250>
- Ramadhan, M., Mukmin, M., & Syahrul, S. (2025). Media Sosial Dan Degradasi Akhlak: Respons Pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(4), 6706–6713.

- Setiawan, E., & Mulyono, B. (2025). Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Etika Penggunaan Media Sosial TikTok Pada Peserta Didik SMK Muhammadiyah 1 Salam. *MEDIA AGORA: Jurnal Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan*, 13. <https://doi.org/10.21831/agora.v13i5.23166>
- Shodiqoh, R. (2024). Digital Ethics: Social Media Ethics in a Contemporary Islamic Perspective. *Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities*, 2(03), 215–226. <https://doi.org/10.61455/sicopus.v2i03.153>
- Siregar, M. N., Rahmi, T., & Hasibuan, M. H. (2024). Etika Dalam Penggunaan Media Sosial (Social Media Networking) Melalui Tinjauan Hadis. *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia*, 3(4), 171–179. <https://doi.org/10.572349/relinesia.v3i4.2099>
- Suhadarliyah, Hartati, S., Zaenurrosyid, Amelia, D., Budiarto, B. wahyu, Boari, Y., Simanullang, S., & Dahliana, A. B. (2022). *Metodologi Penelitian*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Sukayat, T. (2023). Da'wah communication in the Contemporary Era: Implementing da'wah ethics on social media. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 43(2), 375–390. <https://doi.org/10.21580/jid.v43.2.18465>
- Syafikah, N., & Sumadi, E. (2025). Penguatan Etika Digital Melalui Pembelajaran: Studi Pada Materi Adab Bersosial Media di MTs Roudlotusysyubban. *DIMAR: Jurnal Pendidikan Islam*.
- Uktafiyani, N. A., Nawawi, M., & Minan, A. K. (2025). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Literasi Keislaman Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Qomaruddin). *Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan*, 7. <https://doi.org/10.46870/jstain.v7i1.1484>
- Uriawan, W., Ijazi, M. S., Arraudy, N. R., Wibowo, O. S. P., & Santoso, R. D. (2025). *A Comparative Analysis of Instagram and TikTok as Islamic da'wah Media in the Digital Era* (Versi 2). arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2512.17646>
- Waroh, S., Putri, A., & Gusmaneli. (2025). Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Penguatan Literasi Digital pada Generasi Milenial. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(2), 323–332. <https://doi.org/10.61104/alz.v3i2.1012>
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- White, H. (1980). A Heteroskedasticity-Consistent Covariance Matrix Estimator and a Direct Test for Heteroskedasticity. *Econometrica*, 48(4), 817–838. <https://doi.org/10.2307/1912934>