

ANALISIS KONSEP KEIKHLASAN DALAM KITAB NASHAIHUL 'IBAD DAN RELEVANSINYA TERHADAP ETIKA BERAMAL (BERIBADAH DAN BERKONTEN) DI MEDIA SOSIAL GENERASI Z DI ERA DIGITAL

Safinatul A Yun, M. Fauzi

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

safinatulayun1@gmail.com, m.fauziainutuban@gmail.com

ABSTRAK

Keikhlasan merupakan salah satu nilai fundamental dalam ajaran Islam yang dimaknai sebagai upaya memurnikan niat dari segala bentuk riya, ujub, dan kepentingan duniawi agar setiap amal semata-mata ditujukan kepada Allah Swt. Konsep ini dijelaskan secara mendalam dalam Nashaihul 'Ibad, yang menekankan pentingnya kebersihan hati dalam setiap bentuk ibadah dan perilaku manusia. Dalam perspektif tasawuf, keikhlasan tidak hanya dipahami sebagai dimensi spiritual, tetapi juga sebagai landasan moral yang menentukan kualitas amal seseorang di hadapan Allah. Namun, perkembangan era digital telah menghadirkan tantangan baru dalam implementasi nilai keikhlasan, khususnya pada Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di tengah budaya media sosial. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang sangat aktif dalam ruang digital melalui berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X. Aktivitas keagamaan yang sebelumnya bersifat personal kini cenderung mengalami pergeseran menjadi lebih terbuka dan performatif. Fenomena seperti membagikan aktivitas ibadah, sedekah, kajian, hingga konten religius sering kali disertai dengan orientasi terhadap validasi sosial berupa likes, views, komentar, dan followers. Kondisi ini dapat memengaruhi orientasi niat dalam beramal sehingga memunculkan potensi riya digital dan pencarian pengakuan publik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis konsep keikhlasan dalam Nashaihul 'Ibad serta relevansinya terhadap etika beramal dan konten Generasi Z di era digital, guna membangun etika digital yang berlandaskan nilai spiritual Islam dan memperkuat kajian tasawuf kontemporer.

Kata Kunci: keikhlasan, Nashaihul 'Ibad, Generasi Z, media sosial, etika beramal, etika konten, era digital.

ABSTRACT

Sincerity is one of the fundamental values in Islamic teachings, interpreted as an effort to purify intentions from all forms of riya (showing off), ujub (showing off), and worldly interests so that every deed is solely directed to Allah SWT. This concept is explained in depth in Nashaihul 'Ibad, which emphasizes the importance of purity of heart in every form of worship and human behavior. From a Sufi perspective, sincerity is not only understood as a spiritual dimension, but also as a moral foundation that determines the quality of one's deeds before Allah. However, the development of the digital era has presented new challenges in implementing the value of sincerity, especially for Generation Z who grew up and developed amidst social media culture. Generation Z is known as a generation that is very active in the digital space through various platforms such as Instagram, TikTok, YouTube, and X. Religious activities that were previously personal are now tending to shift to become more open and performative. Phenomena such as sharing worship activities, alms, studies, and religious content are often accompanied by an orientation towards social validation in the form of likes, views, comments, and followers. This condition can influence the orientation of intentions in deeds, thus giving rise to the potential for digital riya (showing off) and the search for public recognition. Therefore, this study aims to analyze the concept of sincerity in Nashaihul 'Ibad and its relevance to the ethics of charity and content for Generation Z in the digital era. This aims to develop a digital ethic grounded in Islamic spiritual values and strengthen contemporary Sufism studies.

Keywords: *Sincerity, Nashaihul 'Ibad, Generation Z, Social Media, Ethics Of Charity, Ethics Of Content, Digital Era.*

PENDAHULUAN

Dalam kajian tasawuf modern, keikhlasan tidak hanya dipahami sebagai ajaran normatif semata, tetapi juga sebagai mekanisme pengendalian batin yang mampu mengarahkan perilaku manusia menuju nilai-nilai spiritual dan kedekatan kepada Allah Swt. Keikhlasan menjadi fondasi utama dalam setiap amal karena menentukan kemurnian niat seseorang dari berbagai penyakit hati seperti riya, ujub, dan orientasi duniawi. Konsep ini dijelaskan secara mendalam dalam Nashaihul 'Ibad yang menekankan pentingnya memurnikan niat agar seluruh amal benar-benar ditujukan hanya kepada Allah (Muhlisa, 2025). Dalam perspektif tasawuf, amal yang dilakukan tanpa keikhlasan dipandang kehilangan nilai spiritualnya meskipun tampak baik secara lahiriah.

Di era modern, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar terhadap pola keberagamaan masyarakat, khususnya pada Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital dan media sosial. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas, ekspresi diri, dan representasi religiusitas. Fenomena digital religion muncul sebagai bentuk transformasi praktik keberagamaan yang disesuaikan dengan budaya media digital sehingga melahirkan pola interaksi spiritual baru (Rosfiyanti dkk., 2024).

Media sosial pada dasarnya memiliki potensi positif sebagai sarana dakwah, edukasi akhlak, serta penyebaran nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Berbagai konten keagamaan seperti kajian online, motivasi Islami, ceramah singkat, hingga kampanye sosial keagamaan dapat diakses dengan mudah oleh generasi muda. Namun, di sisi lain, penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan juga menghadirkan tantangan serius, terutama ketika orientasi popularitas dan pencitraan mulai menggeser substansi spiritual dari ajaran agama. Fenomena komodifikasi simbol-simbol agama dan pencarian validasi sosial melalui likes, views, komentar, dan followers menjadi bagian dari realitas keberagamaan digital saat ini (Aulia & Qalby, 2025).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa praktik keberagamaan di ruang digital cenderung mengalami pergeseran dari yang bersifat personal menuju performatif, di mana aktivitas ibadah dan ekspresi religius dipertontonkan untuk konsumsi publik. Dalam situasi seperti ini, ukuran popularitas digital berpotensi memengaruhi orientasi niat seseorang dalam beramal. Aktivitas keagamaan yang semestinya dilakukan karena Allah dapat berubah menjadi sarana memperoleh pengakuan sosial dan citra diri di ruang publik digital. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa media digital telah mendorong fungsi agama tidak hanya sebagai nilai spiritual, tetapi juga sebagai bagian dari dinamika sosial, budaya populer, dan representasi identitas individu (Wasilatul Jariah, 2025).

Selain memengaruhi orientasi keberagamaan, intensitas penggunaan media sosial juga berdampak terhadap kondisi mental dan spiritual individu, seperti menurunnya kesadaran diri, meningkatnya perilaku impulsif, kecanduan digital, serta kecenderungan mencari validasi sosial secara berlebihan. Dalam konteks ini, nilai-nilai tasawuf seperti muhasabah, muraqabah, zuhud, sabar, tawadhu, dan ikhlas dipandang relevan sebagai solusi spiritual untuk menjaga keseimbangan antara kehidupan digital dan kehidupan batin manusia (Muhlisa, 2025).

Integrasi nilai-nilai tasawuf dalam ruang digital menunjukkan bahwa konsep-konsep spiritual Islam tetap memiliki relevansi kuat dalam membangun etika komunikasi dan perilaku bermedia sosial yang sehat, bijak, dan bertanggung jawab. Nilai keikhlasan dapat menjadi landasan moral dalam menggunakan media sosial agar aktivitas digital tidak semata-mata berorientasi pada popularitas, tetapi juga mengandung nilai ibadah dan kemanfaatan sosial (Shanty dkk., 2025).

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara media sosial dan perilaku keagamaan. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek eksternal seperti interaksi sosial, strategi dakwah digital, dan penyebaran konten keagamaan. Penelitian yang secara khusus mengaitkan dimensi batiniah, terutama konsep keikhlasan dalam Nashaihul 'Ibad serta relevansinya terhadap etika beramal Generasi Z di media sosial, masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya research gap yang penting untuk dikaji lebih mendalam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep keikhlasan dalam perspektif Nashaihul 'Ibad serta mengkaji relevansinya terhadap etika beramal Generasi Z di era digital, baik dalam praktik ibadah maupun aktivitas bermedia sosial. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian tasawuf modern dan etika digital Islam, sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam membangun budaya digital yang lebih spiritual, bijak, dan berorientasi pada nilai-nilai keikhlasan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian konsep keikhlasan dalam Nashaihul 'Ibad karya Syekh Nawawi al-Bantani serta relevansinya terhadap praktik keberagamaan Generasi Z di era media sosial. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan tasawuf, etika digital, perilaku keagamaan, dan fenomena media sosial pada generasi muda.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Nashaihul 'Ibad, khususnya pembahasan mengenai konsep keikhlasan, riya, dan penyucian niat dalam beramal. Adapun data sekunder diperoleh dari berbagai buku, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan literatur akademik yang relevan dengan kajian tasawuf modern, media sosial, digital religion, serta perilaku religius Generasi Z. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dan studi literatur dengan menelusuri, membaca, mencatat, serta mengklasifikasikan sumber-sumber yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengidentifikasi, mengategorikan, dan menafsirkan data secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep keikhlasan dalam perspektif tasawuf. Proses analisis mencakup reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi makna, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-kontekstual, yakni mengkaji konsep keikhlasan berdasarkan perspektif normatif dalam Nashaihul 'Ibad kemudian menghubungkannya dengan fenomena keberagamaan digital yang berkembang di

kalangan Generasi Z. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya menjelaskan relevansi nilai-nilai tasawuf dalam membangun etika beramal dan etika bermedia sosial pada era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Keikhlasan dalam Kitab *Nashaihul 'Ibad* sebagai Basis Etika Amal

Konsep ini merupakan salah satu prinsip utama dalam tasawuf yang berfungsi sebagai dasar untuk menilai nilai spiritual amal. Menurut perspektif ini, suatu perbuatan dinilai berdasarkan kualitas niat yang mendasari, bukan hanya bentuk lahiriahnya. Keikhlasan adalah proses membersihkan hati dari semua jenis orientasi selain Allah SWT, seperti *riya* (ingin dilihat dan dipuji oleh orang lain), *ujub* (merasa kagum terhadap diri sendiri), dan berbagai jenis keinginan untuk mendapatkan pengakuan, pujian, atau keuntungan sosial. Oleh karena itu, keikhlasan bertindak sebagai pengarah utama yang memastikan bahwa semua tindakan manusia berada dalam jalur penghambaan kepada Allah.

Tasawuf melihat keikhlasan sebagai nilai moral yang normatif dan mekanisme pengendalian batin yang sangat penting untuk menjaga stabilitas spiritual seseorang. Mekanisme ini bekerja dengan mengarahkan kesadaran manusia untuk berfokus pada ridha Allah daripada penilaian makhluk. Oleh karena itu, keikhlasan dalam tasawuf memiliki dimensi spiritual dan psikologis karena berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk mengendalikan keinginan diri sendiri, keinginan untuk diakui, dan keinginan untuk diakui oleh orang lain.

Kitab *Nashaihul 'Ibad* menjelaskan bahwa keikhlasan tidak bersifat tunggal, melainkan memiliki tingkatan yang menunjukkan kualitas spiritual seseorang dalam beramal. Tingkatan pertama atau tertinggi adalah kondisi ketika seorang hamba melakukan amal secara tersembunyi dan tidak ingin diketahui oleh orang lain. Pada tingkat ini, seseorang tidak mengharapkan pujian, popularitas, maupun bentuk penghargaan duniawi apa pun. Seluruh amalnya semata-mata diarahkan untuk mencari ridha Allah SWT tanpa ada campuran motivasi lain. Inilah bentuk keikhlasan paling sempurna dalam pandangan tasawuf.

Tingkatan kedua adalah ketika seseorang beramal dengan orientasi pada pahala akhirat. Pada level ini, amal masih memiliki motivasi spiritual, seperti keinginan untuk mendapatkan keselamatan dari siksa neraka, memperoleh ampunan Allah, dan meraih kenikmatan surga. Meskipun sudah lebih baik dibandingkan tingkatan sebelumnya, orientasi ini masih menunjukkan adanya harapan terhadap balasan, sehingga belum mencapai derajat keikhlasan yang paling murni.

Sementara itu, tingkatan ketiga merupakan derajat terendah dalam struktur keikhlasan, yaitu ketika amal masih disertai dengan motivasi duniawi. Bentuk motivasi ini dapat berupa keinginan untuk memperoleh kelapangan rezeki, mendapatkan kedudukan sosial, atau terhindar dari kesulitan hidup. Pada level ini, amal tidak sepenuhnya terfokus pada Allah, karena masih terdapat keterikatan dengan kepentingan dunia yang bersifat sementara.

Struktur bertingkat ini menunjukkan bahwa konsep keikhlasan dalam tasawuf bersifat gradatif dan dinamis, artinya kualitas amal seseorang dapat meningkat atau menurun tergantung pada tingkat kemurnian niatnya. Semakin bersih niat seseorang dari unsur kepentingan selain Allah, maka semakin tinggi pula derajat keikhlasannya. Sebaliknya, semakin besar keterlibatan motivasi duniawi atau sosial, maka semakin rendah kualitas spiritual amal tersebut.

Dengan demikian, keikhlasan dalam *Nashaihul 'Ibad* tidak hanya menjadi konsep teoretis dalam tasawuf, tetapi juga berfungsi sebagai indikator utama dalam menilai etika beramal seorang Muslim. Konsep ini tidak terbatas pada ibadah ritual semata, tetapi juga mencakup seluruh aktivitas kehidupan yang memiliki nilai spiritual, termasuk interaksi sosial dan perilaku dalam ruang digital pada konteks modern. Hal ini menunjukkan bahwa keikhlasan tetap relevan sebagai prinsip etika universal dalam menjaga kemurnian niat di tengah perubahan zaman.

Transformasi Etika Beramal Generasi Z di Era Digital

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan yang sangat dekat dengan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial. Kondisi ini membuat cara mereka memahami, menghayati, dan mengekspresikan agama tidak dapat dilepaskan dari pengaruh ruang digital. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih

banyak menjalankan praktik keagamaan dalam ruang yang bersifat langsung dan terbatas (seperti masjid, majelis, atau lingkungan keluarga), Generasi Z justru mengakses, mempelajari, dan mempraktikkan nilai-nilai keagamaan melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan berbagai aplikasi lainnya. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga berkembang menjadi ruang pembelajaran, ekspresi, sekaligus pembentukan identitas keagamaan.

Dalam konteks ini, media sosial berperan sebagai arena baru dalam pembentukan identitas religius. Identitas keagamaan tidak lagi hanya dibangun melalui proses internal seperti pengajian atau pendidikan formal keagamaan, tetapi juga melalui interaksi sosial di ruang digital. Apa yang dibagikan, dikomentari, dan direspons oleh pengguna lain ikut membentuk cara seseorang memandang dirinya sebagai seorang Muslim. Proses ini menunjukkan bahwa agama tidak lagi hanya berada dalam ranah privat atau personal, tetapi telah mengalami pergeseran menuju ruang publik digital yang terbuka dan dapat diakses oleh banyak orang.

Fenomena tersebut mengindikasikan adanya transformasi signifikan dalam praktik keberagamaan. Jika sebelumnya ibadah dan ekspresi religius lebih bersifat pribadi dan tidak selalu ditampilkan, maka dalam era digital, praktik keagamaan cenderung mengalami keterbukaan yang lebih besar. Aktivitas seperti membaca Al-Qur'an, mengikuti kajian, hingga beribadah tertentu sering kali didokumentasikan dan dibagikan di media sosial sebagai bagian dari ekspresi diri. Hal ini menunjukkan bahwa batas antara ruang privat dan publik dalam praktik keagamaan semakin kabur akibat pengaruh teknologi digital.

Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial telah membentuk pola religiusitas baru yang lebih visual, interaktif, dan berbasis eksposur. Artinya, praktik keagamaan tidak hanya dipahami sebagai hubungan personal antara individu dengan Tuhan, tetapi juga sebagai aktivitas yang dapat dilihat, dinilai, dan direspons oleh orang lain di ruang digital. Dalam pola ini, unsur visual seperti foto, video, dan konten kreatif menjadi sangat dominan dalam menyampaikan pesan keagamaan. Selain itu, interaksi berupa *likes*, komentar, dan *shares* menjadi bagian penting yang turut memengaruhi cara seseorang mengekspresikan religiusitasnya (Miftahul Jannah & Nurmila, 2025). Aktivitas keagamaan

kini tidak hanya dilakukan sebagai ibadah personal, tetapi juga sebagai bentuk representasi diri dalam ruang digital.

Lebih lanjut, aktivitas keagamaan dalam media sosial juga tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ibadah personal, tetapi berkembang menjadi sarana representasi diri (*self-representation*) di ruang digital. Individu tidak hanya menjalankan ajaran agama, tetapi juga menampilkan identitas keagamaannya kepada publik. Dengan kata lain, religiusitas tidak hanya dijalani, tetapi juga “dipertunjukkan” dalam ruang digital. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran makna dari ibadah yang bersifat internal-spiritual menuju ibadah yang juga memiliki dimensi sosial dan komunikatif (Pabbajah, 2024).

Perubahan ini pada akhirnya membentuk cara baru dalam memahami agama di kalangan Generasi Z, di mana nilai-nilai spiritual tidak hanya hidup dalam ruang batin, tetapi juga terefleksikan dalam ruang digital yang terbuka dan interaktif. Kondisi ini menjadi latar penting dalam memahami bagaimana konsep keikhlasan dan etika beramal perlu dikaji ulang dalam konteks media sosial modern.

Etika Beramal (Ibadah dan Berkonten) dalam Ruang Media Sosial

Dalam konteks media sosial, etika beramal mengalami perluasan makna. Tidak hanya mencakup ibadah ritual seperti salat, sedekah, dan doa, tetapi juga mencakup aktivitas produksi konten keagamaan (*religious content creation*). Konten keagamaan di media sosial menjadi salah satu instrumen utama dalam penyebaran nilai Islam di era digital.

Namun, penelitian menunjukkan bahwa aktivitas religius di media sosial sering kali dipengaruhi oleh indikator popularitas seperti *likes*, *views*, dan komentar (Dhimas Arya Saputra dkk., 2025). Hal ini berpotensi menggeser orientasi amal dari keikhlasan menuju pencarian validasi sosial. Dalam kondisi ini, ibadah maupun konten keagamaan dapat berubah menjadi sarana eksistensi diri di ruang digital.

Lebih jauh, algoritma media sosial turut memperkuat budaya eksposur dengan memberikan visibilitas lebih tinggi pada konten yang menarik perhatian publik (Uriawan dkk., 2025). Dengan demikian, ruang digital tidak netral, tetapi turut membentuk struktur motivasi dalam beramal.

Dialektika Keikhlasan dan Budaya Digital Generasi Z

Tingkatan keikhlasan dalam *Nashaihul 'Ibad* dapat digunakan sebagai kerangka analitis untuk membaca perilaku religius Generasi Z di media sosial. Dalam praktiknya, banyak aktivitas keagamaan digital berada pada spektrum keikhlasan menengah hingga rendah, di mana motivasi amal tidak sepenuhnya terlepas dari orientasi sosial.

Budaya digital yang berbasis eksposur menciptakan ketegangan antara nilai keikhlasan (yang menuntut ketersembunyian amal) dan logika media sosial (yang menuntut keterlihatan). Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi struktural dalam etika beramal, dari yang bersifat internal-spiritual menjadi eksternal-performatif.

Dalam perspektif digital religion, kondisi ini merupakan bentuk mediatization of religion, yaitu ketika praktik keagamaan dibentuk ulang oleh logika media (Sito Rohmawati dkk., 2025). Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi medium, tetapi juga aktor yang memengaruhi orientasi niat.

Tantangan Keikhlasan dalam Praktik Ibadah dan Konten Digital

Dalam praktik Generasi Z, tantangan utama keikhlasan terletak pada pergeseran motivasi amal akibat interaksi dengan ruang digital. Ibadah yang sebelumnya bersifat privat kini dapat menjadi konsumsi publik melalui dokumentasi digital. Demikian pula, konten keagamaan dapat berubah dari sarana dakwah menjadi sarana personal branding religius.

Penelitian menunjukkan bahwa fenomena *faithfluencer* atau figur religius digital berpotensi membentuk pola baru religiusitas yang berbasis popularitas (Rizkiyah Hasanah & Zohaib Hassan Sain Baharun, 2025). Dalam kondisi ini, terdapat risiko bahwa nilai spiritual agama terkomodifikasi dalam logika industri perhatian digital.

Oleh karena itu, diperlukan literasi etika digital berbasis nilai Islam agar Generasi Z mampu membedakan antara dakwah yang ikhlas dan konten yang berorientasi pada eksistensi sosial.

Implikasi Teoretis: Integrasi nilai keikhlasan dan Etika Digital

Hasil kajian ini menunjukkan bahwa konsep keikhlasan dalam *Nashaihul 'Ibad* masih sangat relevan untuk memahami cara beragama Generasi Z di era digital. Ketika ajaran tasawuf dipadukan dengan teori *digital religion*, terlihat bahwa perubahan yang terjadi bukan hanya pada cara beragama, tetapi juga pada alasan atau motivasi seseorang dalam beribadah.

Di era media sosial, kegiatan keagamaan tidak lagi hanya dilakukan secara pribadi atau tersembunyi, tetapi sering ditampilkan di ruang publik digital. Hal ini membuat ibadah dan aktivitas keagamaan bisa dilihat dan dinilai oleh orang lain melalui likes, komentar, dan views.

Dalam kondisi seperti ini, tasawuf berperan penting sebagai pedoman اخلاق (etika) agar perkembangan teknologi tidak menghilangkan nilai utama ibadah, yaitu keikhlasan. Dengan kata lain, tasawuf membantu menjaga agar seseorang tetap beribadah karena Allah, bukan karena ingin dilihat atau mendapat pujian dari orang lain di media sosial.

Riya Digital dan Relevansinya dengan Tingkatan Keikhlasan dalam Nashaih al-'Ibad

Dalam konteks media sosial, konsep *riya* mengalami transformasi bentuk dari yang bersifat konvensional menuju bentuk digital yang lebih subtil. *Riya* yang secara klasik dipahami sebagai keinginan untuk memperlihatkan amal kepada manusia, dalam era digital kini termanifestasi melalui indikator keterlihatan dan validasi sosial seperti *likes*, *views*, komentar, serta *engagement*. Fenomena ini dapat disebut sebagai *riya digital*, yaitu kecenderungan menjadikan respons publik sebagai tujuan tidak langsung dalam beramal, baik dalam ibadah maupun produksi konten keagamaan.

Jika dikaitkan dengan tingkatan keikhlasan dalam kitab *Nashaihu 'Ibad*, *riya* digital secara umum menunjukkan posisi yang tidak stabil dalam spektrum keikhlasan, khususnya berada pada level kedua dan ketiga. Pada tingkat ketiga, seseorang beramal dengan orientasi duniawi seperti popularitas, penerimaan sosial, atau keuntungan material yang dapat tercermin dalam bentuk peningkatan eksistensi digital. Dalam konteks ini, *likes* dan *views* menjadi representasi simbolik dari “balasan duniawi modern” yang memotivasi tindakan keagamaan.

Sementara itu, pada tingkat kedua, *riya* digital dapat terjadi ketika individu tetap berorientasi pada nilai akhirat, tetapi disertai keinginan tambahan untuk mendapatkan pengakuan sosial dalam ruang digital. Artinya, niat amal tidak sepenuhnya murni karena Allah, tetapi telah bercampur dengan dorongan eksternal berupa validasi publik. Hal ini menunjukkan adanya ambiguitas niat yang secara halus dapat menggeser kualitas keikhlasan tanpa disadari pelaku.

Adapun pada tingkatan keikhlasan tertinggi dalam *Nashaihul 'Ibad*, yaitu ketika amal disembunyikan dari manusia dan tidak bergantung pada penilaian publik, maka *riya* digital tidak memiliki ruang eksistensi. Pada level ini, tidak adanya ketergantungan terhadap respons sosial digital menjadi indikator utama kemurnian niat. Dengan demikian, semakin seseorang tidak terpengaruh oleh *metrics digital* (*likes, views, komentar*), semakin ia mendekati derajat keikhlasan tertinggi.

Dalam konteks Generasi Z, *riya* digital menjadi tantangan serius karena struktur media sosial secara inheren mendorong budaya eksposur dan validasi sosial. Algoritma platform digital memperkuat kecenderungan tersebut dengan memberikan penghargaan visibilitas terhadap konten yang memiliki interaksi tinggi. Akibatnya, motivasi beramal dapat bergeser secara tidak sadar dari orientasi ketuhanan menuju orientasi sosial digital.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa *riya* digital merupakan bentuk kontemporer dari ujian keikhlasan yang telah dijelaskan dalam *Nashaihul 'Ibad*. Perbedaannya hanya terletak pada medium, bukan substansi. Jika dalam tradisi klasik *riya* muncul melalui pujian langsung manusia, maka dalam era digital *riya* muncul melalui angka, algoritma, dan simbol interaksi digital. Oleh karena itu, kemampuan menjaga keikhlasan di era digital sangat bergantung pada kesadaran spiritual (*muraqabah*) dan evaluasi diri (*muhasabah*) yang berkesinambungan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konsep keikhlasan dalam *Nashaihul 'Ibad* memiliki relevansi yang kuat terhadap etika beramal Generasi Z di era digital. Keikhlasan dipahami sebagai proses memurnikan niat semata-mata karena Allah Swt. serta menjauhkan diri dari *riya, ujub, dan orientasi pencarian pengakuan manusia*. Dalam konteks media sosial, praktik keberagamaan Generasi Z mengalami pergeseran menuju pola yang lebih performatif, di mana aktivitas ibadah dan konten religius sering dipublikasikan serta dipengaruhi oleh validasi sosial seperti *likes, views, komentar, dan jumlah pengikut*.

Fenomena tersebut menunjukkan munculnya bentuk baru *riya* yang dapat disebut sebagai *riya digital*, yaitu kecenderungan menampilkan amal keagamaan untuk memperoleh

perhatian dan apresiasi publik. Kondisi ini menjadi tantangan besar dalam menjaga kemurnian niat di tengah budaya digital yang sarat dengan eksposur dan pencitraan diri. Oleh karena itu, nilai-nilai tasawuf dalam Nashaihu 'Ibad seperti muhasabah, muraqabah, zuhud, sabar, dan tawadhu tetap relevan sebagai landasan spiritual dan etis dalam membangun perilaku digital yang sehat.

Penelitian ini menegaskan bahwa internalisasi nilai keikhlasan sangat penting bagi Generasi Z agar mampu memanfaatkan media sosial secara bijak tanpa kehilangan orientasi spiritual dalam beramal. Dengan demikian, konsep keikhlasan dalam perspektif tasawuf tidak hanya relevan dalam kehidupan religius tradisional, tetapi juga memiliki kontribusi penting dalam membentuk etika digital Islam pada masyarakat modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, G., & Qalby, N. (2025). Revitalisasi Nilai-Nilai Keushuluddinan Melalui Media Sosial Di Era Digital 5.0. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 17 No.1. <https://doi.org/10.47945/tasamuh.v17i1.1984>
- Dhimas Arya Saputra, Eva Dwi Yanti, Noor Saidatul Hidayah, Muhammad Kafiyuddin, Isma Khoiriyah, & Yusuf Falaq. (2025). Peran Konten Keagamaan di Media Sosial dalam Membentuk Sikap Toleransi Antarumat Beragama pada Generasi Z. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 15(4), 1351-1359. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631>
- Miftahul Jannah & Nurmila. (2025). MEDIA SOSIAL DAN PEMBENTUKAN RELIGIUSITAS GENERASI Z META-ANALISIS. *AN-NUR: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(1), 20-40. <https://doi.org/10.65802/an-nur.v1i1.3>
- Muhlisa, A. (2025). Nilai Tasawuf Sebagai Fondasi Digital Well-Being: Pendekatan Etika Spiritual Terhadap Kecanduan Media. *AEJ (Advances in Education Journal)*, 2. No.3. <https://journal.al-afif.org/index.php/aej/article/view/509>
- Pabbajah, M. (2024). The religious transformation of Gen Z in the new media era. *Islamic Communication Journal*, 9(1), 17-34. <https://doi.org/10.21580/icj.2024.9.1.20557>
- Rizkiyah Hasanah & Zohaib Hassan Sain Baharun. (2025). Faithfluencers and Digital Piety: Redefining Religious Authority Among Generation Z. *Indonesian Journal of Islamic Religious Education*, 3(2), 125-136. <https://doi.org/10.63243/Injire.v3i2.01>
- Rosfiyanti, N., Wahidin, N., & Hannase, M. (2024). The Transformation of Urban Tasawuf in Indonesia: Cybermedia and the Emergence of Digital Religion. *Jurnal Pemikiran Islam*, 4(2), 117-128. <https://doi.org/10.22373/jpi.v4i2.24073>

- Shanty, nur rahma, asfiyak, ali, abas, M. sirojudin alfin, isti'anah, siti, romadhon, M., & kusnindar, C. (2025). Adaptasi Nilai-Nilai Tasawuf di Ruang Digital: Analisis Etika Ikhlas, Sabar, dan Tawadhu' dalam Komunikasi Media Sosial. *Journal of golden generation multidisciplinary*, 1 No.1. <https://doi.org/10.65244/jggm.v1i1.42>
- Sito Rohmawati, H., Zulkifli, & Hakiem, N. (2025). Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage. *Jurnal Sosiologi Agama*, 18(2), 133-150. <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-01>
- 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>
- Wasilatul Jariah. (2025). Transformasi Peran Agama Dalam Mengarahkan Perubahan Sosial Melalui Media Digital: Transformation of the Role of Religion in Guiding Social Ethics in Society through Digital Media. *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam dan Bahasa Arab*, 4(6), 752-766. <https://doi.org/10.36701/al-qiblah.v4i6.2667>