

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini membuat perubahan yang pesat dalam segi apapun. Salah satunya adalah internet yang kini tidak dapat dipisahkan dari rutinitas sehari-hari, hal ini dikarenakan layanan teknologi memudahkan seseorang untuk mengakses informasi dengan praktis. Perkembangan yang terjadi pada teknologi sekarang telah mengubah cara orang untuk mengakses, mengumpulkan, menganalisis, menyajikan, mengirimkan, dan mensimulasikan suatu informasi yang ingin didapatkan. Salah satu dari perkembangan teknologi adalah media sosial.

Selain sebagai alat komunikasi yang canggih media sosial juga menawarkan berbagai bentuk sajian fenomenal dan juga menggiurkan. Media sosial adalah platform atau layanan digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan terlibat dalam percakapan online. Media sosial bisa membuat pengguna untuk terhubung dengan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung.² Selain itu media sosial juga sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia termasuk masyarakat khususnya remaja.

Menurut laporan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, mengumumkan jumlah

² Erwin Jusuf Thaib, *Problematika Dakwah Di Media Sosial*, (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), h. 8

pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023.³ ”Ini menandakan peningkatan konsisten grafik tren positif penetrasi internet Indonesia dalam lima tahun terakhir yang naik secara signifikan,” ujar Ketua Umum APJII Muhammad Arif saat mengumumkan hasil survei pengguna internet di Kantor APJII, Jakarta, Rabu (31/1/2024). Terhitung sejak 2018, penetrasi internet Indonesia mencapai 64,8%. Kemudian secara berurutan, 73,7% di 2020, 77,01% di 2022, dan 78,19% di 2023.

Para pencipta teknologi berusaha untuk terus menciptakan inovasi atau fitur menarik dalam media sosial. Macam-macam media sosial yang tersedia saat ini yaitu Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, TikTok, dan lainnya. Menurut informasi yang diperoleh dari Firma Riset Statista, dari berbagai macam media sosial Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar dengan jumlah 113 juta pengguna pada bulan April 2023. Informasi ini tercatat dalam laporan berjudul "Countries with the largest TikTok audience as of April 2023" (Negara dengan penonton TikTok terbanyak per April 2023).

Indonesia sepertinya tidak hanya sebagai negara dengan peringkat terbanyak dalam pengguna TikTok, tetapi juga menjadi kontributor signifikan dalam sektor bisnis TikTok, terutama dalam ranah *e-commerce* melalui

³ Hasil survei APJII “ Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang” {Berita online 07 February 2024}. Tersedia disitus <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, diakses pada tanggal 28 Juni 2024, pukul 14:25 WIB.

TikTok Shop.⁴ Media sosial Tiktok merupakan suatu jejaring sosial dan platform music video yang diluncurkan oleh negara Tiongkok pada tahun 2016 lalu. Berawal dari The Douyin pada 2018 tepatnya di Indonesia aplikasi ini dinobatkan sebagai salah satu aplikasi terbaik di Play Store Google.⁵

Tidak hanya digemari oleh kaum milenial, namun aplikasi ini juga digemari oleh kaum dewasa yang memerlukan hiburan. TikTok terbukti sangat sukses dibandingkan dengan aplikasi lain, dan telah bekerja dengan banyak penggemar dan pemirsa. Menurut Bytedance perusahaan pengembang aplikasi TikTok, Indonesia memiliki pengguna aktif sebanyak 10 juta setiap bulannya.⁶ Hal ini didukung oleh beragamnya fitur hiburan yang disajikan oleh TikTok seperti video-video viral, lip-sync, duet TikTok, musik yang sedang trending dan lain sebagainya. Semuanya tersedia di aplikasi TikTok yang dapat dengan mudah didownload melalui aplikasi seperti Google Playstore.

Dari penelitian yang sudah banyak dilakukan mengenai penggunaan media sosial sebagai alat untuk komunikasi. Penelitian oleh Harahap, menyebutkan bahwa media sosial telah menjadi populer karena dapat memberikan banyak kesempatan yang membawa orang-orang terhubung di

⁴ Galuh Putri Riyanto, Wahyunanda Kusuma Pertiwi: *Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia* [Berita online Detik.com 11/07/2023, 09:24 WIB]. Tersedia disitus <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesarkedua-di-dunia>, diakses pada tanggal 19 November 2023, pukul 11:16 WIB.

⁵ Mela Rahmayani, dkk., *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa*, Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, Vol.6 No.7, 2021, hlm. 3328.

⁶ www.kompas.com edisi 5 Juli 2018. Diakses pada 12 Januari 2023

dunia online dalam bentuk individu atau kelompok.⁷ Adapun Vila Maulidah, menyatakan bahwa adanya pengaruh antara media social TikTok dengan hasil belajar PAI siswa kelas XI di SMAN 8 Malang tahun pelajaran 2023/2024.⁸ Kemudian dalam penelitian Ema, menyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam gerakan sosial telah terbukti efektif dalam menggalang dukungan dan menyebarkan informasi yang relevan, khususnya mengenai isu-isu sensitif. Strategi media sosial yang kreatif dan sensitif, termasuk penggunaan hashtag, gambar visual, dan kampanye.⁹

Berbagai macam media sosial yang berkembang menjadikan media sosial sebagai kebutuhan seperti dalam penelitian Vira Indar Nevyra, menyatakan bahwa penggunaan Instagram sebagai media komunikasi di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara cukup efektif.¹⁰ Penelitian oleh Alfina Fauziah, hasil penelitian menyatakan bahwa pemanfaatan facebook berdampak besar bagi kehidupan masyarakat pekon gunung tiga saat ini yang mana fungsinya sebagai pelayanan dan pemberian informasi pembangunan.¹¹ Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Khafidhotul Munawaroh, menyatakan bahwa

⁷ Machyudin Agung Harahap, "Trends of Social Media Use During a Pandemic in Indonesia", *Professional Journal of FIS UNIVED*, Vol. 7, No.2, 2020, p. 17

⁸ Vila Mulidiyah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Motivasi Belajar Pendidikan Agama Islam Kelas XI Sekolah Menengah Atas Negeri 8 Malang", *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol.9, No.1, 2024, hlm.72-86

⁹ Ema, "Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Gerakan Sosial di Indonesia", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.9, No.1, 2024, hlm. 221-238

¹⁰ Vira Indar Nevyra, "Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara", (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2021).

¹¹ Alfina Fauziah, "Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Informasi Oleh Aparat Desa Dalam Meningkatkan Program Pembangunan Pekon Gunung Tiga Kecamatan Pugung Tanggamus", (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022).

Idh_Sewa Kamera menggunakan strategi pemasaran dengan metode AIDA, strategi tersebut cukup efektif digunakan untuk memasarkan Idh Sewa Kamera dengan menggunakan media Facebook.¹²

Secara umum dari hasil penelitian terdahulu yang sudah disebutkan diatas, membahas tentang penggunaan media sosial sebagai kebutuhan dan alat komunikasi. Mudahnya media sosial terutama Tiktok dapat diakses oleh segala kalangan membuat peserta didik mulai menghabiskan sebagian besar waktunya hanya untuk mengakses Tiktok. Motivasi belajar memiliki peran yang sangat penting dalam pembelajaran untuk mencapai hasil belajar yang memuaskan. Peran penting dalam motivasi belajar adalah dapat memberikan semangat dan rasa senang siswa dalam belajar, sehingga siswa mempunyai lebih banyak energi untuk melakukan kegiatan pembelajaran.¹³

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Motivasi Belajar Siswa di SMK PGRI 2 Kediri”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana intensitas penggunaan TikTok siswa di SMK PGRI 2 Kediri?
2. Bagaimana motivasi belajar PAI siswa di SMK PGRI 2 Kediri?
3. Bagaimana Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Motivasi Belajar PAI Siswa (Studi Kasus pada Siswa SMK PGRI 2 Kediri) ?

¹² Khafidhotul Munawaroh, “Strategi Penggunaan Facebook Sebagai Media Promosi”, (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2023).

¹³ Donni Juni Priansa, Manajemen Peserta Didik Dan Model Pembelajaran, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 132

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui intensitas penggunaan TikTok di SMK PGRI 2 Kediri
2. Untuk mengetahui motivasi belajar PAI siswa SMK PGRI 2 Kediri
3. Untuk mengetahui Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Motivasi Belajar PAI Siswa (Studi Kasus pada Siswa SMK PGRI 2 Kediri)

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memperkaya literatur dan informasi yang bermanfaat bagi pengembangan teori dan konsep mengenai pengaruh media sosial TikTok, sehingga bisa lebih selektif dalam menggunakan dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti, khususnya tentang pengaruh media sosial TikTok dalam meningkatkan motivasi belajar siswa

2. Manfaat praktis

a. Bagi Siswa

Dapat memberikan pemaparan kepada pelajar tentang memahami cara memanfaatkan media sosial dengan positif terutama dalam proses pembelajaran, siswa dapat mengelola intensitas bermain media sosial termasuk batasan waktu yang dianjurkan dalam menggunakan media sosial.

b. Bagi guru

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman pada guru tentang bagaimana pengaruh media TikTok terhadap motivasi belajar siswa,

guru dapat mengembangkan pendekatan pembelajaran dengan tetap mengikuti perkembangan teknologi.

c. Bagi sekolah

Penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk evaluasi dan pemantauan berkelanjutan terhadap penggunaan media sosial dalam pembelajaran, mengupayakan peningkatan motivasi belajar siswa dalam setiap perkembangan zaman.

d. Bagi peneliti lain

Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi peneliti lain, serta memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang pengaruh media TikTok terhadap motivasi belajar siswa

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian kuantitatif memberikan prediksi atau asumsi terkait hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam konteks penelitian dengan judul “Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Motivasi Belajar Siswa (Studi Kasus SMK PGRI 2 Kediri),” Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:¹⁴

1. Hipotesis Nol (Ho)

Tidak terdapat pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan TikTok terhadap motivasi belajar siswa di SMK PGRI 2 Kediri.

¹⁴ Zuhriah Nurul, Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan,(Jakarta: Bumi Aksara, 2005). 162

2. Hipotesis Alternatif (Ha)

Terdapat pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan TikTok terhadap motivasi belajar siswa di SMK PGRI 2 Kediri.

Rumusan hipotesis tersebut didasarkan pada dugaan bahwa intensitas penggunaan TikTok dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi belajar siswa. Hipotesis nol menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan sementara hipotesis alternatif menyatakan sebaliknya, yaitu ada pengaruh yang signifikan. Setelah dilakukan analisis statistik terhadap data hasil penelitian, nantinya peneliti dapat mengambil keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis nol.

Jika terdapat bukti statistik yang cukup, hipotesis nol dapat ditolak, dan hipotesis alternatif diterima. Sebaliknya, jika tidak terdapat bukti yang cukup, hipotesis nol tetap diterima. Hipotesis ini membantu memberikan arah pada penelitian dan memberikan dasar untuk pengumpulan dan analisis data. Dengan menguji hipotesis penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang sejauh mana intensitas penggunaan TikTok terhadap motivasi belajar siswa di SMK PGRI 2 Kediri.

F. Definisi Operasional

Sebelum membahas lebih lanjut terkait skripsi, peneliti perlu menjelaskan istilah yang penting dalam judul ini agar menghindari kesalahan pembaca dalam memahami, dan memudahkan peneliti dalam pengukuran variabel sehingga dapat diukur secara konsisten dan objektif. Adapun definisi operasional dalam judul ini adalah:

1. Intensitas Penggunaan TikTok

Intensitas merupakan suatu kegiatan seseorang yang mempunyai hubungan erat dengan perasaan senang.¹⁵ Menurut Icek Ajzen intensitas merupakan usaha seseorang dalam melakukan sesuatu pada kurun waktu tertentu dan memiliki jumlah volume tindakan yang dikatakan memiliki intensitas.¹⁶ Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan merupakan besarnya kekuatan perilaku yang diukur berdasarkan tingkatan pengulangan perilaku (frekuensi) dan lamanya waktu yang dihabiskan (durasi) saat menggunakan sesuatu.

TikTok adalah aplikasi media sosial yang sedang digandrungi masyarakat Indonesia. Aspek-aspek intensitas penggunaan TikTok seperti yang dikemukakan oleh Ajzen adalah mencakup perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi dalam menggunakan TikTok.¹⁷ Intensitas penggunaan TikTok disini merupakan seberapa lama siswa mengakses media sosial TikTok yang mencakup beberapa aspek di atas ketika dirumah.

2. Motivasi Belajar

Motivasi Belajar dapat diartikan dorongan seseorang untuk belajar, memanipulasi, dan mengendalikan lingkungan fisik dan sosialnya, mengatasi tantangan, dan menegakkan standar dan persaingan. Belajarnya dengan berusaha melewati perilaku sebelumnya dan melewati perilaku

¹⁵ Iandesi Andarwati, Citra Diri Ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram pada Siswa Kelas XI SMAN 9 Yogyakarta, E-Jurnal Bimbingan dan Konseling, Edisi 3, Tahun ke-5, 2016, h. 7

¹⁶ Icek Ajzen, Attitutes, Personality And Behavior, (New York: Open University Press, 2005)

¹⁷ Ibid

orang lain. Selain itu, motivasi belajar adalah dorongan yang mengarahkan kegiatan siswa untuk mencapai tujuan pembelajaran yang diinginkan serta dorongan yang memotivasi anak untuk belajar. Dalam penelitian berfokus pada motivasi belajar siswa mata pelajaran PAI. Oleh sebab itu penulis melakukan penelitian terkait pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap motivasi belajar siswa di SMK PGRI Kediri.

G. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Roasina P. Sianturi, Hotpascaman, dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensitas Penggunaan Tiktok Pada Remaja Akhir”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan kontrol diri dengan intensitas penggunaan Tiktok pada remaja. Adapun teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan salah satu teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling. Oleh karena itu responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 198 orang remaja. Penguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode kolerasi Pearson Product Moment. Hasil dari Uji Correlation menggunakan Pearson Product Moment diperoleh Sig (2-tailed) = 0.032 dimana jika signifikansi (2-tailed) < 0,05 maka terdapat adanya hubungan yang signifikan, dimana hasil mean pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok sebesar 67,47 sedangkan hasil mean pada variabel Kontrol Diri sebesar 28,45.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nuril Ilmiatus Solikhah, Nur Maghfira Aesthetika, dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi

Tiktok dan Media Sosial terhadap Kecenderungan Phubbing”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana sosial media dan aplikasi Tiktok ini mempengaruhi mahasiswa untuk terus bertahan dengan penggunaan dalam jangka waktu yang lama sehingga menyebabkan terjadinya Phubbing. Model penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengambil sampel purposive sampling digunakan pada penelitian ini, sedangkan teknik analisa data mempergunakan validitas, regresi, dan uji asumsi klasik. Populasi studi ini ialah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Umsida) dengan sampel 90 orang. Temuan penelitian adalah intensitas penggunaan Tiktok dan Instagram berpengaruh pada perilaku phubbing mahasiswa Umsida. Dari kedua variabel penelitian, pengaruh paling besar ditimbulkan oleh penggunaan Tiktok, sebesar 70,3% sedangkan variabel penggunaan sosial media mendapatkan hasil 32%.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Esti Astut, Susi Andriani, dengan judul “Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja”. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku imitasi remaja siswa di SMAN 1 Jampangkulon Kota Sukabumi. Metodologi penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner tertutup yang disebarkan kepada 93 responden dari populasi sebanyak 1.269 orang dengan menggunakan rumus Slovin. Teori penelitian menggunakan teori Stimulus Organisme-Response (SOR) yang

dikemukakan oleh Hovland, et al. Teknik pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS 16 dengan analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji normalitas, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa H_0 diterima, artinya adanya pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku imitasi pada siswa. Hasil nilai koefisien determinasi pada nilai r^2 yakni sebesar 48,2%, sedangkan sisanya 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian, sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap perilaku imitasi pada siswa memiliki pengaruh yang sedang.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuning Astuti, Dyah Sri Subandiah, dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap Gratifikasi Penggunaanya”. Hasil penelitian mengungkap sebagian besar pengguna TikTok di Indonesia memiliki motif untuk mencari informasi. Selain itu didapatkan hubungan yang positif antara pemilihan motif penggunaan Tik Tok dengan kebiasaan pengguna dengan nilai korelasi $p < 0,005$ dan $R = .662$.
5. Penelitian yang dilakukan oleh Luluk Fauziah, dengan judul “Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas melihat tiktok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas melihat tiktok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan $r_{xy} =$

0,528 dan Flinier = 95,665 dengan taraf signifikansi $p=0,000$ ($p>0,05$).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara intensitas melihat tiktok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Semakin tinggi intensitas melihat TikTok maka perilaku konsumtif pada mahasiswa juga akan tinggi sebaliknya semakin rendah intensitas melihat TikTok maka perilaku konsumtif pada mahasiswa juga akan rendah.

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Perbedaan	Persamaan
1	Roasina P. Sianturi, Hotpascaman	Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Intensitas Penggunaan Tiktok Pada Remaja Akhir	Perbedaan dari peneliti ini, adalah hasil penelitian dan subjek penelitian.	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang signifikan pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok.
2	Nuril Ilmiatus Solikhah, Nur Maghfira Aestetika	Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Media Sosial terhadap Kecenderungan Phubbing	Perbedaan dari penelitian ini adalah fokus penelitian dan variabel yang terdapat di penelitian tersebut	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada pendekatan dan teknik analisis data
3	Esti Astuti, Susi Andrini	Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja	Perbedaan dari penelitian ini adalah lokasi penelitian, subjek penelitian dan hasil penelitian	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus penelitian dan dan teknik analisis data
4	Sri Wahyuning Astuti, Dyah Sri Subandiah	Pengaruh Intensitas Penggunaan Tik Tok Terhadap	Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada metode penelitian dan fokus	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti tulis adalah variabel

		Gratifikasi Penggunaanya	penelitian	bebasnya sama-sama intensitas melihat tiktok
5	Luluk Fauziah	Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa	Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada dan fokus penelitian	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah variabel bebasnya sama-sama intensitas melihat tiktok

H. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian proposal, penulis menggunakan sistematika penulisan yang bertujuan untuk memudahkan dalam penulisan skripsi, yaitu:

Bagian BAB I merupakan pendahuluan, yang membahas tentang: a) latar belakang masalah, b) rumusan masalah, c) tujuan penelitian, d) kegunaan penelitian, e) hipotesis, f) definisi operasional, g) penelitian terdahulu, h) sistematika penulisan.

Bagian BAB II merupakan kajian Teori, yang membahas tentang uraian dari topik pembahasan: a) Intensitas penggunaan TikTok, b) Motivasi belajar, c) Pendidikan agama islam.

Bagian BAB III merupakan metode Penelitian, yang membahas tentang: a) rancangan penelitian, b) populasi dan sampel, c) instrumen penelitian, d) teknik pengumpulan data, e) teknik analisis data.

Bagian BAB IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan, yang membahas tentang a. hasil penelitian; 1) latar belakang objek, 2) penyajian data, 3) uji hipotesis, b. pembahasan penelitian

Bagian BAB V Penutup, yang membahas tentang a) kesimpulan, b) saran-saran