

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan komunikasi dewasa ini telah membawa perubahan yang besar bagi seluruh aspek kehidupan. Inovasi digital melahirkan berbagai perangkat canggih dan sistem sehingga mempermudah manusia saling terhubung secara cepat tanpa batas ruang dan waktu. Dunia telah berubah dari yang bersifat lokal menjadi ruang global yang saling terkoneksi dengan internet yang mengakibatkan aktivitas sosial, ekonomi, pendidikan, bahkan keagamaan mengalami pergeseran ke ranah dalam jaringan (*online*).

Dalam konteks ini, media sosial menjadi salah satu hasil perkembangan teknologi yang paling berpengaruh. Media sosial bukan hanya sebatas alat komunikasi, tetapi juga sebagai tempat untuk berekspresi, pembentukan identitas, dan penyebaran budaya. Indainanto dan Nasution (2020:103) menyatakan bahwa dalam konteks budaya populer, media sosial menjadi faktor penting yang tidak hanya memperkuat keberadaannya, tetapi juga berperan dalam konstruksi identitas serta perubahan perilaku masyarakat.

Media sosial digunakan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, berinteraksi, serta mengakses berbagai sumber daya *online*. Yasyfi (2024:2) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial mencakup kegiatan komunikasi, interaksi sosial, penyebaran informasi, serta akses ke berbagai layanan *online*. Selain itu, media sosial memungkinkan terjadinya aktivitas timbal balik antar pengguna, seperti membangun relasi pertemanan, bekerja sama, dan bertukar informasi melalui bentuk visual, audiovisual, maupun teks tertulis.

Dewasa ini, penggunaan media sosial sudah masuk ke berbagai kalangan baik muda dan tua, dimana penggunaan media sosial kini telah menjadi bagian dari kehidupan. Menurut Sandry (2025), penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok saat ini sudah melekat dalam kehidupan masyarakat serta menjadi bagian dari aktivitas mahasiswa sehari-hari.

Menurut analisis GoodStats (Zakia, 2025), pengguna media sosial global semakin meningkat pada tahun 2025, peningkatan mencapai 4,1% dengan jumlah 5,24 miliar pengguna. Di Indonesia sendiri, pengguna media sosial telah mencapai 212 juta pengguna berdasarkan Data Reportal (Kemp, 2025) dengan tingkat penetrasi internet mencapai 79,5%. Laporan dari Mindspire juga menyebutkan bahwa 70% pengguna media sosial di Indonesia berusia antara 16-34 tahun. Dari hal ini, bisa ketahu bahwa pengguna media sosial didominasi oleh generasi muda sehingga mengindikasikan bahwa pengguna media sosial sangat bergantung dengan media sosial sebagai alat komunikasi dan hiburan sehari-hari.

Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), platform media sosial yang paling sering diakses di Indonesia adalah TikTok dengan presentase 32,98% bagi laki-laki dan 37,55% bagi perempuan yang mana penggunaannya didominasi oleh Gen Z. Menurut laporan Dataloka, pengguna TikTok di Indonesia mencapai 194,37 juta pengguna sehingga menjadikan Indonesia sebagai negara pengguna TikTok terbesar di dunia dengan durasi pemakaian 45 jam/ bulan.



Gambar 1 Data Negara Pengguna Tiktok Terbanyak Dunia

Menurut Ginting *et al.*, (2025) TikTok adalah platform sosial berupa video pendek berbasis musik yang dimiliki *ByteDance* di Beijing. Melalui aplikasi ini, pengguna dapat membuat, mencari, dan membagikan video dengan durasi 15 sampai 60 detik. Aplikasi ini menyediakan fitur-fitur menarik yang dengan

mudah digunakan oleh penggunanya untuk membuat konten video ataupun dalam bentuk foto yang menarik. Tidak heran jika peminat aplikasi ini sangatlah banyak dan digemari oleh kalangan muda. Puspitasari (2022:2) mengemukakan bahwa aplikasi tersebut mudah dioperasikan, sebab pengguna cukup menuangkan kreativitas serta gagasan ke dalam konten video. Video itu kemudian dapat digunakan untuk meraih banyak *view* dan *like*, atau sekadar sebagai sarana hiburan serta konsumsi pribadi.

Platform TikTok memiliki karakteristik unik, dimana algoritma yang diberikan *For Your Page* (FYP) berkerja dengan menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi penggunanya, sehingga memberikan kepuasan. Algoritma ini, secara tidak langsung dapat membentuk pengalaman pengguna dengan menyaring dan menampilkan konten yang dianggap relevan.

Salah satu pengaruh TikTok, menurut Hasibuan *et al.*, (2024:167) adalah terbentuknya *echo chambers* serta *filter bubbles*, di mana pengguna cenderung menerima paparan konten yang sesuai dengan perspektif mereka. Situasi tersebut menyebabkan keterbatasan akses terhadap informasi berbeda sekaligus mengokohkan opini yang sudah terbentuk. Selain itu, sistem algoritma lebih menonjolkan konten dengan tingkat interaksi tinggi, sehingga berpotensi mempercepat persebaran mis-informasi dan berita palsu.

Banyaknya macam-macam konten yang diakses, dapat memicu pengguna untuk terus kembali masuk ke aplikasi tersebut yang menyebabkan meningkatkannya intensitas penggunaan dan memberikan peluang besar terhadap perubahan sikap, perilaku, hingga pembentukan gaya hidup penggunanya. Adistri dan Rusman (2024:106-107) menyatakan bahwa konten video pendek yang dinamis dan modern mampu memicu respons dopamin pada pengguna. Hal ini membuat penggunaan waktu menjadi terfragmentasi dan lebih banyak diarahkan pada aktivitas hiburan serta konsumsi konten cepat.

Fenomena yang terjadi sekarang ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya sebagai wadah hiburan semata, tetapi sebagai ruang sosial yang dapat membentuk perilaku identitas, dan gaya hidup penggunanya dengan tren-tren sosial yang sedang viral. Azzahra *et al.*, (2025:4) menyebutkan bahwa media

sosial TikTok berperan membentuk identitas dan budaya pengguna melalui tren, gaya bahasa, serta konten video singkat. Kebanyakan pengguna dari berbagai kalangan menjadikan TikTok sebagai wadah untuk mengekspresikan diri melalui video singkat yang sering kali menampilkan gaya berpakaian, mengikuti tren hiburan, serta citra diri yang mana mempengaruhi cara individu, khususnya remaja dan mahasiswa dalam memaknai identitas dan batas-batas ekspresi diri mereka.

Shodikin *et al.*, (2025) mengemukakan bahwa era digital berpotensi menimbulkan krisis spiritualitas apabila penggunaan teknologi tidak disertai nilai dan etika. Sebagaimana penggunaan TikTok yang sangat bebas juga memunculkan fenomena-fenomena baru yang bertentangan dengan nilai moral dan syariat Islam. Zuhdiniati (2023) dalam Arkadia *et al.*, (2025:119) menyebutkan bahwa:

Sosial media seperti TikTok bisa mempengaruhi etika berbahasa dan karakter remaja secara negatif, ditandai dengan perilaku dan penggunaan bahasa yang kurang sopan. Tren tarian (*velocity*), *challenge*, gaya berpakaian, maupun konten viral sering mengabaikan batas kesopanan dan nilai Islam. Banyak dari kalangan mahasiswi muslimah yang menormalisasi *oversharing*, memamerkan kecantikan, dan membuat konten sensual yang dapat mempengaruhi cara pandang seorang mahasiswi muslimah terhadap dirinya dan bagaimana ia memilih menampilkan diri di ruang publik digital.

Sebagian wanita muslim menghadapi tantangan dalam menjaga etika bermedia sosial sesuai nilai-nilai Islam. Handriani (2021:13) berpendapat bahwa penggunaan media sosial yang tidak terkendali dapat membuat sebagian wanita muslim larut dalam dunia maya hingga melupakan ketentuan syariat.

Hal ini terlihat dari kebiasaan berhias kemudian mengunggah foto yang dapat diakses oleh banyak lelaki yang bukan *mahram*. Sementara itu, ada pula yang menampilkan tarian atau gerakan tubuh di hadapan publik digital. Perilaku tersebut dianggap dapat mengurangi nilai rasa malu sebagai bagian dari cabang iman. Bagi seorang mahasiswi muslimah, kondisi ini menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam menjaga sikap *iffah*, yakni menjaga kehormatan diri. Azizah (2023:3-4) menyebutkan bahwa:

Iffah dalam Islam adalah salah satu prinsip moral yang sangat dihargai. Secara bahasa, *iffah* berarti menahan diri. Dalam istilah terminologi, *iffah* adalah menahan diri sepenuhnya dari hal-hal yang dilarang Allah (yang diharamkan). Dengan demikian, seseorang yang *Afif* (seseorang yang memiliki sifat *iffah*) adalah orang yang sabar terhadap sesuatu yang dilarang, meskipun jiwanya cenderung menginginkannya.

Syariat Islam juga telah mengajarkan kepada setiap muslimah untuk senantiasa menjaga diri dari menampilkan diri secara terbuka, sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Ahzab [33] ayat 33,

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى ...

“Tetaplah (tinggal) di rumah-rumahmu dan janganlah berhias (dan bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliah dahulu...”

Ayat ini menjelaskan adanya larangan bagi wanita muslimah untuk berhias secara mencolok serta keluar rumah guna memamerkan diri (*tabarruj*), menyerupai kebiasaan masyarakat jahiliah pada masa sebelumnya. Ath-Thabari menafsirkan bahwa janganlah bagi wanita berjalan berlenggak-lenggok ketika keluar rumah dan menampakkan sisi-sisi kecantikannya kepada kaum laki-laki sebagaimana yang dilakukan wanita-wanita sebelum datangnya Islam (Murdianto dan Suparyani, 2021:42).

Sejalan dengan ayat di atas, Allah juga berfirman dalam Q.S Al-Ahzab [33] ayat 59,

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ
فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Mufassir ayat ini menegaskan bahwa yang dimaksudnya dengan jilbab adalah sejenis baju kurung yang longgar yang dapat menutup kepala, wajah, dan dada.

Toyyib (2018:73) menjelaskan bahwa ayat tersebut berisi perintah Allah kepada Nabi Muhammad untuk mengajak istri-istri beliau, anak-anak

perempuan beliau, serta perempuan mukminah untuk menutup tubuh dengan jilbab. Perintah ini menjadi bentuk pemuliaan terhadap kaum wanita, supaya mereka dikenal sebagai muslimah yang patuh kepada Allah dan dijaga dari gangguan laki-laki yang dikuasai hawa nafsu.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwasanya nilai *iffah* merupakan karakter penting bagi seorang muslimah, tidak terkecuali mahasiswi. Namun pada era digital ini, tantangan dalam menjaga *iffah* semakin kompleks, terutama ketika paparan konten media sosial tidak lagi dapat dibatasi secara ketat. TikTok sebagai media visual yang dominan sering kali mendorong pengguna untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan nilai kesopanan yang seharusnya dijaga.

Fenomena ini juga terlihat pada mahasiswi di STITMA Yogyakarta, dimana STITMA Yogyakarta ini merupakan perguruan tinggi berbasis pesantren yang sangat menjunjung nilai akhlak dan moral. Salah satu tujuan yang gaungkan khususnya bagi para mahasiswinya adalah membentuk wanita yang *Sholihah, Qanitaat, Haafidzaat* (wanita yang sholihah, taat, dan terjaga) melalui peraturan dan kegiatan kepesantrenan yang ada. Akan tetapi, berdasarkan data yang diperoleh dari bagian keasraman pada hari Jum'at 14 November 2025, sebanyak 259 dari 286 mahasiswi tercatat sebagai pengguna TikTok. Angka ini menunjukkan bahwa 90,6% mahasiswi berasrama menggunakan TikTok, sehingga hal ini mengindikasikan bahwa aplikasi ini memiliki penetrasi yang sangat kuat di lingkungan kampus berbasis pesantren ini.

Selain itu, mengacu pada hasil survei awal yang dilakukan pada 13 November 2025 yang diisi oleh 56 responden menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswi menggunakan TikTok selama 3–4 jam per hari, bahkan terdapat responden yang menggunakan lebih dari 4 jam per hari. Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan TikTok mahasiswi berada pada tingkat yang cukup tinggi.

Tingginya penggunaan TikTok diduga berkaitan dengan sikap menjaga *iffah* di ruang digital. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar

mahasiswi menggunakan TikTok sebagai sarana untuk hiburan daripada untuk mengakses konten edukatif ataupun dakwah. Sebagian besar responden juga mengaku pernah melihat konten yang kurang sesuai dengan nilai Islami, termasuk *live* TikTok dari sesama mahasiswi yang tampil tanpa memperhatikan batasan syar'i, seperti membuka cadar atau menampilkan gestur yang tidak sejalan dengan adab Islami, serta berinteraksi dengan lawan jenis tanpa adanya batasan. Temuan ini mengarah pada indikasi penurunan sensitivitas terhadap adab digital dan sikap menjaga *iffah* saat berinteraksi di ruang virtual.

Temuan survei juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok mempengaruhi pola perilaku mahasiswi di asrama, seperti perubahan gaya berpakaian, perilaku yang konsumtif, meningkatnya kecenderungan meniru tren yang viral, berkurangnya rasa malu, hingga membentuk sifat malas dan menunda pekerjaan dikarenakan banyak menghabiskan waktu hanya untuk menyelami TikTok. Ini menunjukkan adanya pergeseran nilai moral, khususnya kesopanan, pengendalian diri, dan batasan interaksi dalam perspektif Islam. Dalam konteks kampus pesantren yang menekankan pendidikan akhlak dan pembinaan kepribadian muslimah, fenomena ini tentu menjadi isu penting yang perlu diperhatikan.

Fenomena tersebut juga sejalan dengan beberapa temuan penelitian sebelumnya yang mengkaji penggunaan media sosial terhadap perilaku dan nilai moral. Temuan oleh Rahmawati *et al.*, (2020) menyebutkan bahwa penggunaan media yang semakin intens dapat meningkatkan kecenderungan seseorang untuk membandingkan diri, mencari validasi sosial, serta mengalami perubahan pada aspek psikologis seperti *self-concept* dan *self-esteem*. Kondisi ini sering memicu perilaku kompetitif dalam menampilkan identitas diri di ruang digital. Lebih lanjut, penelitian Setiawan *et al.*, (2022) menyebutkan bahwa TikTok memiliki pengaruh besar terhadap pola belajar mahasiswa, karena mendorong mereka lebih fokus pada aktivitas menonton serta membuat konten daripada belajar. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya pola pikir yang produktif, prioritas waktu, dan kinerja akademik.

Dalam konteks perilaku sosial dan religius, penelitian oleh Rohmah *et al.*, (2022) bahwa mahasiswa pengguna TikTok cenderung mengubah sikap keagamaan mereka, termasuk menampilkan aktivitas ibadah sebagai konten untuk memperoleh apresiasi publik, yang berpotensi mengarah pada *riya'*. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok dapat membentuk pola perilaku keagamaan baru, baik positif maupun negatif, tergantung pada intensitas penggunaan, jenis konten, dan niat pengguna. Selanjutnya, Maharani *et al.*, (2025) mengungkap bahwa intensitas penggunaan TikTok yang tinggi dapat memicu *Fear of Missing Out* pada gen Z dalam perilaku konsumtif terhadap konten dan pencarian pengakuan sosial melalui peniruan tren viral tanpa mempertimbangkan nilai moral dan etika.

Dari berbagai temuan tersebut dapat diduga bahwasanya intensitas penggunaan TikTok memiliki pengaruh yang nyata terhadap perilaku, dan nilai moral generasi muda, baik dalam aspek akademik, psikologis, maupun sosial-religius. Namun kajian ilmiah yang meneliti intensitas penggunaan TikTok berkorelasi dengan sikap *iffah* (kehormatan diri), khususnya pada mahasiswi di lembaga pendidikan Islam berbasis pesantren seperti STITMA Yogyakarta masih sangat terbatas.

Pemilihan mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta sebagai objek penelitian didasarkan pada karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian. Mahasiswi STITMA Yogyakarta yang hidup dalam lingkungan asrama pesantren secara formal menanamkan nilai adab, akhlak, serta menjaga diri dan kehormatan (*iffah*) melalui kegiatan dan peraturan yang ketat dalam segala aspek, termasuk dalam penggunaan media sosial. Hal ini tercermin dalam Surat Edaran Etika Bermedia Sosial Mahasiswi STITMA Yogyakarta Nomor 046/Asr/KB/PI/2025, yang memuat larangan menampakkan wajah di media sosial, menggunakan suara lembut atau menggoda, pembatasan interaksi dengan lawan jenis, serta selektif dalam mengkonsumsi konten. Aturan ini menggambarkan kondisi ideal yang ingin diwujudkan lembaga dalam rangka menjaga marwah mahasiswi di ruang digital.

Namun, fakta di lapangan berdasarkan survei awal peneliti menunjukkan adanya kesenjangan penggunaan media sosial dengan standar ideal yang diinginkan kampus berdasarkan surat edaran yang telah ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan TikTok di kalangan mahasiswi berasrama bertolak belakang dengan aturan etika bermedia sosial yang ditetapkan kampus.

Belum ditemukan penelitian sebelumnya yang spesifik mengkaji hal ini. Hal ini mengindikasikan adanya *research gap* (kesenjangan) yang perlu dijawab melalui penelitian ilmiah agar mampu memberikan nilai tambah, baik pada ranah teoritis maupun praktis, khususnya dalam pembinaan karakter mahasiswi muslimah di era digital. Penelitian ini juga mengikat hal baru baik dari segi variabel, objek penelitian, maupun konteks keislaman.

Urgensi penelitian ini terletak pada ditemukannya kesenjangan antara nilai-nilai *iffah* yang dibina di pesantren dengan perilaku nyata mahasiswi dalam menggunakan TikTok. Kondisi ini menunjukkan perlunya penelitian ilmiah untuk memahami sejauh mana intensitas penggunaan TikTok berhubungan dengan sikap *iffah*, sehingga hasil dari penelitian ini dapat menjadi acuan pertimbangan dalam penguatan pembinaan karakter mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta di era digital. Oleh karena itu, peneliti menetapkan judul **“Hubungan Intensitas Penggunaan TikTok Dengan Sikap *Iffah* Mahasiswi Berasrama Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta Tahun Akademik 2025/2026”**.

B. Identifikasi Masalah Penelitian

Mengacu pada uraian latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Tingginya pengguna TikTok di kalangan mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta
2. Intensitas penggunaan TikTok yang tinggi di kalangan mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta
3. Kurangnya kesadaran mahasiswi berasrama di STITMA Yogyakarta dalam menjaga *iffah* di ruang digital

4. Adanya potensi pergeseran nilai moral akibat tren dan gaya media sosial pada mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta

C. Pembatasan Masalah Penelitian

Peneliti menetapkan beberapa batasan masalah untuk memperjelas ruang lingkup dan fokus penelitian, diantaranya sebagai berikut:

1. Subjek penelitian dibatasi pada mahasiswi berasrama semester II, IV, dan VI STITMA Yogyakarta yang menggunakan aplikasi TikTok.
2. Variabel bebas (X) yang diteliti adalah intensitas penggunaan aplikasi Tiktok yang dibatasi empat indikator, yaitu:
 - a. Frekuensi penggunaan
 - b. Durasi penggunaan
 - c. Tujuan penggunaan
 - d. Jenis aktivitas
3. Variabel terikat (Y) dibatasi pada sikap *iffah* di ruang digital, yang diukur pada tiga indikator, yaitu:
 - a. Dimensi fisik (penjagaan aurat, cara berpakaian)
 - b. Dimensi verbal (adab berbicara/ komentar)
 - c. Dimensi perilaku (adab penggunaan media dan interaksi)
4. Penelitian hanya terfokus pada platform media sosial TikTok, sehingga media sosial lain tidak dianalisis dalam penelitian ini.

D. Perumusan Masalah Penelitian

Mengacu pada penjabaran latar belakang serta pembatasan masalah di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dengan sikap *iffah* mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta tahun akademik 2025/2026?
2. Seberapa kuat hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan sikap *iffah* mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta tahun akademik 2025/2026?

E. Tujuan Penelitian

Mengacu rumusan masalah yang telah ditetapkan peneliti, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan sikap *iffah* mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta tahun akademik 2025/2026.
2. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dengan sikap *iffah* mahasiswi berasrama STITMA Yogyakarta tahun akademik 2025/2026.

F. Manfaat Penelitian

Mengacu pada latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian, berikut manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini selesai antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmiah bidang Pendidikan Agama Islam, terlebih pada perilaku keagamaan mahasiswi di era digital. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai hubungan intensitas media sosial khususnya TikTok terhadap sikap *iffah*, yang mana tema ini masih minim diteliti terutama di lingkungan kampus berbasis pesantren.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan refleksi bagi mahasiswi untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga *iffah* dalam bermedia sosial serta selektif dalam mengkonsumsi maupun memproduksi konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

b. Bagi Kampus dan Pesantren

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi pihak kampus ataupun pesantren dalam menyusun kebijakan-kebijakan terkait pembinaan adab bermedia sosial, program literasi digital Islami, serta penguatan karakter Muslimah sebagaimana tujuan yang diinginkan.

c. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, memberikan peneliti pengalaman langsung dalam mengidentifikasi fenomena sosial-keagamaan di era digital, menyusun instrumen penelitian serta pengolahan data kuantitatif. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan terkait konsep *iffah* dan tantangannya di era digital sebagai bekal dalam pengembangan kompetensi dan profesionalitas di masa yang akan datang.

d. Bagi Peneliti lain

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan teori, metode penelitian, dan variabel baru yang berkaitan dengan akhlak digital dan pembinaan karakter muslimah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas, terstruktur, dan terarah mengenai isi serta tahapan penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun sistematika penulisan penelitian ini meliputi:

1. Bagian Awal

Bagian awal skripsi berisikan halaman sampul, halaman judul, lembar pengesahan, lembar persetujuan pembimbing, lembar pernyataan keaslian karya, lembar pernyataan perbaikan skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Utama

Bab I: Pendahuluan, Bab ini berisikan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Teori, Bab ini membahas konsep sikap *iffah* dan intensitas penggunaan TikTok sebagai variabel dalam penelitian ini, teori-teori pendukung yang relevan, serta kajian literatur penelitian terdahulu.

Bab III: Metode Penelitian, Bab ini memuat jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi

konseptual dan operasional variabel, teknik pengumpulan data, hipotesis, serta teknik analisis data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan, Bab ini berisikan hasil hasil analisis data mengenai hubungan intensitas penggunaan TikTok dengan sikap *iffah* mahasiswi berasrama, serta pembahasan hasil penelitian berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir skripsi meliputi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mendukung penelitian, seperti instrumen penelitian, data hasil penelitian, serta dokumentasi yang relevan.