

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos*. *Strategos* merupakan kata kerja yang mengandung pengertian suatu rencana untuk menghancurkan kekuatan musuh melalui penggunaan sumber daya yang efektif (Mulyadi, 2005).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (KBBI, 2005: 1092). Strategi merupakan suatu proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Adapun pengertian strategi menurut para ahli diantaranya yaitu :

1. Menurut David (2004:14) strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis dengan tantangan lingkungan.
2. Menurut Jhon A. Bryne (2010:29) mendefinisikan bahwa strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Strategi juga merupakan upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan mempergunakan sumber- sumber yang dimiliki. Diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan-tantangan yang ada. Strategi dapat berupa upaya untuk menyusun target, program, proyek untuk tercapainya tujuan-tujuan serta tugas pokok perencanaan. Strategi disusun berdasarkan promises dan tujuan yang telah ditetapkan (Umar, 2013:16). Dari beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Unsur- unsur Strategi

Strategi berupaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi bermaksud memanfaatkan lingkungannya, serta memilih upaya agar pengorganisasian secara internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Bila suatu organisasi mempunyai suatu strategi, maka strategi itu harus mempunyai bagian-bagian yang mencakup unsur-unsur strategi. Menurut Rachmat (2014:2) suatu strategi mempunyai 5 (lima) unsur, diantaranya lain:

- a. Gelanggang aktivitas atau Arena merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) di mana organisasi beroperasi. Unsur Arena tersebut seharusnya tidaklah bersifat luas cakupannya atau terlalu umum, akan tetapi perlu lebih spesifik, seperti kategori produk yang ditekuni, segmen pasar, area geografis dan teknologi utama yang dikembangkan, yang merupakan tahap penambahan nilai atau value dari skema rantai nilai, meliputi perancangan produk, manufaktur, jasa pelayanan, distribusi dan penjualan.
- b. Sarana kendaraan atau *Vehicles* yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana ini, perlu dipertimbangkan besarnya risiko kegagalan dari penggunaan sarana. Risiko tersebut dapat berupa terlambatnya masuk pasar atau besarnya biaya yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau tidak penting, serta kemungkinan risiko gagal secara total.
- c. Pembeda yang dibuat atau *Differentiators*, adalah unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan, seperti bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul di pasar, yaitu bagaimana organisasi akan mendapat pelanggan secara luas. Dalam dunia persaingan, kemenangan adalah hasil dari pembedaan, yang diperoleh dari fitur atau atribut dari suatu produk atau jasa suatu organisasi, yang berupa citra, kustomisasi, unggul secara teknis, harga, mutu atau kualitas dan reabilitas, yang semuanya dapat membantu dalam persaingan.

- d. Tahapan rencana yang dilalui atau *Staging*, merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategik. Walaupun substansi dari suatu strategi mencakup arena, sarana/vehicles, dan pembeda, tetapi keputusan yang menjadi unsur yang keempat, yaitu penetapan tahapan rencana atau staging, belum dicakup. Keputusan pentahapan atau staging didorong oleh beberapa faktor, yaitu sumber daya (resource), tingkat kepentingan atau urgensinya, kredibilitas pencapaian dan faktor mengejar kemenangan awal.
- e. Pemikiran yang ekonomis atau *Economical Thinking* merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi yang berhasil, tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis, sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan.

3. Tahapan Strategi

Terdapat tiga tahapan proses strategi menurut David dalam (Maruf, 2019) diantaranya:

a. Perumusan Strategi (Strategy Formulation)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi, yang meliputi:

- 1) Pengembangan visi dan misi.
- 2) Identifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman.
- 3) Menganalisa kekuatan dan kelemahan internal.
- 4) Merumuskan tujuan jangka panjang.
- 5) Menghasilkan strategi alternative.
- 6) Memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

b. Implementasi Strategi (Strategy Implemented)

Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan anggaran mengembangkan sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih. Metode laporan analisa bisa diterapkan dalam periode tahunan, bulanan atau mingguan, supaya segala penyimpangan dapat dievaluasi dan diperbaiki kinerjanya dengan harapan, segala sesuatu yang telah direncanakan dapat berjalan dengan semestinya.

4. Fungsi Strategi

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu (Assauri, 2016:4-7).

B. Aplikasi TikTok

1. Pengertian TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi tiktok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik tiongkok yang diluncurkan pada

september 2016 (Wisnu: 2020). Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok berasal dari Cina, yang diluncurkan oleh seorang pengusaha yang bernama Zhang Yiming. Sebelumnya aplikasi tiktok ini di Cina dikenal dengan nama *Douyin*, pengguna hanya menggunakan aplikasi ini untuk melihat video pendek atau membuat video pendek dengan durasi maksimal 3 menit.

Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang pada tahun 2018 jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam *Youtube*, *WhatsApp*, *Facebook Messenger*, dan *Instagram*. Mayoritas dari pengguna aplikasi tik tok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z (Wisnu, 2020, 433). Namun aplikasi tik tok ini pernah di *takedown* di Indonesia dikarenakan banyak yang melapor terkait dengan aplikasi ini. Di Indonesia sendiri pengguna tiktok terbanyak adalah usia remaja hal ini peningkatan adanya potensi negatif bagi penggunanya. Disisi negatif aplikasi ini juga bisa memberikan potensi positif hal ini ditunjukkan dengan adanya kegiatan positif seperti konten pendidikan, konten kesehatan, dan konten keIslaman.

Aplikasi tiktok memiliki tingkat penggunaan yang berbeda-beda, tergantung bagaimana mereka memanfaatkan ke hal-hal yang positif, terdapat beberapa yang menggunakan aplikasi tiktok dengan melihat konten yang berfaedah seperti melihat konten tentang kesehatan, media pembelajaran, bahkan konten Islami. Pada aplikasi tik tok ini pengguna dapat membuat video yang hanya berdurasi maksimal 3 menit yang memiliki iringan musik dan berbagai *effect* yang unik sehingga penggunanya mendorong untuk membuat video kreatifitas mereka dengan menjadi konten kreator. Sehingga beberapa konten kreator yang memanfaatkan tiktok untuk membuat konten Islami. Penggunaan aplikasi tiktok dimanfaatkan bukan hanya digunakan sebagai hiburan semata, namun da'i menyajikan konten-konten Islami dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai keIslaman (Laila, 2021: 263-280).

Penggunaan aplikasi tiktok kebanyakan yang menggunakannya dari kalangan remaja bahkan kalangan mahasiswa, dan pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang bagus dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Namun aplikasi ini memiliki sisi positif dan negatif tergantung bagaimana cara mereka menggunakan aplikasi tersebut. Aplikasi tiktok memiliki manfaat didalamnya bukan hanya isi kontennya berisi orang yang bergoyang tetapi dampak positif didalamnya itu banyak. Seseorang bisa melihat konten-konten yang bermanfaat salah satunya konten Islami bahkan membuat konten-konten yang dapat mengasah kreativitas mahasiswa dan bisa dijadikan media pembelajaran.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan TikTok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan tiktok terdapat dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas (ukuran), ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan *familiar* atau ketidakasingan suatu objek (Demmy, 2018: 78).

a. Faktor Internal

Terdapat beberapa faktor internal yang dapat mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok :

1). Perasaan

Menurut Ahmadi, perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok. Menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

2). Sikap dan Karakteristik Individu

Sikap dapat menunjukkan apakah seseorang menyukai aplikasi tersebut atau tidak, karena apabila seseorang menyukai aplikasi tersebut maka akan menunjukkan sikap yang senang pada saat pembuatan tiktok.

3). Prasangka

Ketika seseorang memiliki prasangka baik pada saat menggunakan sebuah aplikasi maka akan tidak ada sisi negatif dalam penggunaan aplikasi tersebut, begitu juga sebaliknya.

4). Keinginan atau Harapan

Mereka menggunakan aplikasi tiktok dengan harapan dapat menghilangkan rasa jenuh dan bosan agar bisa semangat dalam melakukan aktivitas apapun.

5). Perhatian (fokus)

Aplikasi tiktok dapat memberikan perhatian terhadap beberapa orang misalnya, ketika ada orang yang kesusahan akhirnya perhatian itu muncul dan memberikan bantuan.

6). Proses Belajar

Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi tiktok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi tiktok dapat peningkatan kreatifitas setiap orang.

7). Keadaan Fisik

Dalam penggunaan aplikasi ini bisa disesuaikan dengan keadaan fisik para pengguna dan fleksibel dalam pemakaiannya, misalnya ketika bepergian. Tetapi dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi tik tok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

8). Nilai, Kebutuhan dan Minat

Media sosial tiktok juga mengandung nilai-nilai yang baik sesuai dengan kebutuhan dan minat para pengguna, misalnya ada konten tutorial membuat kaligrafi maka bisa saja sesuai dengan kebutuhan dan minat para pengguna yang suka dengan kaligrafi.

9). Motivasi

Aplikasi tiktok juga dapat memberikan motivasi bagi penggunanya, ketika para pengguna melihat konten atau video yang baik dan memotivasi akhirnya mereka termotivasi untuk melakukan hal tersebut.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam aplikasi tiktok ini terdapat beberapa faktor diantaranya yaitu :

1) Latar belakang keluarga

Latar belakang keluarga sangat berarti sekali karena apabila latar belakang keluarga mereka baik-baik saja tidak ada masalah yang dialami dan orang tua sangat perhatian terhadap anak maka yang dilihat oleh mereka juga masih dalam hal yang wajar apabila latar belakang keluarga mereka kurang baik-baik saja dan orang tuanya kurang perhatian terhadap anak maka apa yang dilihat anak juga terkadang hal-hal yang negatif.

2) Informasi yang diperoleh

Orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti ada perbedaan pendapat ketika wudhu dan menuai banyak pro kontra dengan begitu cepat informasi tersebut tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi tiktok. Jika seseorang tidak mendapatkan

informasi tentang tiktok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi tiktok, bahkan sampai menjadi penggunanya.

3) Pengetahuan dan kebutuhan sekitar

Pengetahuan dan kebutuhan yang ada di sekitar untuk terkadang mempengaruhi penggunaan dalam bersosial media. Ketika pengetahuan mereka kurang mumpuni namun dibutuhkan disekitarnya maka tiktok ini bisa jadi sebagai alternatifnya.

4) Intensitas (kualitas)

Ketika menggunakan aplikasi tiktok ini harus mencari informasi atau video yang berkualitas karena itu akan mempengaruhi padi diri seseorang.

5) Ukuran

Pada aplikasi tiktok ini terdapat ukuran atau takaran video sesuai dengan umurnya namun, kembali lagi kepada penggunanya dalam menggunakan plikasi tiktok ini.

6) Keberlawanan

Keberlawanan ini menyatakan bahwa stimuli dari luar yang penampilannya berlawanan dengan latar belakangnya atau sekelilingnya atau yang sama sekali di luar sangkaan orang banyak, akan menarik banyak perhatian. Perhatian inilah yang nantinya akan membentuk persepsi seseorang terhadap suatu objek.

7) Hal-hal baru dan *familiar*

Aplikasi tiktok juga mengandung banyak hal-hal baru dan *familiar* sehingga tidak perlu takut ketinggalan informasi yang baru. Apapun informasi yang baru terjadi pasti cepat masuk ke media sosial oleh karena itu para generasi Z mudah mendapatkan informasi tersebut.

3. Penggunaan Aplikasi TikTok

Adapun kegunaan aplikasi tiktok tersebut sebagai berikut:

a. Hiburan

Konten video di tiktok juga bisa untuk sebuah hiburan. Selain untuk hiburan ada banyak konten lucu serta menarik yang bisa digunakan sebagai cara untuk menghibur diri. Pada era generasi Z saat ini mereka menggunakan tiktok juga sebagai menghilangkan rasa jenuh, galau dengan kisah cintanya, stress dengan tugasnya. Menurut generasi Z tiktok itu aplikasi yang menghibur dan dengan tik tok ini semua kegundahannya serasa hilang dan terlupakan.

b. Informasi

Konten di tiktok juga bisa digunakan untuk berbagi informasi dengan pengguna lainnya. Banyak pengguna tiktok berbagi ilmu yang dimiliki seperti kesehatan, masakan, tutorial dan keagamaan. Namun, sebagai pengguna harus cerdas dan berhati-hati dalam mendapatkan informasi maupun membuat konten karena perlu pemahaman yang cukup dan sumber yang jelas supaya tidak masuk kedalam penyebaran informasi hoax.

c. Promosi

Aplikasi tik tok bisa juga digunakan untuk mempromosikan bisnis yang dimiliki. Pengguna dapat membuat konten-konten tiktok mengenai bisnis dan memanfaatkannya sebagai sarana promosi. Melalui media sosial tiktok ini para pebisnis juga lebih mudah mempromosikan produknya dan mudah menarik para pembeli. Selain sebagai promosi bisnis media sosial tiktok juga bisa dijadikan tempat yang berguna misalnya sebagai berikut:

1) Media Dakwah

Media tik tok bisa dijadikan sebagai media dakwah untuk menyebarkan konten yang berisi Islami, karena di era sekarang banyak para da'i yang memanfaatkan tik tok sebagai media dakwah.

2) Kegiatan Sosial

Selain itu juga tik tok mempermudah para pengguna dalam hal kegiatan sosial, misalnya galang dana untuk membantu warga yang

tertimpa musibah seperti banjir, gunung meletus, dan lain-lain (Sholihatul, 2021: 1-11). Namun kita juga harus mencari kebenaran informasi tersebut valid tidaknya seperti yang terkandung dalam Q.S Al-Hujurat ayat 6, Allah SWT berfirman (DEPAG, 2015: 365) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang Fasik membawa suatu berita, Maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Dari ayat tersebut, dapat dijelaskan bahwa Allah telah memerintahkan orang Islam untuk mencari kebenaran suatu informasi yang telah didapatkan dan tidak mudah membawa suatu berita tanpa adanya bukti atau kebenaran.

4. Dampak Penggunaan TikTok

Penggunaan tiktok memiliki dampak bagi setiap orang. Ada yang berupa dampak positif dan juga dampak negatif. Adapun dampak positifnya adalah mengasah skill editing dalam video (kreatif) dan dapat peningkatan kemampuan otak kanan. Kemudian dampak negatifnya adalah dapat merusak moral seseorang dari segi pengetahuan, dan kecanduan(Ria, 2021: 47-48).

a. Dampak positif

Dampak positif yang ditimbulkan dengan penggunaan aplikasi tiktok yaitu:

1) Skill editing (kreatif)

Aplikasi tiktok membuat penggunanya lebih menggali kreativitasnya dengan pembuatan konten video yang unik dan menarik. Tidak hanya itu pengguna tiktok dapat mengasah skill editing video.

2) peningkatan kemampuan otak kanan

Selama penggunaannya tepat aplikasi tiktok dapat peningkatan kemampuan otak kanan seseorang.

b. Dampak Negatif

Adapun dampak negatif yang ditimbulkan menggunakan tiktok adalah:

1) Merusak Moral Dari Segi Pengetahuan

Misalnya sibuk bermain smartphone tidak lagi mencari informasi berupa pengetahuan melainkan lebih memilih untuk membuka aplikasi tiktok menyaksikan video dan membuat video untuk diunggah diakunnya.

2) Kecanduan dan Lupa Waktu

Menyaksikan konten video yang menarik memang membuat orang keasyikan. Namun, banyak orang-orang menjadi lupa waktu karena keasyikan ketika melihat konten video melalui tiktok. Menghabiskan waktu bisa saja menjadi lupa waktu, misalnya:

- a) Lupa waktu sholat
- b) Lupa waktu belajar
- c) Lupa waktu makan, dan lain-lain.

Itulah dampak positif dan negatif yang ditimbulkan oleh penggunaan tiktok. Sebagai pengguna tentu harus bijak dalam memanfaatkan aplikasi tiktok, sehingga dampak yang ditimbulkan akan mengarah kepada hal yang positif. Namun, jika tidak bijak dalam menggunakannya memungkinkan untuk timbul dampak yang negatif bagi pengguna tiktok.

C. Pemahaman KeIslaman

1. Pengertian Pemahaman KeIslaman

Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti dan memahami sesuatu setelah itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Seseorang dikatakan memahami sesuatu apabila ia dapat

memberikan penjelasan atau pemberiuraian yang lebih rinci tentang hal itu dengan menggunakan kata-katanya sendiri (Sudijono, 2010).

Menurut Bloom pemahaman adalah kemampuan untuk menguasai pengertian. Pemahaman tampak pada alih bahan dari satu bentuk ke bentuk lainnya, dan memperkirakan. Pemahaman diartikan seberapa mampukah seseorang dalam menangkap arti, menerangkan, menyimpulkan, serta mampu menerapkan apa yang dimengerti ke dalam keadaan dan situasi lainnya.

Indikator pemahaman menurut Taksonomi Bloom memiliki tiga ranah diantaranya(Sunaryo, 2012).

- a. Ranah kognitif, yang mencakup ingatan atau pengenalan terhadap fakta-fakta tertentu, dan konsep-konsep yang memungkinkan berkembangnya kemampuan dan skill intelektual secara bertingkat. Kemampuan intelektual mencakup pengetahuan pemahaman, dan penerapan.
 - 1) Pengetahuan adalah kemampuan seseorang untuk mengingat-ingat kembali atau mengenali kembali, pengetahuan adalah proses berpikir yang paling rendah.
 - 2) Pemahaman adalah seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah itu ketahui dan diingat, dengan kata lain memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.
 - 3) Penerapan adalah kesanggupan seseorang untuk menerapkan atau menggunakan ide-ide umum, teori-teori, dalam situasi yang baru dan konkret.
- b. Ranah afektif, ranah yang berkaitan perkembangan perasaan, sikap, nilai dan emosi. Ranah afektif berkenaan dengan sikap yang terdiri dari tiga aspek, yakni penerimaan, jawaban atau reaksi, penilaian.
 - 1) Penerimaan, yakni semacam kepekaan dalam menerima rangsangan (stimulus) dari luar yang datang kepada siswa dalam bentuk masalah, situasi, gejala.
 - 2) Jawaban, yakni reaksi yang diberikan oleh seseorang dengan stimulus yang datang dari luar. Hal ini mencakup ketepatan reaksi, perasaan,

kepuasan dalam menjawab stimulus dari luar yang datang kepada dirinya.

- 3) Penilaian, berkenaan dengan nilai dan kepercayaan dengan gejala atau stimulus tadi termasuk didalamnya kesediaan menerima nilai, latar belakang, atau pengalaman untuk menerima nilai dan kesepakatan dengan nilai.
- c. Ranah psikomotor, ranah yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan manipulatif. Ranah psikomotorik adalah ranah yang berkaitan dengan keterampilan (*skill*) atau kemampuan bertindak setelah seseorang menerima pengalaman belajar tertentu.

Agama adalah proses hubungan manusia yang dirasakan terhadap sesuatu yang diyakininya, bahwa sesuatu lebih tinggi daripada manusia. KeIslaman adalah kepercayaan kepada tuhan dengan kewajiban-kewajiban yang berhubungan dengan nilai-nilai Islam. Islam adalah aqidah yang benar sebagaimana hanya Islam juga ibadah yang shahi (Husni, 2010). Secara keseluruhan, Jadi pemahaman keIslaman adalah perubahan pola pikir seseorang terhadap sesuatu yang dilandasi oleh nilai-nilai keIslaman.

Secara keseluruhan agama Islam sangat menekankan masalah iman, ihsan, dalam rangka usaha menghubungkan dirinya kepada Allah, kesucian batin dengan dirinya sendiri ataupun dalam hubungannya dengan sekitar. Agama Islam sangat menekankan kepada umatnya agar memiliki akhlak, budi pekerti yang luhur, karena akhlak yang bagus ini akan menjadi perekat dalam pergaulan dengan sesamanya, dan lebih jauh lagi ia menjadi kunci untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan menanamkan aqidah yang benar.

Jadi pemahaman agama itu dapat dilihat ketika mereka beriman, yaitu mengakui adanya Allah, Rasulullah, malaikat, kitab Allah, hari akhir, dan qada' dan qadhar. Selain itu ketika mereka dapat menerapkan lima rukun Islam. Jika mereka dapat melakukan ketiga hal tersebut, mereka dapat dikatakan bahwa mereka dapat memahami tentang agama.

2. Ajaran Islam

Islam sebagai agama dan objek kajian akademik memiliki cakupan dan ruang lingkup yang luas. Secara garis besar, Islam memiliki sejumlah ruang lingkup yang saling terkait, yaitu lingkup keyakinan (aqidah), lingkup norma (syariat), muamalat, dan perilaku (akhlak/ behavior).

a. Aqidah

Aqidah merupakan akar bagi setiap perbuatan manusia. Apabila akar pohon perbuatan manusia itu kokoh, maka pohon perbuatan manusia itu akan berbuah dantahan dari berbagai tiupan angin cobaan. Maka, aqidah yang benar merupakan landasan (asas) bagi tegak agama dan diterimanya suatu amal. Allah SWT berfirman:

فَلْيَعْمَلْ رِبِّهِ لِقَاءَ رَبِّهِمْ إِنْ كَانَ قَمَنْ وَآحَدٌ إِلَهٌ إِلَهُكُمْ أَنَّمَا إِلَهُي يُوْحَىٰ مِثْلَكُمْ بَشَرٌ أَنَا إِنَّمَا قُلُّ
أَحَدٌ رَّبِّي بِعِبَادَةِ يُشْرِكُ وَلَا صَالِحًا عَمَلًا

Artinya: “Maka barangsiapa mengharapkan perjumpaan dengan Tuhannya (di akhirat), maka hendaklah ia beramal shalih dan tidak menyekutukan seorang pun dalam beribadah kepada Tuhannya.” (Q.S. al-Kahfi: 110).

Aqidah harus mampu mendatangkan ketentraman jiwa kepada orang yang menyakininya. Untuk itu diperlukan adanya keselarasan antara keyakinan lahiriyah dan batiniyah. Pertentangan antara kedua hal tersebut akan melahirkan kemunafikan. Sedangkan sikap munafik ini hanya akan mendatangkan kegelisahan serta keresahan jiwa (bathiniyah). Aqidah Islamiyah dibangun di atas enam dasar keimanan yang lazim disebut dengan rukun iman. Rukun iman itu meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikat-malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada rasul-rasul Allah, dan iman kepada hari akhir serta iman kepada qada’ dan qadar (Rois, Mazrur :2021).

b. Syariah (Islam)

Syariah dalam arti luas adalah din, agama yang diturunkan Allah kepada para Nabi (Q.S. al-Syura [42]). Sedangkan dalam pengertian terminologinya versi kalangan hukum Islam (fuqaha), kata syariat

dipergunakan dalam pengertian sebagai hukum-hukum yang ditetapkan oleh Allah SWT bagi hamba-Nya. Dengan pengertian ini, syariat berarti mencakup seluruh syariat samawi yang diturunkan bagi manusia lewat para Nabi yang hadir ditengah-tengah mereka. Dengan demikian, syariah mengandung arti bertauhid kepada Allah, menaati-Nya, beriman kepada para rasul-Nya, semua kitab-Nya dan hari pembalasan. Pendeknya, syariah mencakup segala sesuatu yang membawa seseorang menjadi berserah diri kepada Tuhan (Hamka :2009).

Apabila dikaji lebih mendalam tentang persamaan antara fiqih dan syari'at dalam konteks ajaran yang diturunkan Allah untuk mengatur kehidupan manusia di dunia, keduanya mempunyai sumber yang sama, yakni al-Qur'an dan as-Sunnah. Perbedaannya, syari'at sifatnya tekstual, hanya apa yang tertuang dalam al-Qur'an dan as-Sunnah tanpa ada campur tangan dari manusia, sedangkan fiqih sifatnya lebih fungsional karena teks-teks syari'at ditafsirkan dan dipahami secara mendalam sehingga memudahkan manusia untuk mengamalkannya.

c. Akhlak

Akhlak berasal dari kata khalaqa (menjadikan, membuat). Dari kata dasar itu dijumpai kata khuluqun (bentuk jamak), yang artinya perangai, tabiat, adat atau sistem perilaku yang dibuat (Ending :2004). Ihsan menurut Rasulullah SAW adalah beribadah kepada Allah. Ibadah ini tidak formalitas, tetapi terpadu dengan perasaan bahwa dirinya sedang berhadapan langsung dengan Allah. Sementara itu, ihsan menurut bahasa berarti kebaikan yang memiliki dua sasaran. Pertama, ia memberikan berbagai kenikmatan atau manfaat kepada orang lain. Kedua, ia memperbaiki tingkah laku berdasarkan apa yang diketahuinya yang manfaatnya Kembali kepada diri sendiri.

Allah mewajibkan ihsan dalam segala perbuatan, baik yang batin maupun yang lahir (jawarih) yang dihadapkan kepada Allah. Maksudnya, lingkup ihsan meliputi ikhlas, kebaikan dan kesempurnaan pekerjaan itu. Memang Nabi menjelaskan pula bahwa ihsan adalah jiwa iman dan Islam;

dan iman dan Islam itu diterima Allah jika berdasarkan ikhlas. Adapun cara untuk mewujudkan ikhlas ialah dengan menumbuhkan perasaan di kala sedang beribadah bahwa kita sedang berdiri berhadap-hadapan dengan Allah, seakan melihat-Nya, dan dapat mendengar ucapan-Nya.

3. Nilai Ajaran Islam

Dari segi normatif nilai-nilai dalam islam mengandung dua kategori, yaitu pertimbangan baik dan buruk, salah dan benar, hak dan batal, diridhoi dan dimurkai oleh Allah. Nilai-nilai agama Islam sangat besar pengaruhnya dalam kehidupan social, bahkan tanpa nilai tersebut manusia akan turun ketingkat kehidupan hewan yang amat rendah karena agama mengandung unsur kuratif terhadap penyakit sosial. Merujuk pada Al Quran dan Hadits serta pendapat para ulama, bahwa ajaran pokok islam meliputi ajaran tentang iman (aqidah), ibadah dan akhlak (Mansyur: 2005). Ketiga ajaran pokok islam ini selengkapnya diungkapkan sebagai berikut:

a. Nilai keimanan (Aqidah)

Secara harfiah, iman berasal dari bahasa arab yang mengandung arti *faith* (kepercayaan) dan *belief* (keyakinan). Iman juga berarti kepercayaan(yang berkenaan dengan agama) yakni kepada Allah, keteguhan hati, keteguhan batin (Abuddin: 2011). Zainuddin Bin Abdul Aziz menjelaskan, Islam itu perbuatan anggota luar (*dzohir*) dan Islam tidak sah kecuali disertai dengan iman. Iman itu membenarkan hati, dan iman tidak sah kecuali disertai pengucapan dua kalimat syahadat. Jelasnya bahwa pengertian iman disini meliputi tiga aspek: pertama, ucapan lidah atau mulut karena lidah adalah penerjemah hati. kedua, membenaran hati. Ketiga, amal perbuatan yang dihitung dari sebagian iman. Akidah mengajarkan manusia untuk percaya akan adanya Allah Yang Maha Esa dan Maha Kuasa sebagai sang pencipta alam semesta, yang akan senantiasa mengawasi dan menghitung segala perbuatan manusia di dunia.

b. Nilai Ibadah

Ibadah berasal dari kata ‘abada yang berarti patuh, tunduk, menghambakan diri, dan amal yang diridhoi Allah. Ibadah selanjutnya sudah masuk kedalam bahasa Indonesia yang diartikan perbuatan yang menyatakan bakti kepada Tuhan, seperti shalat, berdoa, dan berbuat baik. Menurut Abuddin (2011) bahwa ibadah selanjutnya menjadi pilar ajaran islam yang bersifat lahiriah yang tampak sebagai refleksi atau manifestasi keimanan kepada Allah. Pengalaman nilai-nilai ibadah akan melahirkan manusia-manusia yang adil, jujur dan suka membantu sesama.

c. Nilai Akhlak

Akhlak adalah suatu kondisi atau sifat yang telah meresap dalam jiwa dan menjadi kepribadian. Dari sini timbullah berbagai macam perbuatan dengan cara spontan tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pikiran (M.Yatimin :2007). Ajaran Akidah, Ibadah dan Akhlak merupakan kesatuan yang erat. Ketiganya adalah unsur yang saling mengisi dan menyokong. Akidah akan berjalan dengan ibadah dan akhlak, begitupun ibadah, akidah dan akhlak yang saling terpaut. Dari sumber nilai agama tersebut, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahkan setiap tingkah laku manusia haruslah mengandung nilai-nilai Islami yang pada dasarnya bersumber dari Alquran dan sunah yang harus senantiasa dicerminkan oleh setiap manusia dalam tingkah lakunya dalam kehidupan sehari-hari.

4. Faktor yang Mempengaruhi Pemahaman Agama(KeIslaman)

Menurut Thouless faktor-faktor yang mempengaruhi sikap pemahaman agama dibedakan menjadi empat macam, yaitu (H.Robert, 2014).

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial.

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

b. Faktor pengalaman.

Faktor ini berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

c. Faktor kehidupan.

Faktor ini mencakup tentang kebutuhan hidup manusia. Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu:

- 1) Kebutuhan akan keamanan atau keselamatan.
- 2) Kebutuhan akan cinta kasih.
- 3) Kebutuhan untuk memperoleh harga diri.
- 4) Kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

d. Faktor intelektual yakni berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

D. Generasi Z

1. Pengertian Generasi Z

Menurut Sari, Ifdil, & Yendi (2020: 22) menjelaskan bahwa generasi Z atau generasi yang sering disebut sebagai generasi yang akrab dengan teknologi. Generasi Z adalah individu yang lahir setelah 1995 sampai dengan tahun 2010 disebut juga *i Generation*, Generasi Net, atau Generasi internet. Artinya kini generasi Z berada dalam rentang usia 9 hingga 23 tahun. Santrock mengemukakan bahwa masa remaja adalah rentang usia 12 sampai dengan 20 tahun, yang artinya generasi Z berada pada kategori usia remaja. Generasi Z lahir dan di besarkan di era digital dimana internet telah berkembang pesat seiring dengan perkembangan media elektronik dan digital. Generasi Z tersebut lahir dari perpaduan dua generasi sebelumnya yaitu generasi X dan generasi Y.

Generasi Z sudah terbiasa berkomunikasi menggunakan internet, BB, facebook, dan twitter. Mereka hidup dalam budaya yang serba cepat,

sehingga tidak tahan dengan hal-hal yang lambat. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka. Disamping keunggulannya dalam menggunakan teknologi generasi Z terdapat kelemahan, misalnya mereka biasanya kurang terampil dalam komunikasi verbal. Generasi Z kurang menyukai proses, mereka pada umumnya kurang sabar dan menyukai hal-hal yang serba instan.

2. Sifat Generasi Z

Dalam buku *Raising Children In Digital Era* karya Elizabeth T.Santosa di jelaskan tujuh sifat generasi Z :

1. Memiliki ambisi besar untuk sukses
2. Berperilaku instan
3. Cinta kebebasan.
4. Percaya diri.
5. Menyukai hal yang detail.
6. Keinginan untuk mendapatkan pengakuan.
7. Digital dan teknologi informasi (T.Santosa/Elizabeth, 2015)

Generasi Z ini memiliki perbedaan kepribadian jika di bandingkan dengan generasi sebelumnya, khususnya dalam teknologi. Generasi Z dianggap sangat menguasai teknologi mereka dapat mengakses berbagai informasi melalui aplikasi untuk kepentingan kehidupannya. Dalam bersosialisasi pun mereka dapat melakukannya di internet, mereka sangat intens berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya teman sebaya.

Berbeda dengan yang dipaparkan Elizabeth T.Santosa dalam bukunya tentang sifat generasi Z, David Stillman juga menuliskan tujuh sifat generasi Z dalam bukunya yang berjudul "Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja" yaitu:

- b. Figital: Generasi Z akan hadir di lingkungan kerja dengan sesuatu hal yang baru dimana tidak terjadi pada generasi sebelumnya. Generasi Z akan

memadukan sisi fisik dan digital dengan cara mengkonsumsi, hidup, dan bekerja seperti Skype, Line, Whatsapp.

- c. Hiper-Kustomisasi: Generasi Z selalu berusaha untuk mengidentifikasi dan melakukan kustomisasi atau menyesuaikan identitas mereka agar dikenal dunia. Kemampuan mereka untuk mengustomisasi segala sesuatu menimbulkan ekspektasi bahwa perilaku dan keinginan mereka sudah sangat akrab untuk dapat dipahami.
- d. Realistis: Generasi Z sudah mengalami masa krisis berat sejak dini dimana hal ini membentuk pola pikir pragmatis atau cenderung berpikir praktis dan instan dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan.
- e. FOMO: Generasi Z termasuk orang yang sangat takut dengan ketertinggalan informasi. Mereka selalu menjadi yang terdepan dalam trend dan kompetisi. Namun, kabar buruknya mereka selalu khawatir jika mereka bergerak kurang cepat dan tidak menuju arah yang benar.
- f. Weconomist: Generasi Z hanya mengenal dunia dengan ekonomi berbagi dan generasi Z menekan kantor untuk memilah bagian-bagian internal dan eksternal guna mendayagunakan perusahaan dengan caracara baru yang praktis dan hemat biaya. Generasi Z mendayagunakan kekuatan “kami” peran mereka sebagai filantropis atau kedermawanan. Generasi Z juga berharap kemitraan dengan atasan untuk memperbaiki hal-hal yang tidak beres yang mereka lihat di dunia.
- g. DIY: Mungkin sebagian dari kita juga percaya dengan do-it-yourself atau lakukan sendiri dapat mempermudah segala urusan kita lebih cepat dan baik. Sama halnya dengan Generasi Z yang tumbuh dengan dunia internet khususnya youtube yang dapat mengajari mereka melakukan apa saja. Generasi Z sangat mandiri dan akan berbenturan dengan budaya kolektif yang sebelumnya diperjuangkan oleh generasi Millennials. Generasi Z percaya dengan pernyataan, “Jika ingin melakukannya dengan benar, maka lakukanlah sendiri”.
- h. Terpacu: Adanya provokator dari orang tua bahwa partisipasi bukanlah penghargaan yang sesungguhnya sehingga generasi Z meyakini adanya

pemenang dan ada yang kalah. Resesi yang membuat pendahulu mereka goyah serta laju perubahan yang sulit dikejar, tidak mengherankan Generasi Z menjadi generasi yang terpacu. (Stillman/David dkk, 2018).

3. Perbedaan Generasi Z dengan Generasi Lainnya

Generasi Z mempunyai beberapa karakteristik atau sifat yang tidak dimiliki oleh generasi lainnya. Sehingga terdapat perbedaan antara generasi Z dengan generasi lainnya, menurut Francis dan Hoefel (2018) antara lain:

Aspek	Baby Boomers 1940-1959	Gen X 1960-1979	Gen Y 1980-1994	Gen z 1995-2010
Konteks peristiwa	Pasca perang	Transisi politik dan Kapitalisme	Globalisasi, Stabilitas ekonomi, Munculnya internet.	Mobilitas, Media Sosial, Digital natives.
Perilaku	1. Idealismen 2. Revolusioner 3. Kolektivisme	1. Materialistis 2. Kompetitif 3. Individualis	Globalis, Berorientasi pada diri sendiri	Suka berkomunikasi, Realistis, Senang bercakap.
Konsumsi	Ideologi	Status, barang Mewah	Pengalaman, produk Unggulan, Festival	Unik, tidak terbatas, etis.

4. Tantangan Generasi Z

Dalam perkembangan karier dari generasi z juga terdapat tantangan di dalamnya diantaranya sebagai berikut:

a. Media Sosial dan Kematangan Karier

Generasi Z merupakan generasi *natives* yang berarti generasi yang telah bersanding dengan teknologi digital semenjak kecil. Diantara negara-negara lain, Indonesia merupakan negara yang paling aktif dalam menggunakan media social (Pujiono, 2021). Juwita, dkk (2015) menjelaskan bahwa terdapat beberapa dampak negative media sosial yaitu individu akan menjadi konsumtif, individualis, dan ingin mendapatkan segala sesuatu yang instan. Hal tersebut dikuatkan oleh Hanafi (2016) yang menyatakan bahwa media sosial bisa mempengaruhi motivasi belajar yang dimiliki individu, sehingga membatasi penggunaan media sangat diperlukan. Apabila motivasi yang dimiliki rendah, maka kematangan karier yang dimiliki juga akan rendah, begitu juga sebaliknya apabila motivasi yang dimiliki tinggi maka kematangan karierpun akan semakin tinggi (Della, dkk, 2018). Kematangan karier merupakan individu yang telah matang secara karier akan mulai bisa memikirkan dan merencanakan karier yang ingin dilakukan atau ditekuni (Jatmika dan Linda, 2015).

b. Perencanaan Karier dan Peran Orang Tua

Pengaruh orang tua dalam perencanaan karier saat ini sangat besar pengaruhnya bahkan generasi Z di Indonesia merasa orang tua sangat memberikan pengaruh dan biasanya menjadi pengambil keputusan dalam memilih Pendidikan dan karier anaknya. Namun, pada dasarnya ikut terlibat dalam perencanaan dan pemilihan karier anak tidak selalu menjadi hal negatif akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah apabila anak tidak mau atau memiliki perencanaan karier sendiri atau bahkan orang tua yang terlalu berekspektasi tinggi hingga membuat anak menjadi tertekan. Pada realitanya, beberapa orang tua masih menerapkan pengasuhan secara otoriter (Humaini dan Safitri, 2021), sehingga mengharuskan anak tunduk dan mengikuti apa saja yang diinginkan orang tua termasuk dengan karier.

c. Generasi Z dan Persaingan Global

Revolusi industri 4.0 dan 5.0 menitikberatkan pada proses otomatisasi dan digitalisasi semua aspek kehidupan individu (Hasibuan, 2022). Adanya revolusi industri ini bukan hanya memberikan dampak positif seperti

munculnya peluang akan tetapi juga memberikan tantangan bagi individu. Adanya berbagai kemajuan teknologi maupun pengetahuan yang memicu revolusi industri juga memiliki implikasi pada semakin tingginya kompetensi yang harus dimiliki oleh individu terutama Generasi Z. Kompetensi yang memadai harus dimiliki oleh Generasi Z karena saat ini pekerja dari luar negeri lebih mudah masuk ke Indonesia sehingga persaingan karier bukan hanya dalam negara, akan tetapi juga antar negara. Kompetensi-kompetensi yang diperlukan dalam era industri 4.0 dan tantangan global, diantaranya: pemecahan masalah yang kompleks, kecerdasan emosional, berpikir kritis, berkoordinasi dengan orang lain, kreativitas, manajemen manusia, penilaian dan pengambilan keputusan, negosiasi, berorientasi service, dan fleksibilitas kognitif (Asriandi & Putri, 2020).

E. Tinjauan Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Nur Hadiah

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Pare-Pare 2021 dalam penelitiannya yang berjudul "Peran TikTok Sebagai Konten Islami Dalam Memberikan Pemahaman KeIslaman Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 IAIN Pare-Pare". Yang membahas tentang peran tik tok sebagai konten Islami dalam memberikan pemahaman keIslaman. Sedangkan peneliti akan meneliti "Strategi Media TikTok Dalam peningkatan Pemahaman KeIslaman Pada Generasi Z".

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa peran tiktok sebagai konten Islami dapat memberikan wawasan dan juga pemahaman keIslaman terhadap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jadi pemahaman mereka jauh lebih baik melalui tiktok tersebut karena bias memilih tema ceramah yang diinginkan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang media tiktok terhadap pemahaman keIslaman. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu hanya sebatas pembahasan tentang peran tik tok terhadap pemahaman

keIslaman untuk mahasiswa. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu lebih luas cakupannya dimulai dari siswa sampai mahasiswa dan juga yang sudah bekerja.

2. Penelitian Nugroho Eka Prasetio

Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2023 dalam penelitiannya yang berjudul "Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas IX di MTS Matha'ul Anwar Jatiuwung Kota Tangerang". Yang membahas tentang dampak media sosial tiktok terhadap perilaku Islami siswa kelas IX . Sedangkan peneliti akan meneliti "Peran Media Tik Tok Dalam peningkatan Pemahaman KeIslaman Pada Generasi Z ".

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial tiktok mengandung dampak baik dampak negatif maupun dampak positif bagi siswa. Selain itu ada upaya yang dapat dilakukan yaitu melakukan edukasi terhadap siswa dalam penggunaan media sosial.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang media sosial tiktok. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu perilaku Islami siswa siswi di MTS. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu pemahaman keIslaman generasi Z di masyarakat.

Tabel 2.1

Tabel orisinalitas

No	Nama, Tahun dan Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nur Hadiyah, (2021) Peran TikTok Sebagai Konten Islami Dalam Memberikan Pemahaman KeIslaman Pada Mahasiswa Dan Komunikasi Dan	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa peran tiktok sebagai konten Islami dapat	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu hanya sebatas pembahasan

	Penyiaran Islam Angkatan 2021 IAIN Pare-Pare	memberikan wawasan dan juga pemahaman keIslaman terhadap mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam. Jadi pemahaman mereka jauh lebih baik melalui tiktok tersebut karena bias memilih tema ceramah yang diinginkan.	oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang peran tiktok terhadap pemahaman keIslaman	tentang peran tiktok terhadap pemahaman keIslaman untuk mahasiswa. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti yaitu lebih luas cakupannya dimulai dari siswa sampai mahasiswa dan juga yang sudah bekerja.
2.	Nugroho Eka Prasetyo, (2023), Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Islami Siswa Kelas IX di MTS Matha'ul Anwar Jatiuwung Kota Tanggerang	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa media sosial tiktok mengandung dampak baik dampak negatif maupun dampak	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti	Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu perilaku Islami siswa siswi di MTS. Sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti

		positif bagi siswa. Selain itu ada upaya yang dapat dilakukan yaitu melakukan edukasi terhadap siswa dalam penggunaan media sosial.	tentang media sosial tiktok	yaitu pemahaman keIslaman generasi Z di masyarakat.
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------------------------