

## abstrak

**Restu Syawa Gumilar. 1212010139. (2025).** “Pengaruh Manajemen Media Sosial Terhadap Popularitas Pondok Pesantren Mahasiswa di Kalangan Generasi Z (Penelitian di Pondok Pesantren Mahasiswa se- Bandung Timur).”

Media sosial menjadi salah satu kunci untuk meraih kepopuleritasan Pondok Pesantren mahasiswa di era digital saat ini. Namun masih terdapat kendala dalam pengelolannya. Lemahnya struktur manajemen media sosial menjadi hambatan serius, banyak Pondok Pesantren menjalankan aktivitas digital secara sporadis tanpa adanya tim atau sistem pengelolaan formal. Berdasarkan sumber temuan lapangan peneliti, beberapa Pondok Pesantren mahasiswa di wilayah Bandung Timur menunjukkan bahwa meskipun pesantren aktif memanfaatkan media sosial, performa keterlibatan pengguna (engagement rate) masih tergolong rendah. Rata-rata engagement rate media sosial dari enam pondok pesantren yang diteliti hanya sebesar 3,75%.

Penelitian ini bertujuan: 1) mengungkap skor variabel manajemen media sosial di Pondok Pesantren mahasiswa se- Bandung Timur; 2) mengungkap skor variabel popularitas Pondok Pesantren mahasiswa di kalangan generasi Z; 3) menunjukkan skor penyebab manajemen media sosial berpengaruh terhadap popularitas Pondok Pesantren mahasiswa di kalangan generasi Z.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *ex post facto*. Populasi penelitian berjumlah 2.436 santri generasi Z, dengan sampel sebanyak 96 orang yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka. Instrumen diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data mencakup uji normalitas, linearitas, regresi linear sederhana, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata – rata validitas variabel X 3,08 dan variabel Y 2,94, keduanya dalam kategori cukup. Manajemen media sosial teruji memiliki pengaruh yang signifikan terhadap popularitas Pondok Pesantren. Uji regresi dan uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,777, yang berarti hubungan antar variabel bersifat positif dan kuat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,607 menunjukkan bahwa 60,7% perubahan popularitas Pondok Pesantren dipengaruhi oleh manajemen media sosial, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini mempertegas bahwa strategi digital yang terstruktur dan dikelola dengan baik dapat meningkatkan daya tarik pondok pesantren di mata generasi muda. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan komunikasi digital dalam lembaga pendidikan Islam serta sebagai acuan praktis bagi pengelola pesantren dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Pondok Pesantren, Generasi Z