

ABSTRAK

Tingginya popularitas media sosial membuat banyak pihak meninjau dan membandingkan dampak dari media sosial untuk melihat nilai sebuah perusahaan. Salah satu dampak nyata penggunaan internet dan media sosial oleh generasi Z di Indonesia adalah terjadinya pergeseran karakteristik demografi investor pasar modal ke arah usia yang lebih muda sehingga media sosial menjadi salah satu alat utama yang digunakan sebagai transformasi digital institusi pendukung bursa untuk mendapatkan informasi terkait pengambilan keputusan investasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor yang berpotensi meningkatkan partisipasi di pasar modal syariah. Faktor tersebut meliputi *social media platform*, *financial literacy*, dan *individual background* terhadap partisipasi pasar modal syariah.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Populasi penelitian meliputi masyarakat Muslim Semarang sebagai partisipan di pasar modal syariah. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, sehingga peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden dengan pendekatan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dan pengujian data menggunakan program SPSS Statistics 26.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *social media platform*, *financial literacy*, dan *individual background* berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi pasar modal syariah. Variabel yang paling dominan yaitu *social media platform*. Seluruh variabel, yakni *social media platform*, *financial literacy*, dan *individual background* baik secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi pasar modal syariah.

Kata kunci: *social media platform*, *financial literacy*, *individual background* dan pasar modal syariah