

**PENGARUH TERPAAN KONTEN @NGERTISAHAM TERHADAP
MINAT ANAK MUDA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL
(Survey Pada *Followers* Akun Instagram @ngertisaham)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Abdul Rokhim

NIM 18107030048

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
YOGYAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Abdul Rokhim

Nomor Induk : 18107030048

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi sayaini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 April 2022



Abdul Rokhim

NIM. 18107030048

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka
selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Abdul Rokhim
NIM : 18107030048
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PENGARUH TERPAAN KONTEN @NGERTISAHAM TERHADAP MINAT ANAK MUDA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (Survey Pada Followers Akun Instagram @ngertisaham)

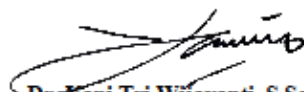
Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan
Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata
Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan
skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 6 April 2022
Pembimbing


Dr. Yani Tri Wijavanti, S.Sos., M. Si.
NIP : 19800326 200801 2 010

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-388/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH TERPAAN KONTEN @NGERTISAHAM TERHADAP MINAT ANAK MUDA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (Survey Pada Followers Akun Instagram @ngertisaham)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **ABDUL ROKHIM**
Nomor Induk Mahasiswa : **18107030048**
Telah diujikan pada : **Selasa, 19 April 2022**
Nilai ujian Tugas Akhir : **A-**

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Kenna Sidang
Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 620810650167



Penguji I
Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 620301049811d



Penguji II
Alip Kunsandar, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 620330101957



Yogyakarta, 19 April 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6200411015274

MOTTO



“Jika Kamu Bilang ‘Bisa’ dan ‘Tidak Bisa’, Dua - duanya Benar.”

- Henry Ford



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada :



Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrahiim..

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang “Pengaruh Terpaan Konten @ngertisaham Terhadap Minat Anak Muda Berinvestasi Saham Di Pasar Modal.” (Survey Pada *Followers* Akun Instagram @ngertisaham). Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan nikmat iman, kesehatan, dan kelancaran kepada peneliti.
2. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Rama Kertamukti, S.sos., MSn. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si selaku pembimbing skripsi peneliti yang telah mencurahkan waktu, pikiran, serta tenaga untuk selalu memberikan arahan, bimbingan, serta *support* kepada peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Diah Ajeng Purwani S.Sos, M.Si. selaku Penguji 1 dan Alip Kunandar S.Sos, M.Si. selaku Penguji 2 yang telah meluangkan waktu serta memberikan masukan yang sangat membangun dalam penyusunan dan penyempurnaan skripsi.

6. Dosen-dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dan pengalaman sangat berharga kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
7. Sapari dan Patmi selaku kedua orang tua peneliti yang menjadi menjadi *first support system* dalam kondisi apapun, juga Nur Khayadi selaku kakak kandung yang selalu memberikan motivasi peneliti.
8. Sahabat-sahabat dan teman-teman yang selalu menemani canda tawa, sedih, bahagia, dan menangis dalam perjalanan peneliti dari memulai perkuliahan hingga sekarang.
9. Pihak-pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu yang telah berjasa membantu peneliti.

Kepada semua pihak tersebut semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima disisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, aamiin.

Yogyakarta, 10 April 2022

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Peneliti



Abdul Rokhim

NIM. 18107030048

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
LAMPIRAN.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Landasan Teori.....	15
1. Teori <i>Uses and Gratifications</i>	15
2. Terpaan Konten	19
3. Minat Investasi	21
G. Kerangka Pemikiran.....	23

H. Hipotesis.....	25
I. Metodologi Penelitian	26
1. <i>Design</i> Penelitian.....	26
2. Definisi Operasional Variabel	27
3. Populasi dan Sampel Penelitian	30
4. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	34
6. Metode Analisis Data	36
J. Sistematika Pembahasan	37
BAB II.....	38
GAMBARAN UMUM	38
A. Akun Instagram @ngertisaham.....	38
1. Profil Akun Instagram @ngertisaham	38
2. Founder akun instagram @ngertisaham.....	40
B. Investasi.....	41
1. Pengertian investasi	41
2. Bentuk Investasi	42
3. Jenis investasi	42
C. Saham.....	43
1. Pengertian Saham	43
2. Keuntungan Saham.....	44
3. Risiko Saham.....	45
D. Pasar Modal.....	47
1. Pengertian Pasar Modal	47
2. Sejarah Pasar Modal	47

3. Jenis Pasar Modal.....	48
4. Manfaat Pasar Modal.....	51
5. Fungsi Pasar Modal	51
6. Produk Pasar Modal	53
BAB III.....	55
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Deskripsi Penelitian	55
B. Karakteristik Responden	56
1. Jenis Kelamin	56
2. Usia Responden.....	57
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas.....	62
D. Penyebaran Data Setiap Variabel.....	64
1. Variabel Bebas atau Independent (Terpaan Konten).....	64
2. Variabel Terikat atau Dependent (Minat Investasi)	73
E. Uji Asumsi	82
1. Uji Normalitas	82
2. Uji Linieritas.....	83
F. Uji Analisis Data	84
1. Analisis Regresi Linier Sederhana	84
2. Uji Hipotesis.....	87
G. Pembahasan.....	88
BAB IV	95
PENUTUP.....	95

A. Kesimpulan	95
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020	1
Gambar 2. Data pengguna media sosial berdasarkan usia	3
Gambar 3. Data minat investasi saham oleh usia muda.....	4
Gambar 4. Data investor di bawah 30 tahun di pasar modal	5
Gambar 5. Akun @ngertisaham dengan 1,2 juta followers per 2 Februari 2022 .	7
Gambar 6. Kerangka pemikiran	24
Gambar 7. Akun @ngertisaham dengan 1,2 juta followers per 2 februari 2022 ..	30
Gambar 8. Profil @ngertisaham dengan 1,2 juta followers per 2 februari 2022 ..	39
Gambar 9. Logo akun instagram @ngertisaham	39
Gambar 10. Konten akun instagram @ngertisaham	40
Gambar 11. Founder @ngertisaham Frisca Devi Choirina.....	40

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka	13
Tabel 2. Definisi Operasional	27
Tabel 3. Operasional Variabel.....	28
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	57
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Konten @ngertisaham	59
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Anak Muda Berinvestasi Saham.....	61
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten @ngertisaham.....	63
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Anak Muda Berinvestasi Saham.	63
Tabel 10. Melihat konten akun instagram @ngertisaham setiap hari.....	64
Tabel 11. Mengetahui waktu konten akun instagram @ngertisaham diunggah. ..	65
Tabel 12. Menghabiskan waktu luang mengulik konten akun instagram @ngertisaham	66
Tabel 13. Melihat informasi tentang saham pada akun instagram @ngertisaham.	67
Tabel 14. Melihat akun @ngertisaham lebih dari 3 menit dalam sehari.....	68
Tabel 15. Melihat akun @ngertisaham lebih dari 20 menit dalam seminggu.....	69
Tabel 16. Memilih akun instagram @ngertisaham daripada platform yang lain..	70
Tabel 17. Tidak pernah mengganti pencarian akun instagram @ngertisaham	71
Tabel 18. Selalu menantikan konten akun instagram @ngertisaham.	72
Tabel 19. Mencari informasi tentang saham pada akun @ngertisaham.	73
Tabel 20. Mengikuti perkembangan akun instagram @ngertisaham.....	74

Tabel 21. Tertarik menjadi investor yang benar melalui akun instagram @ngertisaham.	75
Tabel 22. Tertarik berinvestasi karena konten akun instagram @ngertisaham. ...	76
Tabel 23. Berinvestasi saham tidaklah sulit karena akun instagram @ngertisaham.	77
Tabel 24. Mendapat pengetahuan tentang saham yang tidak didapatkan di platform lain.....	78
Tabel 25. Berminat berinvestasi saham karena akun @ngertisaham.....	79
Tabel 26. Tertarik berinvestasi untuk jaminan masa depan karena akun @ngertisaham.	80
Tabel 27. Memutuskan berinvestasi saham karena akun instagram @ngertisaham.	81
Tabel 28. Uji Normalitas.....	82
Tabel 29. Uji Linieritas	83
Tabel 30. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	84
Tabel 31. Uji Signifikan.....	85
Tabel 32. Koefisien Regresi Linier Sederhana	86
Tabel 33. Uji Hipotesis	87

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	107
Lampiran 3. Uji Validitas.....	108
Lampiran 4. Uji Reliabilitas.....	110
Lampiran 5. Distribusi Frekuensi.....	111
Lampiran 6. Uji Normalitas.....	121
Lampiran 7. Uji Linieritas.....	122
Lampiran 8. Uji Regresi Linier Sederhana.....	123
Lampiran 9. Uji Hipotesis.....	124
Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup.....	125

ABSTRACT

Stock investing in the capital market is an investment with high risk, but in recent years it has been dominated by young people. The presence of the @ngertisaham Instagram account then became an answer to minimize this risk, considering that the @ngertisaham Instagram account is very concerned about echoing education about stock investing in the capital market. This study aims to measure the exposure of @ngertisaham content to young people's interest in stock investing in the capital market. This study utilizes quantitative methods and uses and gratification theory which show the audience actively chooses the media in fulfilling their information needs. Data collection is done by using questionnaires which were distributed to 100 followers of @ngertisaham. The correlation value of R is 0.724, meaning that the level of correlation between the variable of content exposure and the variable of interest in stock investing of young people. The value of the coefficient of determination is 0.524 (52.4%). Therefore, it can be concluded that the variable of content exposure has an influence of 52.4% on the variable of interest in stock investing in young people. So, it can be concluded that H_0 is rejected and H_1 is accepted.

Keywords: *Content Exposure, Interest in investment, Instagram @ngertisaham, New Media, Cultivation Theory*



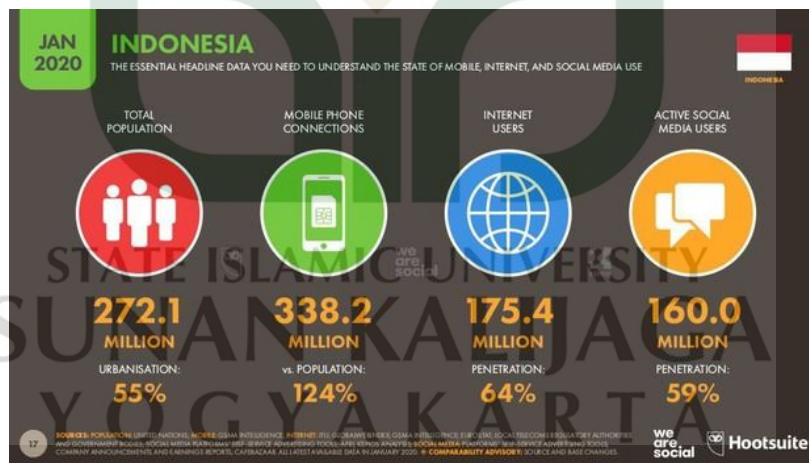
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dan informasi semakin terasa di berbagai negara dari belahan dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Kemajuan tersebut kemudian mempengaruhi cara pandang masyarakat dalam mengkonsumsi suatu informasi. Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan informasi, mediapun turut berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga sekarang kita dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi yang ada. Kemudahan tersebut kemudian dapat diakses baik melalui media massa, media elektronik maupun media baru hanya dengan menggunakan akses Internet.

Gambar 1. Data pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020



Sumber: We Are Social, Januari 2020

Keberadaan internet kemudian sudah menjadi kebutuhan sosial yang penting dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Berdasarkan laporan terbaru dari *We Are Social & Hootsuite* (2020 : 17) disebutkan bahwasanya terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2020. Hal itu mengalami

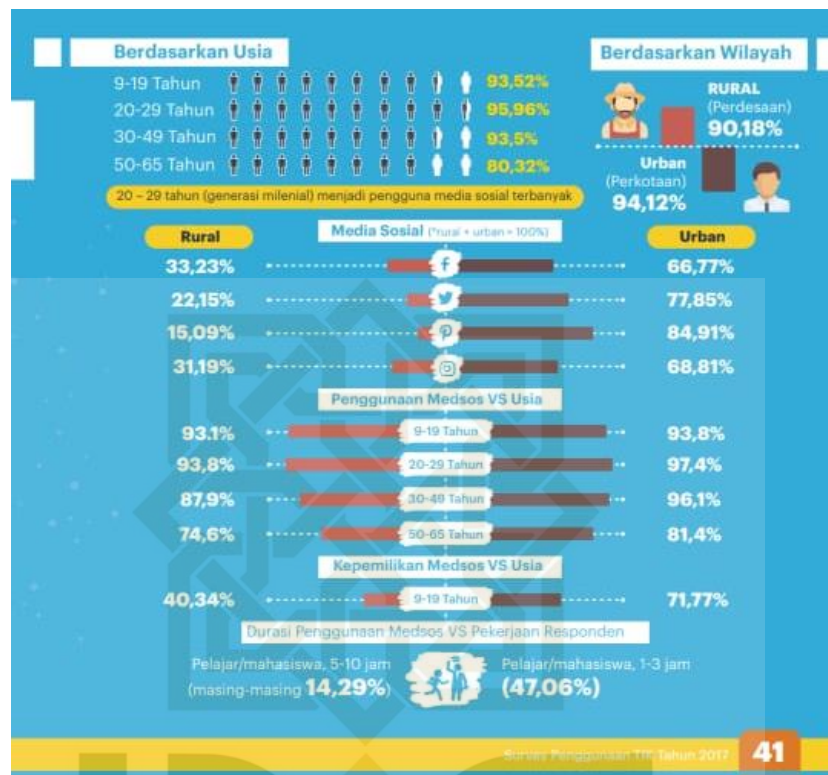
kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet dibandingkan tahun sebelumnya, dan kemungkinan akan terus bertambah mengingat pentingnya keterhubungan internet khususnya di Indonesia guna menunjang akses informasi ke seluruh penjuru dunia.

Kehadiran internet kemudian berbanding lurus dengan cara manusia untuk saling berkomunikasi mengikuti perkembangan teknologi termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi komunikasi tersebut, kemudian mempengaruhi struktur masyarakat, strategi komunikasi, masyarakat dan budaya, serta proses sosial masyarakat. Selain itu, kehadiran *new media* secara tidak langsung turut merubah struktur masyarakat Indonesia yang semula menganut cara tradisional menjadi lebih modern melalui platform *new media*. (Ayun, 2017 : 7)

Salah satu bentuk platform digital yang dapat dimanfaatkan di era *new media* seperti sekarang adalah Instagram. Aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang cukup sederhana karena hanya menampilkan gambar-gambar dan video dalam durasi tertentu dengan diberikan ruang untuk menulis dan berkomentar bagi orang yang menjadi pengelola maupun *followers*. (Satyadewi et al., 2017 : 153)

Instagram kemudian hadir bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan informasi saja, melainkan sudah mewabah ke beberapa sektor terutama dalam ranah edukasi bagi kaula muda maupun dewasa untuk menambah pengetahuan dan informasi, baik dalam ranah pendidikan, sosial, budaya bahkan juga ekonomi.

Gambar 2. Data pengguna media sosial berdasarkan usia



Sumber : Kominfo tahun 2017

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) pada tahun 2017 di dapatkan bahwasanya rentan usia 20 – 29 tahun menjadi pengguna media sosial terbanyak dengan Instagram menempati posisi kedua yang sering di akses baik dalam kawasan rural maupun urban. (KOMINFO, 2017 : 41)

Instagram di Indonesia kemudian menjadi salah satu platform *new media* yang digemari oleh kalangan kaum muda untuk berselancar dalam ranah pemenuhan informasi dan pengetahuan, tak terkecuali dalam ranah kegiatan investasi yang sekarang ini mulai digemari oleh kalangan anak muda. Menurut Reza (2016) dalam Pajar & Pustikaningsih (2017 : 4) berdasarkan survey yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), Nielsen, dan Universitas Indonesia,

diketahui bahwasanya usia muda berpotensi besar menjadi investor khususnya dalam instrument saham di pasar modal. Selain itu, dari hasil studi tersebut juga di dapatkan bahwa ternyata kepemilikan saham mulai menjadi bagian gaya hidup dari masyarakat.

Gambar 3. Data minat investasi saham oleh usia muda



Sumber : www.wartaekonomi.co.id

Dilansir dari Redaksi WE Online (2020) peminat investasi saham dalam 3 tahun terakhir di Bursa Efek Indonesia (BEI) didominasi oleh usia muda hingga berumur 40 tahun dengan angka 60 – 70% tentu hal tersebut kemudian menjadikan suatu gebrakan tersendiri mengingat umumnya dalam usia tersebut terdapat banyak instrumen lain dalam kegiatan berinvestasi dan kemudian mereka memutuskan untuk memilih saham di Pasar modal. Padahal, di sisi lain risiko berinvestasi saham juga tidak kalah penting untuk diperhatikan mengingat dalam kegiatan berinvestasi saham di pasar modal memiliki tingkat risiko yang sangat tinggi. Tetapi, justru banyak dipilih oleh anak muda sebagai salah instrumen investasi.

Gambar 4. Data investor di bawah 30 tahun di pasar modal



Sumber : Bisnis.com

Selain itu, dilansir dari Bisnis.com menurut Utami (2021 : 1) menyebutkan bahwa hampir 57% dari keseluruhan investor di pasar modal di dominasi oleh usia muda dengan rata – rata usia di bawah 30 tahun, hal ini menjadikan fenomena yang cukup baik dalam konteks melek investasi bagi anak – anak muda. Adapun rincian investor C-BEST atau investor saham tercatat sebanyak 2,19 juta investor per akhir kuartal I/2021 dan mengalami pertumbuhan 29,59 persen dari posisi akhir 2020 lalu yang hanya mencapai 1,69 juta investor. Data tersebut kemudian mengindikasikan bahwa tidak menutup kemungkinan angka peminat investasi saham akan terus meningkat dari waktu ke waktu mengingat banyaknya platform yang dapat digunakan dalam kegiatan edukasi mengenai kegiatan beinvestasi saham di pasar modal termasuk instagram pada umumnya.

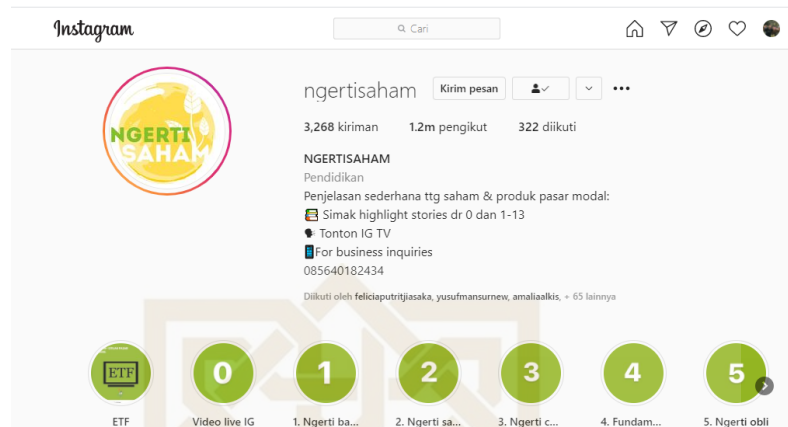
Bagi seorang investor sendiri, investasi merupakan kegiatan yang menyangkut masa depan dan mengandung ketidakpastian, hal ini menandakan terdapat unsur risiko di dalamnya. Pengetahuan tentang risiko merupakan suatu hal yang penting dimiliki oleh para investor maupun calon investor. Sebelum mengambil keputusan investasi, seorang investor yang rasional paling tidak harus

mempertimbangkan dua hal, yaitu pendapatan yang diharapkan dan risiko yang terkandung dari alternatif investasi yang dilakukannya. (Abdi & Hidayat, 2017 : 155)

Menurut Halim, (2005 : 41) dalam Abdi & Hidayat (2017 : 155) jenis risiko investasi yang tinggi ini timbul karena faktor-faktor yang bersifat makro dan mempengaruhi semua perusahaan atau industri serta tidak dapat dikurangi walaupun dengan cara diversifikasi, adapun faktor-faktor tersebut antara lain pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, nilai tukar valuta asing dan kebijakan pemerintah di bidang ekonomi dll.

Menurut Suherman (2009 : 184) dalam Pajar & Pustikaningsih (2017 : 2) investasi sendiri merupakan salah satu dari instrumen pembangunan yang dibutuhkan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, termasuk di Indonesia. Secara sederhana investasi diartikan sebagai suatu bentuk penanaman modal. Adapun salah satu bentuk investasi yang sering digunakan adalah investasi saham di pasar modal. Semenjak dibukanya Bursa Efek Indonesia (BEI), jenis investasi ini merupakan salah satu alternatif instrumen investasi yang mudah diakses oleh masyarakat luas termasuk kaum muda pada umumnya.

Gambar 5. Akun @ngertisaham dengan 1,2 juta followers per 2 Februari 2021



Sumber : Instagram

Hadirnya instagram sebagai salah satu produk kemajuan teknologi informasi kemudian memberikan fasilitas kepada para investor (orang yang berinvestasi) untuk bebas memilih cara dan pengetahuan yang lebih dalam berinvestasi saham. Hadirnya akun instagram @ngertisaham kemudian bisa jadi salah satu jawaban guna meminimalisir risiko berinvestasi saham, mengingat akun instagram @ngertisaham merupakan salah satu akun yang sangat *concern* menggaungkan edukasi tentang pentingnya berinvestasi di pasar modal.

Jumlah followers yang mencapai 1,2 juta, membuktikan bahwa akun @ngertisaham menjadi salah satu akun sumber pengetahuan bagi calon investor ataupun investor muda untuk memperkaya pengetahuan tentang pentingnya berinvestasi dan cara meminimalisir risiko berinvestasi saham itu sendiri.

Usia muda sendiri merupakan usia yang memiliki karakteristik tertentu. Menurut UU NO 40 Tahun 2009 tentang kepemudaan bahwasanya pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan

perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun.
(Republik Indonesia, 2009 : 2)

Hukum investasi saham sendiri masih terjadi tumpang tindih pendapat, meskipun dalam konteks untuk meningkatkan perekonomian negara kegiatan investasi telah di atur oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) terkait tentang hukum haram dan halalnya. Melalui fatwa nomor 80/DSN-MUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menetapkan bahwa hukum berinvestasi saham adalah halal.

Tetapi disisi lain, masih banyak juga para tokoh agama yang kemudian memiliki pendapat bahwasanya investasi saham di pasar modal hukumnya adalah haram. Dilansir dari *MuslimahNews.com* menurut Al-Jawi (2019 : 1) terdapat fuqaha seperti Taqiyuddin an-Nabhan, Yusuf as-Sabatin, dan Ali As-Salus yang kemudian memiliki pendapat bahwasanya investasi saham di pasar modal adalah haram dikarenakan dalam proses transaksi perusahaan tidak terdapat ijab dan kabul sebagaimana dalam akad syirkah yang menjadi tatanan dalam perniagaan dalam Islam. Menurut mereka yang ada hanyalah transaksi sepihak dari para investor yang menyertakan modalnya dengan cara membeli saham dari perusahaan atau dari pihak lain di pasar modal, tanpa ada perundingan atau negosiasi apa pun baik dengan pihak perusahaan maupun persero (investor) lainnya.

Hal semacam ini harus diperhatikan oleh calon investor / investor karena menjadi penting dalam mengetahui hukum halal atau haramnya berinvestasi saham. Menurut Al-Jawi (2019 : 1) tidak adanya ijab kabul dalam suatu perusahaan

sangatlah fatal, sama fatalnya dengan pasangan laki-laki dan perempuan yang hanya mencatatkan pernikahan di kantor catatan sipil, tanpa adanya ijab dan kabul secara syar'i.

Lebih dari itu, Allah SWT mengajarkan kita untuk selalu mencari rizki yang halal, baik dan jelas asal – usulnya, sebagaimana termaktub dalam Q.S Ali Imran Ayat 168 :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.

Ayat di atas menjelaskan tentang perintah Allah SWT bahwa wajib hukumnya bagi umat islam untuk mencari rizki yang halal, baik dan jelas asal – usulnya. Allah SWT melarang segala sesuatu yang ambigu, samar dan tidak jelas hukumnya. Halal disini bukan hanya soal dzat dari apa yang kita konsumsi tetapi juga mengenai bagaimana asal – usul dan cara mendapatkannya. Kegiatan investasi disisi lain masih terdapat tumpang tindih pendapat meskipun dalam konteks untuk memajukan perekonomian negara hal tersebut telah di atur oleh pemerintah melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI) terkait tentang hukum haram dan halalnya. Melalui fatwa nomor 80/DSN-MUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek tetapi ada beberapa ketentuan yang harus diperhatikan, seperti ada perusahaan yang tidak berprinsip islam baik produk yang dijual dan juga transaksi

keuangan dalam perusahaan. Oleh karenanya, hal ini perlu diketahui oleh para calon investor/investor agar tidak terjerumus pada hal – hal yang dapat menjerumuskan kepada mekanisme – mekanisme transaksi yang tidak sesuai prinsip – prinsip islam.

Berdasarkan penjabaran di atas, kemudian peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai PENGARUH TERPAAN KONTEN @NGERTISAHAM TERHADAP MINAT ANAK MUDA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (*Survey Pada Followers Akun Instagram @Ngersisaham*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh terpaan konten @ngertisaham terhadap minat anak muda berinvestasi saham di pasar modal pada *followers* akun instagram @ngertisaham?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur besar pengaruh terpaan konten @ngertisaham terhadap minat anak muda berinvestasi saham di pasar modal pada *followers* akun instagram @ngertisaham.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi baru dan menyumbang pemahaman serta pengembangan ilmiah pada bidang ilmu komunikasi khususnya pada kajian *New Media*.

2. Manfaat Praktis :

a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu target pemerintah melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam mewujudkan masyarakat sadar investasi khususnya anak muda melalui penggunaan platform digital *new media* khususnya instagram.

b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu akun Instagram @ngertisaham untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan konten - kontennya terhadap minat berinvestasi saham anak muda di pasar modal.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian judul ini. Tinjauan pustaka ini menjadi rujukan sebagai kajian kritis atas penelitian yang diangkat dalam judul ini. Adapun telaah pustaka dengan perbedaan serta persamaan di bawah bertujuan untuk mengenalkan dan menyampaikan fokus penelitian serta berbagai gagasan yang telah dibahas oleh peneliti sebelumnya. Terdapat tiga penelitian yang dijadikan sebagai telaah penelitian yaitu, *Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham* oleh **Bayu Tri Cahya dan Nila Ayu Kusuma W.** Lalu *Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa* oleh **Timothius Tandio dan A. A. G. P. Widanaputra**, serta *Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang* oleh **Iqbal Amhalmad dan Agus Irianto**. Dari telaah pustaka yang telah dilakukan, berikut ini disampaikan penjelasan serta persamaan dan perbedaan ketiga penelitian terdahulu dalam bentuk tabel.

Tabel 1.
Telaah Pustaka

No.	Kriteria	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
1.	Nama Peneliti	(Bayu Tri Cahya dan Nila Ayu Kusuma W)	(Timothius Tandio dan A. A. G. P. Widanaputra)	(Iqbal Amhalmad dan Agus Irianto)
2.	Judul	<i>Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham</i>	<i>Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa</i>	<i>Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang</i>
3.	Sumber	Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman Volume 7 Nomor 2 Ed. Juli – Desember 2019: hal. 192-207	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.16.3. September (2016): 2316-2341	Jurnal EcoGen Volume 2, Nomor 4, 5 Desember 2019
4.	Hasil	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya Motivasi investasi dan kemajuan teknologi berpengaruh terhadap minat investasi. Dalam Kampanye “Yuk Nabung Saham” Pada Generasi Y Di Kota Kudus.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan pasar modal, return, persepsi risiko, gender dan kemajuan teknologi hanya merupakan beberapa variabel bebas yang mempengaruhi variabel minat investasi mahasiswa (hanya 29,4%). Hal tersebut menunjukkan berarti masih terdapat banyak variabel bebas lain yang bisa mempengaruhi minat investasi.	Hasil Penelitian didapatkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap motivasi investasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi FE UNP, dimana semakin tinggi pengetahuan mahasiswa mengenai investasi maka akan semakin tinggi pula motivasi mahasiswa tersebut untuk berinvestasi. Dengan adanya pengetahuan mengenai investasi maka akan meningkatnya motivasi mahasiswa tersebut untuk berinvestasi. Pengetahuan investasi berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi FE UNP.
5.	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang minat investasi	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang minat investasi.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang minat investasi.

6.	Perbedaan	Pada penelitian ini variabel bebas (Independent) adalah Motivasi dan Kemajuan Teknologi.	Pada penelitian ini variabel bebas (Independent) adalah Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi.	Pada penelitian ini Teori yang digunakan adalah Theory of Planned Behavior (TPB) yang merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA).
----	------------------	--	---	--

Sumber: Olahan Peneliti



F. Landasan Teori

1. Teori *Uses and Gratifications*

Dalam upaya menjawab permasalahan yang diangkat, peneliti kemudian menggunakan salah satu teori dalam yang berhubungan erat dengan khalayak, yaitu teori *uses and gratifications*. Teori ini menjelaskan bagaimana khalayak bebas memilih media yang diinginkan. Mereka merupakan pengguna media yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan serta keinginan yang berbeda-beda dalam mengonsumsi media. Teori ini merupakan salah satu landasan teoritis yang tepat untuk meneliti tentang kepuasan para pengguna media. Dikarenakan asumsi teori ini adalah pengguna secara aktif memilih media yang dipakai dan kedua adalah media yang digunakannya dapat memberikan servis/gratifikasi terhadap tujuan komunikasi yang akan dicapai. (Rakhmat, 2005 : 217)

Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch teori ini menyatakan bahwa seseorang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu. Adapaun kegunaan dan gratifikasi tersebut menganggap orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi. Teori yang berpusat pada khalayak media ini menekankan seorang konsumen media yang aktif. Mempertimbangkan bahwa prinsip yang sangat melingkupi ini berlawanan dengan cara pandang yang ditawarkan oleh teori media lain dan perspektif teoritis lainnya. (Ricard, West, & Turner, 2008 : 101)

Pada pendekatan ini, khalayak memiliki keaktifan terhadap segala sesuatu diperolehnya, dan media hanya sebagai sarana khalayak untuk mendapatkan

informasi yang dibutuhkan. Konsep dasar teori ini menurut pendirinya adalah meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media atau sumber-sumber lain yang nantinya membawa pada pola terpaan media yang berlainan yang menimbulkan pemenuhan kebutuhan dalam berkomunikasi. (Kriyantono, 2000 : 204)

Adapun asumsi *uses and gratification* secara jelas dinyatakan oleh para pencetus yakni Katz, Blumler, & Gurevitch adalah:

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak menggunakan media massa karena memiliki tujuan tertentu.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasaan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari keburuhan manusia yang luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilihan media massa berdasarkan kepada kepentingan dan motif-motif tertentu dari khalayak.
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai dari khalayak. (Ricard, West, & Turner, 2008 : 104)

Selain itu, teori *uses and Gratification* ini juga menggambarkan asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang kemudian menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dalam pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang *menggunakan uses*

and gratification memusat perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. Model-model kegunaan dan gratifikasi dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjadikan pengguna media oleh individu atau kelompok-kelompok individu. Model-model ini menyajikan kerangka bagi sejumlah studi yang berbeda-beda termasuk Katz dan Gurevitch yang menggunakan riset kegunaan dan gratifikasi untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan berbagai media dilihat dari fungsi dan karakteristik lainnya. Penelitian ini menghasilkan sebuah model sederhana yang memperlihatkan bagaimana sebagai besar media itu memiliki kesamaan. (Ardianto *et al* 2017 : 107)

Dalam praktiknya, penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan. Efek media dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberi kepuasan. (Rakhmat, 2005 : 66)

Secara singkat inti dari teori *uses and gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media berdasarkan motif khalayak atau dengan kata lain khalayak secara sadar menggunakan media sesuai motif yang diinginkan. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak juga terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media aktif. (Rahmat Kriyantono dalam Gusfina, 2019)

Berdasarkan teori *uses and gratification*, dengan fenomena yang baru konten akun instagram @ngertisaham kemudian memiliki korelasi dimana tayangan pada platform instagram merupakan bentuk lain dari media yang memiliki fungsi tidak jauh beda dari televisi yang menyajikan sajian dalam bentuk audio visual, atau konsepsi *audience* lainnya sesuai motif yang diinginkan. Oleh karenanya, audience kemudian mampu menilai dan kemudian mampu memilih media yang digunakan yakni Instagram dengan menggunakan fitur *follow* maupun *unfollow*. Hal tersebut sesuai dengan asumsi mendasar dari teori *uses and gratification* yaitu khalayak secara aktif mengevaluasi dan memilih media yang menurutnya dapat bermanfaat untuk tujuan komunikasi.

Dalam konteks yang sama menurut Rakhmat (2018 : 51) apabila informasi atau konten yang disampaikan menyangkut dengan pribadi individu yang bersangkutan (pengguna) maka akan menangkap informasi dan mengeluarkan pendapat pada dirinya ataupun hasil pemikiran mengenai informasi yang disampaikan. Hasil pemikiran dan pendapat terhadap diri komunikan dalam menangkap informasi ini disebut dengan persepsi. Persepsi ditentukan oleh pola pikir masyarakat dalam menerima informasi yang datang, dimana persepsi ini merupakan tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.

Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra yang dapat mempengaruhi perilaku. (Rakhmat, 2018 : 51).

2. Terpaan Konten

Menurut Angelina (2021 : 7) terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.

Adapun terdapat tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur intensitas dari terpaan yaitu durasi, frekuensi dan atensi. Durasi merupakan total waktu yang dihabiskan dalam menonton suatu tayangan dalam kurun waktu tertentu. Frekuensi berbicara tentang seberapa sering seseorang mengkonsumsi media dalam kurun waktu tertentu dan Atensi adalah seberapa besar perhatian yang diberikan dalam pengkonsumsian suatu media. (Ardianto *et al* 2017 : 154)

Konten sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Adapun penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan *new media*.

Pada dasarnya pengindraan konten merupakan hasil dari proses intelektual seseorang. Proses intelektual sendiri adalah tata cara mengolah atau memroses stimulus, yang masuk ke dalam diri individu melalui pancaindera, kemudian diteruskan ke otak atau pusat syaraf untuk diolah atau diproses dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan iman yang dimiliki seseorang. Setelah diproses, stimulus itu dapat dimengerti sebagai informasi.

Sehingga dari definisi di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Terpaan Konten adalah banyaknya informasi atau kecenderungan yang diperoleh melalui pengkonsumsian media dengan durasi, frekuensi dan atensi tertentu yang umumnya muncul karena adanya intensitas penggunaan yang tinggi sehingga mempengaruhi apa - apa yang ada di sekitarnya.

Terpaan konten merupakan Variabel X (independen) dalam penelitian ini yang mana terpaan konten tersebut dapat terjadi karena intensitas dalam pengkonsumsian media. Adapun menurut Ardianto *et al* (2017 : 154), indikator yang digunakan untuk mengukur hal tersebut adalah :

a. Frekuensi

Penggunaan media yang berkaitan dengan berapa sering mengkonsumsi sebuah konten/informasi.

b. Durasi

Penggunaan media yang berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan dalam menyaksikan konten/informasi.

c. Atensi

Penggunaan media yang berkaitan dengan seberapa besar perhatian yang diberikan dalam pengkonsumsian konten/informasi.

3. Minat Investasi

Minat menurut (Abu Ahmadi, 2009 : 148) adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda, dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, dan motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.

Sedangkan menurut kamus lengkap psikologis, minat (*interest*) adalah (1) Satu sikap yang berlangsung terus menerus yang memusatkan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya, (2) Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan, atau objek itu berharga atau berarti bagi individu (3) Satu keadaan motivasi atau satu set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu.

Adapun menurut Abdul Halim dalam Gusfina (2019 : 18) investasi adalah penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Proses pencairan keuntungan dengan melakukan investasi ini adalah sesuatu yang membutuhkan analisis dan perhitungan mendalam dan tidak mengesampingkan prinsip kehati-hatian.

Sedangkan, investasi menurut Untung (2011 : 229) dalam Gusfina (2019 : 18) disebut juga penanaman modal, karena pada hakikatnya investasi adalah suatu tindakan keuangan untuk mencapai tujuan. Tujuan itu berupa tujuan keuangan untuk mencapai tujuan hidup.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa minat investasi adalah suatu dorongan yang menyebabkan seseorang terikat untuk berinvestasi dengan

harapan dapat memperoleh keuntungan di masa datang. Minat Investasi sendiri merupakan Variabel Y (Dependen) dalam penelitian ini.

Menurut Rakhmat (2018 : 56) nilai – nilai yang akan menjadikan minat dapat diukur menggunakan indikator sebagai berikut :

a. Timbulnya perhatian

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian menjadi apabila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita, dan mengabaikan masukan – masukan melalui alat indra yang lain.

b. Timbulnya perasaan

Perasaan ialah suatu pernyataan jiwa, yang sedikit banyak bersifat subjektif, untuk merasakan senang atau tidak senang, dan yang tidak bergantung kepada perangsangan dan alat indera. Sifat – sifat perasaan, antara lain senang dan tidak senang, kuat dan lemah, lama dan tidak lama, relatif, dan tidak berdiri sendiri sebagai pernyataan jiwa.

c. Timbulnya motivasi

Motivasi merupakan suatu proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah ke tercapainya tujuan tertentu. Tujuan tersebut jika berhasil dicapai, akan memuaskan atau memenuhi kebutuhan - kebutuhan dari tiap individu. Dengan pemenuhan kebutuhan yang dimaksudkan, nantinya kebutuhan tersebut akan menyebabkan pemenuhan dalam diri individu.

G. Kerangka Pemikiran

Tahapan pemikiran *logical construct* :

1. **Conceptioning** : Bertolak dari asumsi dasar teori yg telah didapatkan, maka teori tersebut dibangun oleh variabel - variabel.

Teori uses and gratification yaitu “*khalayak secara aktif mampu memilih dan menggunakan media dalam rangka pemenuhuan kebutuhan informasi*”.

Variabel - variabel : Kebutuhan >> Penggunaan >> Kepuasan

2. **Judgement** : Mengaitkan variabel-variabel utama teori dengan variabel-variabel utama masalah.

Variabel - variabel utama teori : Kebutuhan >> Penggunaan >> Kepuasan

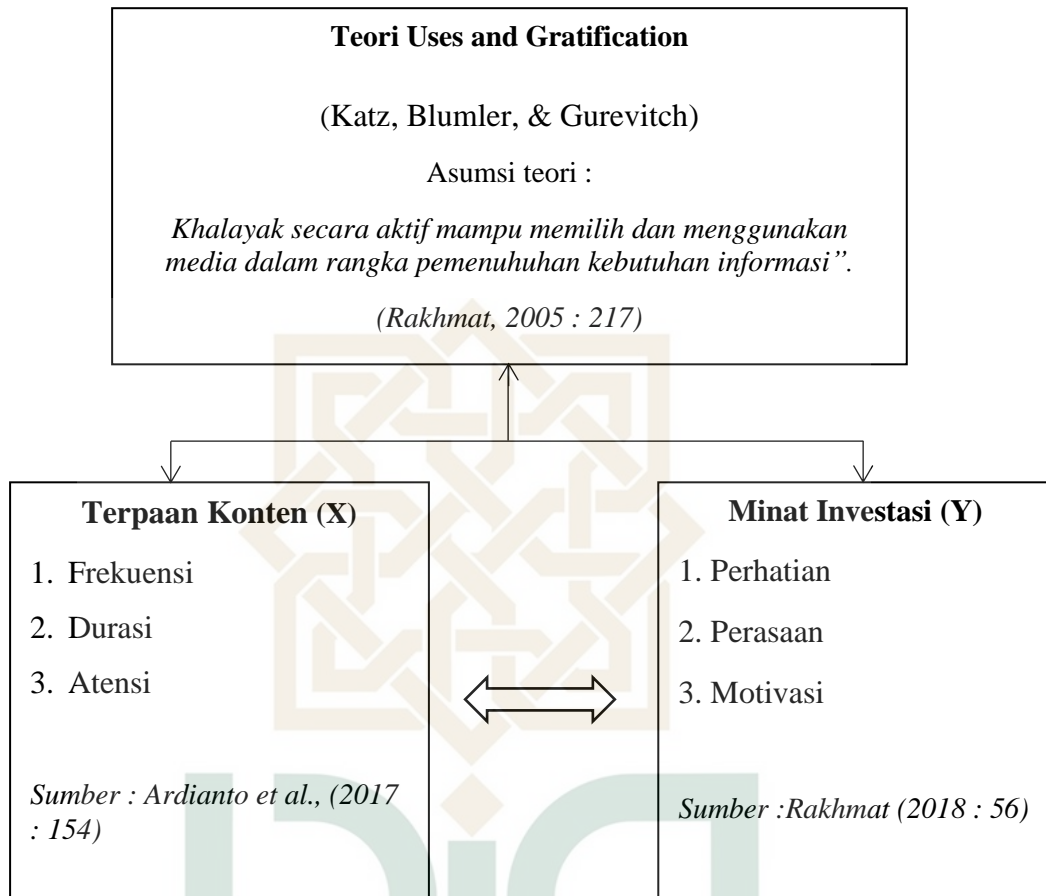
Variabel - variabel utama masalah : Kebutuhan informasi >> Terpaan konten >> Minat Investasi

3. **Reasoning** : Keselarasan antara variabel utama di level teori dengan variabel utama di level masalah, dibuat kesimpulan logis akan membentuk proposisi.

Rumusannya : Apabila terpaan konten akun instagram @ngertisaham tinggi, maka minat anak muda berinvestasi saham di pasar modal akan meningkat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 6. Kerangka pemikiran



Sumber : Olahan Peneliti

H. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2015 : 64) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian yang belum memiliki jawaban secara empiris.

Hipotesis kemudian dirumuskan berdasarkan kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan oleh peneliti. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut.

H₀: Tidak terdapat besaran pengaruh dari terpaan konten akun instagram @ngertisaham terhadap minat anak muda dalam berinvestasi saham di pasar modal (pada *followers* akun instagram @ngertisaham)

H₁: Terdapat besaran pengaruh dari terpaan konten akun instagram @ngertisaham terhadap minat anak muda dalam berinvestasi saham di pasar modal (pada *followers* akun instagram @ngertisaham).

I. Metodologi Penelitian

1. *Design* Penelitian

Design penelitian yang peneliti lakukan pada penelitian ini, menggunakan jenis pendekatan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015 : 7) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode penelitian ini digunakan untuk meneliti populasi tertentu. Pengumpulan data menggunakan alat atau instrumen penelitian dan analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Selain itu, dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengumpulan data dengan menggunakan metode survey. Menurut Sugiyono (2015 : 6) Penelitian survey dilakukan untuk membuat generalisasi dari sebuah pengamatan dan hasilnya akan lebih akurat. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data dengan memberikan kuesioner.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 2.
Definisi Operasional

NO.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
1.	X = Terpaan Konten	Terpaan konten adalah banyaknya ataupun kecenderungan yang diperoleh melalui pengkonsumsian media dengan durasi, frekuensi dan atensi tertentu guna pemenuhan informasi yang muncul karena adanya intensitas penggunaan yang tinggi sehingga mempengaruhi apa - apa yang ada di sekitarnya.	1. Frekuensi 2. Durasi 3. Atensi <i>Sumber : Ardianto et al., (2017 : 154)</i>	Likert
2.	Y = Minat Investasi	Minat investasi adalah suatu dorongan yang dapat menyebabkan seseorang terikat untuk berinvestasi dengan harapan dapat memperoleh keuntungan di masa datang.	1. Perhatian 2. Perasaan 3. Motivasi <i>Sumber : Rakhmat (2018 : 56)</i>	Likert

Sumber : Olahan Peneliti

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Tabel 3.
Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan Kuesioner
1.	Terpaan Konten @ngertisaham (X)	1. Frekuensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya melihat postingan konten akun instagram @ngertisaham setiap hari 2. Saya mengetahui waktu dimana konten akun instagram @ngertisaham diunggah 3. Saya sering menghabiskan waktu luang untuk mengulik konten akun instagram @ngertisaham
		2. Durasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya selalu melihat informasi tentang saham pada konten akun instagram @ngertisaham 2. Saya melihat informasi tentang saham pada konten akun @ngertisaham lebih dari 3 menit dalam sehari 3. Saya melihat informasi tentang saham pada konten akun @ngertisaham lebih dari 20 menit dalam seminggu
		3. Atensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya lebih memilih konten pada akun instagram @ngertisaham daripada platform yang lain 2. Saya tidak pernah mengganti pencarian informasi tentang saham selain pada akun instagram @ngertisaham 3. Saya selalu menantikan konten akun instagram @ngertisaham
2.	Minat Anak Muda Berinvestasi Saham di Pasar Modal (Y)	1. Perhatian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tertarik untuk mencari informasi tentang saham pada akun @ngertisaham karena membantu saya belajar tentang investasi saham 2. Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan akun instagram @ngertisaham karena pembahasannya tentang berinvestasi dan menabung saham untuk masa depan yang sukses 3. Saya ingin tahu bagaimana menjadi investor dengan cara investasi yang benar bagi pemula dengan melalui edukasi dari akun instagram @ngertisaham

		2. Perasaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setelah melihat konten akun @ngertisaham, saya tertarik untuk memulai berinvestasi setelah mendapat informasi dari konten akun instagram @ngertisaham 2. Setelah melihat konten akun instagram @ngertisaham, saya merasa berinvestasi itu tidak sulit 3. Setelah melihat konten akun instagram @ngertisaham, saya merasa mendapatkan ilmu tentang saham yang tidak saya dapatkan di platform lain
		3. Motivasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berkeinginan untuk berinvestasi Setelah menonton konten akun instagram @ngertisaham 2. Saya tertarik untuk melakukan investasi setelah melihat konten akun instagram @ngertisaham karena menurut saya berinvestasi menjamin masa depan 3. Saya memutuskan untuk berinvestasi Setelah mendapatkan informasi dari konten akun instagram @ngertisaham

Sumber : Olahan Peneliti

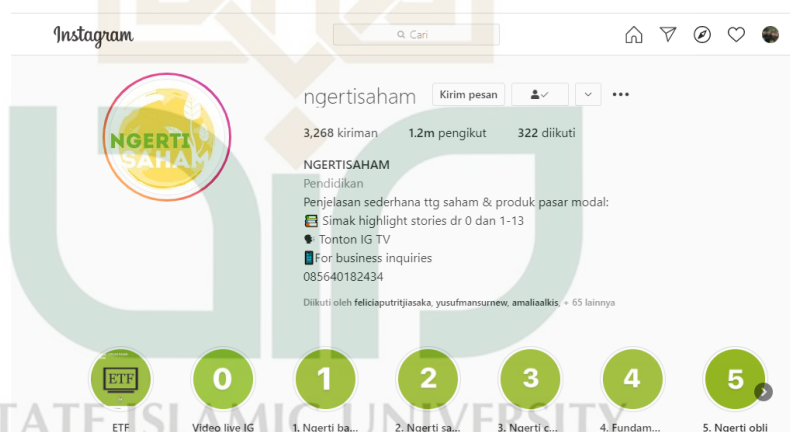
3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2015 : 80)

Dalam penelitian ini, populasinya adalah followers aktif @ngertisaham yang mencapai 1,2 juta folllovers.

Gambar 7. Akun @ngertisaham dengan 1,2 juta followers 2 februari 2022



Sumber : Instagram

b. Sampel Size

Sampel penelitian digunakan untuk mendapatkan gambaran dari populasi. Pemilihan sampel ditujukan kepada pengguna sosial media Instagram khususnya *followers* akun instagram @ngertisaham. Pada penelitian ini peneliti menggunakan sample size pada 1,2 juta orang pengguna sosial media Instagram yang merupakan followers akun instagram @ngertisaham. Melihat pernyataan diatas maka pengambilan

sampel dapat menggunakan rumus dari Slovin untuk tingkat kesalahan sebesar 10%.

Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = % kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan rumus diatas, dapat dijabarkan bahwa sampel yang diambil dari data *followers* aktif dari akun instagram @ngertisaham adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 1.200.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 1.200.000 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 12.000}$$

$$n = \frac{1.200.000}{12.001}$$

$$n = 99,99$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus dari Slovin didapat hasil 99,99 yang dapat dibulatkan menjadi 100 orang responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *nonprobability* sampling. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis teknik *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2015 : 85)

Teknik ini dipilih peneliti karena dianggap paling sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun pengambilan sampel ini dilakukan kepada *followers* akun instagram @ngertisaham dengan kualifikasi usia muda yaitu usia 16 – 30 tahun serta telah menjadi *followers* pada akun instagram @ngertisaham minimal 6 bulan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan perolehan data yang sesuai dengan apa yang diharapkan, peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik sebagai berikut :

a. Kuesioner

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Kuesioner sendiri menurut Sugiyono (2015 : 142) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya.

Kuesioner dalam penelitian ini akan disebarakan kepada *followers* akun instagram @ngertisaham melalui yang sebelumnya telah dilakukan pra-riset dalam penelitian. Kuesioner yang diberikan kepada responden berupa *google form*, yaitu pengisian kuesioner secara online. Adapun jawaban nantinya dikategorikan dengan skor tertentu menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015 : 93) skala *likert* merupakan yaitu meliputi jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (ST), Ragu – ragu (RG), Tidak setuju (TS), Sangat tidak setuju (STS).

b. Dokumentasi

Dokumentasi suatu cara untuk mendapatkan informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian.

5. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas sendiri menurut (Yusup, 2018 : 31) adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Validitas instrumen memperlmasalahkan sejauh mana suatu pengukuran tepat dalam mengukur apa yang hendak diukur Penelitian yang valid menunjukkan adanya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yakni *product moment*. Adapun rumus *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien kolerasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$: Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$: Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$: Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut (Yusup, 2018 : 32) adalah kegiatan dengan mempermasalahkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya karena keajegannya. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS akan dilakukan menggunakan *Reliability Analysis Statistic* dengan *Cronbach Alpha* (α). Jika nilai *Cronbach Alpha* (α)>0,60 maka dapat dikatakan variabel tersebut reliabel. Adapun pengujian reliabilitas tersebut dilakukan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

Adapun rumus *Cornbach Alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas yang dicari

n : Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap item

σ_t^2 : Varian total

6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dua variabel yakni variabel dependen dan independen. Secara umum regresi linear sederhana dapat dirumuskan seperti persamaan berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

a = Harga Y ketika X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen berdasarkan pada perubahan variabel independen

X = Variabel independent

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

J. Sistematika Pembahasan

Dalam proposal penelitian ini, peneliti kemudian membagi sistematika menjadi empat (4) bab yang di dalam setiap sub bab tersebut akan terdapat sub babnya masing – masing. Empat (4) bab yang dimaksud adalah :

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini, peneliti menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan, tujuan dan manfaat mengenai penelitian, telaah pustaka dengan penelitian sejenis sebelumnya, landasan teori, kerangka pemikiran serta metodologi yang digunakan peneliti untuk melaksanakan penelitian ini.

BAB II GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini, peneliti menjelaskan mengenai gambaran secara umum tentang subyek penelitian yang akan di teliti. Selain itu, peneliti juga akan memaparkan profil mengenai deskripsi ataupun penjelasan yang berkaitan langsung dengan subyek penelitian.

BAB III PEMBAHASAN

Dalam bab ini, peneliti menjelaskan mengenai hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Selain itu, hasil penelitian yang disajikan akan dikaji menggunakan teori – teori yang berkaitan dengan penelitian yang sebelumnya telah dijabarkan oleh bab 1.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti memaparkan kesimpulan dan saran hasil dari pemaparan peneliti pada bab – bab sebelumnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “*Pengaruh Terpaan Konten @ngertisaham Terhadap Minat Anak Muda Berinvestasi Saham Di Pasar Modal*” ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan terpaan konten @ngertisaham terhadap minat anak muda berinvestasi saham dipasar modal.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan peneliti dalam uji regresi linier sederhana, dapat diketahui bahwa korelasi dari kedua variabel sebesar 0,72. Dari koefisien determinasi juga didapatkan nilai sebesar 0,524 (52,4%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terpaan konten terhadap minat investasi. Pengaruh terpaan itu sebesar 52,4% sedangkan 47,6% lainnya disebabkan oleh faktor lain. Selain itu, hasil uji regresi linier sederhana juga diperoleh model regresi, yaitu $Y = 17,298 + 0,586X$

Dalam uji hipotesis didapatkan bahwa nilai Sig sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima atau dalam arti lain terdapat pengaruh dari Terpaan Konten @ngertisaham terhadap Minat Anak Muda Berinvestasi Saham di Pasar Modal.

Dari hasil penelitian jika dikaitkan dengan teori *uses and gratification*, setiap pengguna dapat terlibat secara aktif maupun pasif dalam memilih media yang bermanfaat bagi dirinya. Menurut Maslow dalam (Fachrul, 2017) teori ini merupakan lanjutan dari teori mengenai teori kebutuhan dan motivasi. Seseorang akan memenuhi kebutuhannya karena ada motivasi yang ada pada dalam dirinya.

Hal ini memiliki makna bahwa dalam penggunaan media sosial Instagram terdapat motivasi yang mendasari seseorang untuk mencapai kebutuhannya, motivasi tersebut tumbuh karena secara sadar memahami manfaat dari penggunaan aplikasi Instagram terutama melalui konten akun @ngersaham. Hal itu sesuai dengan asumsi teori *uses and gratification* bahwasanya khalayak secara aktif mampu memilih dan menggunakan media dalam rangka pemenuhan kebutuhan informasi.



B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Semoga peneliti dapat mengambil ilmu dari apa yang telah diteliti dari awal hingga akhir penelitian. Serta nantinya dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel-variabel lain yang lebih menarik untuk diteliti.
2. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan manfaat bagi banyak orang terutama para calon investor yang hendak berinvestasi saham dalam konteks meminimalisir risiko dalam berinvestasi saham di pasar modal.
3. Peneliti berharap dengan adanya hasil dari penelitian ini, nantinya dapat membantu target pemerintah khususnya melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam mewujudkan masyarakat terutama anak muda akan pentingnya investasi.
4. Peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang nantinya akan menyempurnakan penelitian ini. Baik dari keterbaruan buku, jurnal maupun referensi yang digunakan dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M. N., & Hidayat, M. (2017). Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Resiko Investasi Terhadap Perusahaan Farmasi Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Economix*, 4(1), 153–164.
<https://doi.org/10.17605/OSF.IO/P96KA>
- Abu Ahmadi. (2009). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Al-Jawi, K. M. S. (2019). Mau Main Saham? Pahami Dulu Hukumnya. Retrieved from www.muslimahnews.com website:
<https://www.muslimahnews.com/2019/10/12/mau-main-saham-pahami-dulu-hukumnya/>
- Amhalmad, I., & Irianto, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Ecogen*, 2(4), 734.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v2i4.7851>
- Angelina, A. L. (2021). *Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z di Surabaya* (pp. 1–115). pp. 1–115.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2017). *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) : Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ayun, P. Q. (2017). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Jurnal Channel*, 3(2), 1–16. Retrieved from <http://journal.uad.ac.id/index.php/CHANNEL/article/view/3270>
- Bursa Efek Indonesia. (2022). PT Bursa Efek Indonesia. Retrieved March 15, 2022, from www.idx.co.id website: <https://www.idx.co.id/produk/saham/>
- Cahya, B. T., & Kusuma, N. A. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7, 192–207.
- Damayanti, I. (2021). Frisca Devi Choirina Cerdaskan Milenial Lewat Dunia Saham. Retrieved March 15, 2022, from www.republika.id website:
<https://www.republika.id/posts/14012/frisca-devi-choirina-cerdaskan-milenial-lewat-dunia-saham>
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). *PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL*. 08(02), 44–56.

- Fachrul, N. R. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (Cetakan IX). Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Gusfina, N. (2019). *Pengaruh tayangan “Yuk Nabung Saham” di idx channel terhadap minat mahasiswa ekonomi Universitas Riau untuk berinvestasi*. Riau: Universitas Riau.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2021). *Konten*. Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Konten>
- KOMINFO. (2017). *Survey Penggunaan TIK 2017 (Serta Implikasinya terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat)*. In *Survey Penggunaan TIK 2017*.
- Kriyantono. (2000). *Manajemen Riset Komunikasi*. Kencana Prada Group.
- Mubarok, F. K. (2018). *Peran sosialisasi dan edukasi dalam menumbuhkan minat investasi di pasar modal syariah The role of socialization and education in growing interest in investment in the sharia capital market*. 14(2), 113–122.
- Nuzula Nila, F., & Nurlailly, F. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=xQH8DwAAQBAJ&lpg=PA1&ots=bQs7ZwimMP&dq=pengertian investasi &lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=pengertian investasi&f=false](https://books.google.co.id/books?id=xQH8DwAAQBAJ&lpg=PA1&ots=bQs7ZwimMP&dq=pengertian%20investasi&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=pengertian%20investasi&f=false)
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). *Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*. *Profita*, 1(2), 1–16.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi : Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Redaksi WE Online. (2020). *Hampir 70 Persen Kaum Milenial Investasi Saham Berbasis Digital*. Retrieved from www.wartaekonomi.co.id website: <https://www.wartaekonomi.co.id/read319254/hampir-70-persen-kaum-milenial-investasi-saham-berbasis-digital>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan* (pp. 1–37). pp. 1–37.

- Ricard, West, & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Selemba Humanika.
- Satyadewi, A. J., Hafiar, H., & Nugraha, A. R. (2017). Pemilihan akun media sosial instagam oleh HOLIDAY INN Bandung. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 153. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.459>
- Sudaryo, Y., & Yudanegara, A. (2017). *Investasi Bank dan Lembaga Keuangan*. Retrieved March 15, 2022, from [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=x7fADgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+investasi+investasi&ots=KvgPvkbNgK&sig=skBjNk6Q_jRIy-8lgBqLwWUOxns&redir_esc=y#v=onepage&q=buku investasi&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=x7fADgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+investasi+investasi&ots=KvgPvkbNgK&sig=skBjNk6Q_jRIy-8lgBqLwWUOxns&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20investasi&f=false)
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2–26. Retrieved from <https://ocs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21199>
- Utami, D. N. (2021). Investor di Bawah 30 Tahun Dominasi Pasar Modal Hampir 57 Persen. Retrieved from *Bisnis.com* website: <https://market.bisnis.com/read/20210420/7/1383596/investor-di-bawah-30-tahun-dominasi-pasar-modal-hampir-57-persen>
- We Are Social & Hootsuite. (2020). Indonesia Digital Report 2020. In *Global Digital Insights* (pp. 1–43).
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>