

**STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @NGERTISAHAM
DALAM MENGEDUKASI FOLLOWERS TENTANG ILMU SAHAM**



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 :

Ahmad Dzakwan Afif Annizar

18107030083

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

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

2021

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ahmad Dzakwan Afif

NIM : 18107030083

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah dijadikan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi say aini 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.

Yogyakarta, 11 April 2022

Yang Menyatakan.


METERAI TEMPEL
CB1AIX841225456
NIM : 18107030083

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN NOTA DINAS



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 : Ahmad Dzakwan Afif
NIM : 18107030083
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

STRATEGI KOMUNIKASI AKUN INSTAGRAM @NGERTISAHAM DALAM MENGEDUKASI FOLLOWERS TENTANG ILMU SAHAM


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, 11 April 2022
Pembimbing


Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
NIP : 19830111 201503 2 004

LEMBAR 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-443/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2022

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Komunikasi Akun Instagram @NGERTISAHAM dalam Mengedukasi Followers tentang Ilmu Saham

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD DZAKWAN AFIF ANNIZAR
Nomor Induk Mahasiswa : 18107030083
Telah diujikan pada : Kamis, 21 April 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 62956877d6960

Ketua Sidang
Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
SIGNED



Valid ID: 62997081a74ed

Penguji I
Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED



Valid ID: 628d44758b992

Penguji II
Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.
SIGNED

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



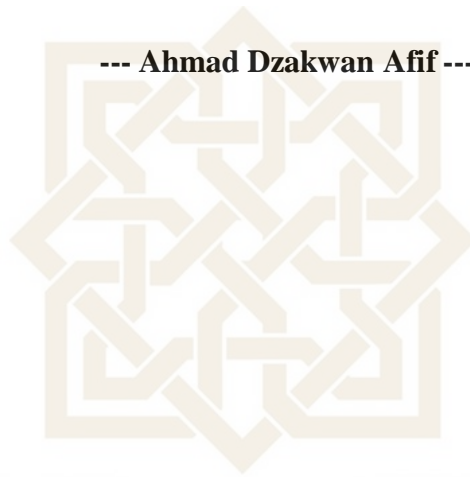
Valid ID: 62a7edeb651bb

Yogyakarta, 21 April 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

HALAMAN MOTTO

**Manusia tercipta dari tanah dan akan Kembali ke tanah, lantas mengapa
harus bersifat langit.**

--- Ahmad Dzakwan Afif ---



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA :

ALLAH SWT

Nabi Muhammad SAW

Kedua Orangtua (Nisar Zaidal, S.Kom., M.T. dan Dr. Wasilah, S.Kom., M.T.)

Kakak dan Adik saya

Sebagai *support system* dan motivasi kepada saya

Serta Kepada :

Dosen Pembimbing (Niken Puspitasari, S.IP., M.A.)

Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prodi Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan segala pertolongan-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia kearah jalan kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan skripsi ini adalah kajian singkat tentang Strategi Komunikasi Akun Instagram Ngerti Saham dalam Mengedukasi *Followers* tentang Ilmu Saham. Penyusun menyadari bahwasannya penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.
2. Ketua dan sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn selaku penguji 1.
4. Maya Sandra Rosita Dewi, M.Ikom. selaku penguji 2.
5. Niken Puspitasari, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi
6. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Kedua orang tua saya, papah dan umi yang telah mendoakan dan mendukung segala proses penyusunan skripsi.

9. Kakak dan adik saya, Radhita dan Salma yang ikut mendoakan dan mendukung segala proses penyusunan skripsi.
10. Kekasih saya teercinta Syadathul Ummah yang telah mendoakan dan mendukung segala proses penyusunan skripsi.
11. Sahabat saya Fadhil Ardian yang telah mendoakan dan mendukung segala proses penyusunan skripsi.
12. Dan semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut besar harapan saya semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima di sisi Allah SWT, dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin.

Yogyakarta, 06 Januari 2022

Penyusun,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Ahmad Dzakwan Afif Annizar
18107030083

ABSTRAK

Stock Exchange is one thing proper to get discussed in society, in order to refuse the existing of missperceptions and misunderstanding in the public. The urgency point of delivering educations about stock can help people to be wise to managing their money. Stock educations can also help the nation to growth economically.

In this research, researcher will analyze the @NGERTISAHAM instagram account strategy using qualitative method deskriptive. With the theory communications strategy and education concept researcher will collecting data and analyzing it and get conclusion. Data was collected by using interview section to Admin of @NGERTISAHAM instagram account, stock anthusiasm, and followers @NGERTISAHAM instagram account.

Keywords : *Communications Strategy, Instagram Account*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

A. Daftar Isi Skripsi

JUDUL	
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka.....	7
E. Landasan Teori.....	13
F. Metode Penelitian.....	20
G. Kerangka Pemikiran.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM.....	27
A. Fenomena Antusiasme Saham di Sosial Media Instagram.....	27
B. Media Sosial @NGERTISAHAM	30
1. Profil Akun Instagram @NGERTISAHAM	30
2. Pengelola Akun Instagram @NGERTISAHAM	32
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	34
1. Strategi Komunikasi Memberitahu (<i>Announce</i>) pada Konsep	

Edukasi Interaksi	38
2. Strategi Komunikasi Memotivasi (<i>Motivate</i>) pada Konsep Edukasi Interaksi	43
3. Strategi Komunikasi Mendidik (<i>Educating</i>) pada Konsep Edukasi Interaksi	46
4. Strategi Komunikasi Menginformasi (<i>Informing</i>) pada Konsep Edukasi Interaksi	49
5. Strategi Komunikasi Membuat Keputusan (<i>Make a Decision</i>) pada Konsep Edukasi Interaksi	50
6. Strategi Komunikasi Memberitahu (<i>Announce</i>) pada Konsep Edukasi Pengetahuan Baru.....	51
7. Strategi Komunikasi Memotivasi (<i>Motivate</i>) pada Konsep Edukasi Pengetahuan Baru.....	52
8. Strategi Komunikasi Mendidik (<i>Educating</i>) pada Konsep Edukasi Pengetahuan Baru.....	53
9. Strategi Komunikasi Menginformasi (<i>Informing</i>) pada Konsep Edukasi Pengetahuan Baru	55
10. Strategi Komunikasi Membuat Keputusan (<i>Make a Decision</i>) pada Konsep Edukasi Sikap Baru.....	56
11. Strategi Komunikasi Memberitahu (<i>Announce</i>) pada Konsep Edukasi Sikap Baru.....	57
12. Strategi Komunikasi Memotivasi (<i>Motivate</i>) pada Konsep Edukasi Sikap Baru.....	58
13. Strategi Komunikasi Mendidik (<i>Educating</i>) pada Konsep Edukasi Sikap Baru.....	60
14. Strategi Komunikasi Menginformasi (<i>Informing</i>) pada Konsep Edukasi Sikap Baru.....	61
15. Strategi Komunikasi Membuat Keputusan (<i>Make a Decision</i>) pada Konsep Edukasi Sikap Baru.....	63
A. Segmentasi Khalayak.....	64
1. Segmentasi Utama Akun Instagram @NGERTISAHAM.....	64
2. Data Statistik Pengakses Akun Instagram @NGERTISAHAM.....	66

B. Penetapan Metode dan Penyusunan Pesan	67
BAB IV PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR GAMBAR

1. Logo Akun Instagram @NGERTISAHAM pada halaman 43



Sumber : [mobiletwitter.com/ngertisaham](https://mobile.twitter.com/ngertisaham), 28 Desember 2021

2. Konten Memperkenalkan Pasar Modal dan Menjelaskan perbedaan dari Forex, Bitcoin, dan lain – lain.



Sumber : <https://www.instagram.com/p/CVmu8IHJYYF/>, 28 Desember 2021

3. Gambar 1.3 Dokumentasi *Live Streaming* Instagram Bersama Bapak Hermanto Tanoko *Owner* tancorp



Sumber : <https://www.instagram.com/tv/CRBtUCXJscG/>, 29 Desember 2021

4. Gambar 1.4 Konten Motivasi Investasi Saham



Sumber : <https://www.instagram.com/ngertisaham/> 28 Desember 2021

5. Gambar 1.5 *Caption Ajakan Untuk Belajar dan Memulai Investasi*



ngertisaham Selamat pagi warga pemula percuanan duniawi yg fokus meningkatkan modal ketimbang sibuk memburu cuan harian 😊

Note khusus:

buat tmn2 yg baru bergabung, silahkan baca dl story highlight akun ini dr no 1-13 utk basic sahamnya ya.. GRATIS tinggal baca aja 👍

Dimulai dari dikit2 dl aja, dimulai dr mindset jangka panjang, dollar cost averaging, baru abis itu kl jam terbangnya udah banyak silahkan kl mau swing2 dan trading. Ingat : saham itu bukan pesugihan ya 😊

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CVRjA8Gpyt-/>, 28 Desember 2021

6. Gambar 1.6 Konten *Self Reminder* akun Instagram @NGERTISAHAM



Sumber : <https://www.instagram.com/p/CVRjA8Gpyt-/> 28 Desember 2021

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Gambar 1.7 Konten Tips Memilih Saham Pertama Kali

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi bergerak sangat cepat dan telah membawa perubahan cukup banyak pada tatanan kehidupan sosial masyarakat dunia termasuk juga dalam pola komunikasi, sehingga manusia tidak lagi mempersalahkan jarak, batas, ruang, dan waktu dalam berkomunikasi. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia terjadi tren naik terhadap kemajuan Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi setiap tahunnya dilihat menggunakan skala 0-10 dari tahun 2017 sebesar 4,99, ditahun 2018 sebesar 5,07, dan ditahun 2019 sebesar 4,32.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menghasilkan “dunia dalam genggaman” istilah ini dicetuskan oleh Thomas L. Friedman yang dikutip Nasrullah (2016 : 8), *the world is flat* yaitu keadaan dunia yang semakin rata disebabkan karena setiap orang dapat mengakses informasi apapun, kapanpun, dan dimanapun melalui internet.

Internet menjadi faktor pendorong pesatnya perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang menghadirkan wujud baru dalam bentuk media yang disebut *newmedia* (media baru).

Media sosial merupakan aplikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan bertukar informasi serta sumber-sumber, di mana hal ini merupakan hasil dari interaksi sosial melalui internet. Hal tersebut menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dimonopoli oleh pihak berkepentingan, namun dapat diunggah oleh semua internet *user* dan mendorong perkembangan praktik jurnalisme warga melalui media sosial.

Dari data survei APJII 2019-2020 Quartal 2 menunjukkan bahwa instagram menjadi media sosial paling sering digunakan terbanyak nomor 2 setelah Facebook, sebesar 42,3% penduduk indonesia sering menggunakan media sosial Instagram. dampak. Dengan maraknya penggunaan Instagram sebagai media sosial di masyarakat Tanah air maka beragam pula cara pemanfaatan platform digital tersebut diantaranya untuk berjualan *online*, bekerja menjadi selebgram, bekerja menjadi *influencer*, melakukan aktivitas periklanan, dan yang tak kalah menariknya yaitu penggunaan media sosial untuk berbagi pengetahuan salah satunya yang dilakukan oleh Frica Devi Choirina yang memiliki inisiatif untuk menyebarkan pemahaman ilmu saham melalui akun instagram Ngerti Saham.

@NGERTISAHAM adalah akun Instagram yang memiliki orientasi dalam bidang ekonomi terlebih khusus ilmu saham, dengan

jumlah followers 1,2 juta akun ini menjadi sorotan publik yang berminat dalam dunia investasi karena cenderung lebih mudah dimengerti. Akun ini dikembangkan oleh ekonom muda bernama Frisca Devi Choirina lulusan Manajemen Universitas Diponegoro. Edukasi atau pendidikan mengenai investasi telah dilakukan untuk masyarakat, baik institusi maupun perorangan secara nasional yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia, komunitas saham, sekuritas, dan broker. Oleh sebab itu Ngerti Saham hadir melalui platform Instagram dalam mendukung penyebaran pemahaman masyarakat Indonesia terhadap investasi saham.

Sedangkan pengertian dari saham sendiri merupakan surat berharga yang merupakan instrumen bukti kepemilikan atau penyertaan dari individu atau institusi dalam suatu perusahaan. Sedangkan menurut istilah umumnya, saham merupakan bukti penyertaan modal dalam suatu kepemilikan saham perusahaan, Sapto (2006).

Minimnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai investasi berpengaruh terhadap tinggi rendahnya wawasan manajemen finansial penduduk Indonesia yang akan berdampak kepada individu, keluarga, dan negara. Menurut Sartono (2011:50), Istilah Manajemen keuangan merupakan manajemen dana baik yang berkaitan dengan pengalokasian dana dalam berbagai bentuk investasi secara efektif

maupun usaha pengkolektifan dana untuk pembiayaan investasi pembelanjaan secara efisien.

Hal ini penting bagi tiap individu dan keluarga sebab dapat membantu menentukan hal-hal apa saja yang memang sangat urgent untuk diutamakan dalam pendistribusian dana. Dengan begitu, kita mampu menempatkan mana yang paling penting dan mana yang masih bisa dikesampingkan lebih dahulu.

Berdasarkan data yang diperoleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat hanya 12,6 persen masyarakat Indonesia yang telah melakukan perencanaan keuangan, hal itu menunjukkan bahwa kesadaran perencanaan keuangan masyarakat Indonesia masih kurang maksimal, padahal Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim seharusnya menyadari akan perlunya manajemen finansial dengan baik seperti yang terdapat dalam Al-Quran surat al-Isra ayat 27 :

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.

Dalam menafsirkan ayat di atas, Ibnu Mas’ud dan Ibnu Abbas mengatakan bahwa perbuatan tabdzir atau pemborosan ini ialah mengeluarkan harta untuk hal yang keliru atau salah. Sebab dalam

kondisi apapun semestinya kita tetap bersikap rendah hati dalam menggunakan harta kita. Dan tidak membuat kita terlena akan hal itu. Hal tersebut juga memiliki dampak yang cukup luas tidak hanya dampak terhadap individu dan keluarga namun juga terhadap negara, rasa menghamburkan uang dan berperilaku boros dapat sangat merugikan dan tak sedikit orang yang menggunakan gaji bulanan mereka untuk berfoya-foya hingga lupa untuk menabung dan menyisihkan hartanya untuk berinvestasi. Hal tersebut melatarbelakangi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Akun Instagram Ngeri Saham dalam Mengedukasi Followers Tentang Ilmu Saham”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi Komunikasi Akun Instagram Ngeri Saham dalam Mengedukasi *Followers* Tentang Ilmu Saham?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang diterapkan akun instagram ngeri saham dalam mengedukasi *followers* tentang ilmu saham.

Adapun penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini umumnya diharapkan dapat dijadikan sebagai pengembang keilmuan pada bidang Ilmu Komunikasi yaitu Perkembang Teknologi Komunikasi serta dapat memperkaya khazanah pengetahuan bagi penulis dan pembaca khususnya berkaitan dengan strategi komunikasi di sosial media.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Strategi Komunikasi Akun Instagram Ngerti Saham dalam Mengedukasi *Followers* Tentang Ilmu Saham serta menjadi bahan evaluasi dan pengembangan admin Ngerti Saham dalam membuat konten.

D. Tinjauan Pustaka

Peneliti menemukan beberapa penelitian yang memiliki ketertarikan dengan penelitian ini. Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan Harris Munandar dan Maman Suherman yang berjudul Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial yang dibuat pada tahun 2016. Pada penelitian ini ditemukan fakta perihal sebab mengapa Ridwan Kamil menggunakan media sosial *facebook*, *twitter* dan *instagram* dalam aktivitas komunikasi pemerintahannya. Diungkapkan bahwa Ridwan Kamil memiliki mimpi buruk memberi dan berbagi sebanyak mungkin manfaat bagi masyarakat bandung dari apa yang beliau miliki yaitu media sosial disertai jaringan kreatifnya dan kekuasaan formal

sebagai wali kota Bandung. Hal ini juga menjadi pendorong bagi beberapa pengguna media sosial untuk saling memberi manfaat satu sama lain diantaranya dari akun Instagram Ngeriti Saham yang ibu Frisca Devi miliki dan menjadi objek penelitian peneliti disini.

Pada penelitian tersebut peneliti menemukan hasil penelitian mengenai peran ketiga media sosial yang digunakan oleh Ridwan Kamil. Ternyata ketiga media sosial tersebut terdapat satu peran yang spesial dalam komunikasi pemerintahan yang dipimpin oleh Ridwan Kamil beserta jajaran Pemerintah kota Bandung yaitu memperpendek dan memudahkan alur birokrasi pemerintah yang selama ini cenderung lamban dan berbelit-belit sehingga alur komunikasi berjalan tanpa ada lagi sekat dan pembatas yang sering kali menyulitkan masyarakat untuk lebih di dengarkan oleh pemerintah mengenai aspirasi dan kebutuhannya.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang dibuat oleh Yesi Puspita yang berjudul Pemanfaatan *New Media* dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur *Gay* yang dibuat pada bulan November 2015. Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa kegiatan prostitusi *gay* di daerah padang memanfaatkan *new media*. Aktivitas komunikasi mulai dari pencarian dan penjajakan pelanggan terjadi di media, ada juga dibantu mucikari. Jika dalam proses komunikasi berjalan lancar sampai ke proses transaksi, lalu selanjutnya tahap negosiasi, terjadi kesepakatan terkait

harga berjalan lancar, maka antara calon pelanggan dengan pelacur *gay* menyepakati lokasi mana yang dipilih untuk kegiatan prostitusi tersebut dilakukan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Syaviera Dena Ananda yang memiliki judul Pemanfaatan Media *Online* dalam Program-Program di Lembaga Zakat Inisiatif Zakat Indonesia yang dibuat pada Juni 2020. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) mengikuti perkembangan zaman saat ini. Melalui kemajuan teknologi, IZI memanfaatkan dunia digital untuk lembaga. IZI memanfaatkan media *online* untuk menyebarkan informasi terkait program-program di lembaga agar dapat menrubah opini publik mengenai lembaga zakat IZI.

Tidak sampai disitu saja beberapa peneliti dari kampus UIN Sunan Kalijaga juga memilik topik penelitian serupa deng referensi penelitian terkini, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Kammala lathifa Alqonun yang berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata di Sekitar Pantai Pangandaran di Era Pandemi COVID-19. Penelitian menjelaskan secara detail mengenai profil dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran dan Pemerintah Kabupaten Pangandaran itu sendiri. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata dan

Kebudayaan Dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata Sekitar Pantai Pangandaran di Era Pandemi COVID-19, dan juga Apakah Metode Persuasif Dapat Mewujudkan Masyarakat Sadar Wisata?.

Dalam beberapa penelitian tujuan merupakan penjabar utama arah bahasan dari setiap penelitian yang dibuat, berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat oleh peneliti pada penelitian ini tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran dalam Menciptakan Masyarakat Sadar Wisata di Sekitar Pantai Pangandaran pada Era Pandemi COVID-19.

Manfaat dari penelitian ini pun cukup substantif untuk memberikan dampak positif pasca penelitian diseenggarakan. Secara manfaat teoritis peneliti ini diharapkan mampu memberi manfaat-manfaat serta memberikan beberapa kontribusi dalam proses pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya Strategi Komunikasi Persuasif, adapun dengan manfaat praktis peneliti mencoba menambahkan pengetahuan tentang Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Pangandaran. Terlebih khusus Strategi Komunikasi Persuasif dan hasil penelitian ini pula diharapkan mampu dijadikan bahan pertimbangan atau masukan untuk Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Pangandaran dalam menciptakan masyarakat sadar wisata.

Tinjauan pustaka selanjutnya berasal dari skripsi milik Khairul

Amanillah yang berjudul Penggunaan Media Sosial Sebagai media Dakwah (strategi komunikasi dakwah pada akun instagram @komik.alasantri) yang memiliki rumusan masalah yang berupa Bagaimana Strategi Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @komik.alasantri sebagai Media Dakwah. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah apa yang dilakukan pada akun instagram @komik.alasantri. manfaat dari penelitian pun cukup beragam pertama, penelitian ini diharapkan mampu menambahkan pengetahuan yang terkait dengan jurusan ilmu komunikasi dan dakwah terlebih khusus di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan juga tentang instagram sebagai media dakwah. Selain itu manfaat lainnya adalah memberikan motivasi dan inspirasi bagi para aktivis dakwah dalam memperkaya media dakwah dan penyusunan strategi komunikasi dakwah melalui media sosial.

Penelitian yang bisa menjadi referensi peneliti dalam menyusun skripsi ialah penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.com” dilakukan pada tahun 2019. Dalam penelitian ini metode yang dipakai yaitu deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini membuahkan suatu hasil bahwasannya salah satu strategi komunikasi yang dilakukan adalah dengan menyebarkan *tagline* “menghubungkan orang baik” dan menggunakan *hashtag* #OrangBaik untuk memanggil para pengguna. Penggunaan panggilan tersebut diharapkan dapat membangun

citra yang cukup kuat dari segala hal yang ditawarkan. Adapun strategii lain yang digunakan yaitu menyebarkan konten-konten yang menarik dan berfokuskan pada pembuatan konten dengan konsep cerita yang membuat penonton merasa terinspirasi. Strategi ini dimaksudkan untuk menambahkan rasa yakin kepada donatur KitaBisa.com.

Peneliti selanjutnya yang menjadi tinjauan pustaka peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Ini Luh Kade Diah Pradnya Yoni, dkk. Yang berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana. Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga” penelitian ini dilakukan pada tahun 2017. Penelitian ini memiliki hasil bahwa yang dilakukan oleh lembaga balebengong adalah dengan cara riset untuk mendefinisikan problem dan peluang. Dengan cara memetakan konsep analisis SWOT. Kemudian setelah riset dilakukan maka dilakukan suatu perencanaan dan proses pemrograman dengan penetapan *target audience* sehingga ditemukan beberapa bagian yang ingin ditunjukkan oleh balebengong yaitu suatu keberpihakan mereka sebagai sebuah media jurnalisme. Informasi yang coba diberikan melalui media sosial twitter pun berasal dari balebengong dan warga menggunakan tagar yang sudah disiapkan oleh twitter yaitu #ngortwit yang memiliki makna yaitu mengobrol melalui twit, ini dilakukan untuk mengajak *users* twitter untuk mengobrol melalui topik yang cobidutarakan menggunakan tagar tersebut.

Adapun ketidaksamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu terletak pada subjek penelitian dan media sosial yang dicantumkan. Subjek penelitian yang peneliti lakukan merupakan *followers* akun instagram @NGERTISAHAM, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Luh Kade Diah Pradnya Yoni, dkk. Ini kepada media daring. Media sosial yang peneliti gunakan pun tidak sama yaitu antara instagram dan twitter. Adapun beberapa persamaan yang dimiliki terdapat di fokus penelitian, yaitu seputar strategi komunikasi di media sosial.

Penelitian terakhir yang menjadi referensi peneliti adalah penelitian oleh Ulfa Khairina asal kampus Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng meulaboh yang memiliki judul penelitian “Strategi Komunikasi Islam Felix Siauw di Instagram” penelitian ini dilakukan pada tahun 2020. Pada penelitian ini pendekatan kualitatif dirasa sangat cocok. Teori yang digunakan yaitu teori pembelajaran sosial oleh Albert Bandura. Adapun hasil dari penelitian yaitu strategi yang digunakan adalah dengan cara menggunakan gaya berpikir dan cara beragama anak muda seperti pada umumnya yang kemudian coba diigiring menuju konteks dakwah. Adapun konten yang coba disuguhkan oleh Felix Siauw juga menggunakan satire yang lalu kemudian dapat menstimulus forum diskusi di kolom komentar yang dilakukan oleh netizen. Felix Siauw juga mencoba memanfaatkan segala fitur-fitur yang dimiliki guna memiliki daya tarik konten, seperti filter instagram.

Adapun perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Khairina terdapat pada subjek penelitian dan juga teori yang dicantumkan. Adapun persamaannya terletak pada media sosial yang diteliti dan penelitian tentang strategi komunikasi.

E. Landasan Teori

1. Strategi Komunikasi

Dalam proses perencanaan komunikasi, kita menghadapi beragam permasalahan terlebih khusus mengenai pengelolaan sumber daya komunikasi secara maksimal guna menggapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut Everett M. Rogers definisi dari strategi komunikasi ialah suatu rancangan guna merubah perilaku manusia dalam skala besar dengan cara mentransfer ide-ide dan gagasan baru. Seorang ahli perencanaan komunikasi, John Middleton berpendapat bahwa strategi komunikasi adalah usaha untuk mengoptimalkan tujuan yang ingin dituju, menggunakan metode mengkombinasikan seluruh elemen komunikasi yang dimiliki, baik dari komunikator, isi pesan, *channel*, komunikan, serta efek yang ada dalam proses komunikasi tersebut (Cangara, 2013:61). Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnet, dan R. Wayne Pace pada buku, *Techniques for effective communication* menjelaskan mengenai *goals* pokok dari strategi komunikasi yaitu *to secure understanding* yang berarti untuk meyakinkan komunikan untuk paham mengenai isi pesan yang ia

dapatkan, *to establish acceptance* yang adalah *step* selanjutnya guna menuntun tingkat pemahaman dari komunikan, dan yang paling akhir yaitu *to motivate action* yaitu pemahaman tentang pesan itu agar bisa direalisasikan menjaditindakan nyata (Effendy, 2003:32).

Dari definisi – definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwasannya strategi komunikasi adalah sebuah bentuk perencanaan yang terkoneksi dengan segala elemen dan unsur komunikasi khususnya secara teknis supaya tujuan komunikasi tersebut dapat tercapai. Secara detail, dapat dijabarkan strategi komunikasi mempunyai beberapa tujuan, yaitu :

a. Mengumumkan (*Announcing*)

Tujuan ini bermaksud untuk menyampaikan hal – hal substantif yang penting dari keseluruhan pesan. Hal ini berguna untuk menarik atensi komunikan, yang setelahnya dapat memantik lahirnya informasi- informasi pendukung lainnya.

b. Memotivasi (*Motivating*)

Strategi komunikasi juga dapat memiliki tujuan guna memotivasi komunikan agar dapat sampai melakukan tindakan sesuai dengan tujuan atau keinginan dari komunikator.

c. Mendidik (*Educating*)

Tujuan mendidik disini dapat juga disebut tidak hanya

sebatas memberikan sebuah informasi saja tetapi juga dapat mengkonstruksi *awareness* kepada komunikan hingga mampu menilai baik buruknya dan perlu atau tidaknya sebuah informasi.

d. Menyebarkan Informasi (*Informing*)

Kespesifikan sebuah pesan yang telah disusun dan dikhususkan kepada komunikan tertentu menjadi pokoktujuan ini.

e. Membantu Membuat Keputusan (*Supporting to Making a Decision*)

Strategi komunikasi disini memiliki tujuan guna memberi keyakinan komunikan didalam proses pengambilan keputusan atau melaksanakan sebuah tindakan dari hasil pengolahann informasin- informasi yangg didapat.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2. Konsep Edukasi

Edukasi adalah sebuah kegiatan interaktif yang menyebabkan lahirnya proses pembelajaran, dan proses pembelajaran adalah upaya menambah wawasan dan sikap baru melalui penguatan praktik dan pengalaman tertentu (Potter & Perry, 2009 : 13)

Dari definisi tersebut secara detail dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Interaktif

Edukasi interaktif merupakan sebuah cara belajar yang digunakan pendidik saat menyampaikan bahan ajaran dimana pendidik menjadi tokoh utama yang harus membangun situasi interaktif yang edukatif, yaitu interaksi pendidik dan yang menerima didikan dalam menunjang tercapainya tujuan belajar. Edukasi interaktif ialah suatu layanan digital (multimedia) yang diberikan oleh pendidik kepada yang menerima didikan dengan menyajikan konten pembelajaran seperti gambar bergerak, video, teks, audio, hingga video game.

b. Pengetahuan Baru

Pengetahuan baru merupakan hasil dari penginderaan manusia kepada objek menggunakan indera yang dimiliki (mata, telinga, hidung, dan sebagainya). Tingkat pengetahuan terdiri dari 4 macam, pengetahuan kausal, pengetahuan deskriptif, pengetahuan normatif, dan pengetahuan esensial. Pengetahuan kausal merupakan suatu pengetahuan yang memunculkan jawaban mengenai sebab dan akibat. Pengetahuan deskriptif merupakan jenis pengetahuan yang berwujud penyampaian pesan objektif tanpa adanya unsur subyektifitas. Pengetahuan normatif adalah suatu pengetahuan yang dengan senantiasanya berkaitan dengan norma maupun aturan yang ada. Pengetahuan esensial merupakan suatu pengetahuan yang dapat menjawab sebuah pertanyaan mengenai hakikat segala sesuatu dan dapat dikaji melalui bidang ilmu filsafat (Sulaiman, 2015 : 21).

c. Perbedaan Sikap

belajar bisa diartikan menjadi sebuah proses yang dilampaui individu guna mendapatkan perubahan perilaku baru secara keseluruhan, sebagai suatu hasil

dari pengalaman individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Moh. Surya, 1997 : 20) Adapun ciri-ciri dari adanya perubahan perilaku yaitu :

a). Perubahan yang Disengaja (intensional)

perubahan perilaku yang terjadi adalah usaha sadar dan disengaja dari individu tersebut. Hasil hasilnya pun demikian, individu tersebut sadar bahwasannya dirinya mengalami perubahan, misalnya bertambahnya pengetahuan dan meningkatnya keterampilan dibandingkan sebelum proses belajar.

b). Perubahan Berkesinambungan (kontinyu)

pertambahan pengetahuan atau keterampilan yang ada merupakan lanjutan dari pengetahuan dan keterampilan yang ada sebelumnya. Begitu pula pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang diperoleh itu, akan menjadi landasan bagi pengembangan pengetahuan, sikap, dan keterampilan berikutnya.

c). Perubahan yang Fungsional

semua perubahan sikap dapat dimanfaatkan

untuk beragam keperluan hidup individu bersangkutan, baik untuk masa sekarang atau masa depan.

d). Perubahan yang Bersifat Positif

perubahan sikap memiliki sifat normatif dan menunjukkan adanya kemajuan dari sebelumnya hal ini baik karena membantu individu menjadi insan yang lebih baik.

e). Perubahan yang Bersifat Aktif

guna mendapatkan sikap baru, individu aktif melakukan perubahan. Hal ini dilandaskan oleh semakin kayanya pengetahuan individu mengenai pentingnya perubahan.

f). Perubahan yang Bersifat Permanen

Perubahan sikap yang diperoleh dari proses belajar cenderung menetap dan menjadikannya bagian yang melekat di dalam diri sehingga individu menemukan jati diri barunya yang merupakan hasil dari perubahan sikap tersebut.

g). Perubahan yang Bertujuan dan Terarah

Individu melakukan kegiatan belajar sudah pasti memiliki tujuan yang akan ia capai, entah tujuh jangka pendek, menengah, maupun panjang.

h). Perubahan Sikap Secara Keseluruhan

Perubahan sikap belajar tidak semata-mata hanya sekedar mendapatkan pengetahuan saja, namun juga mendapatkan pola perubahan sikap dan keterampilan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam melalui pengumpulan data (Krisyantono, 2009 : 18). Pendekatan kualitatif dipilih karena berorientasi pada kasus dan konteks. Sedangkan studi deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai gejala-gejala atau realitas agar dapat memberikan pemahaman (understanding verstehen) mengenai gejala atau realitas tersebut. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini bertujuan untuk mengutamakan besarnya populasi atau sampling

bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas (Krisyantono, 2009 : 22).

Kualitatif deskriptif dijadikan metode pada penelitian ini yang merupakan pencarian fakta dengan mengumpulkan data-data berupa kata-kata, gambar, Bukan angka. Dengan demikian, penelitian ini akan berisi beberapa kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari kegiatan wawancara dan hasil dokumentasi (Puspitarini & Nuraeni, 2019:17).

Kualitatif deskriptif fokus pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena. Sehingga memungkinkan studi ini dapat dilakukan secara mendalam dan kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini (Soraya, 2017:55). Penelitian kualitatif dapat memperlihatkan pengalam individu ataupun organisasi menghadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari dan mempelajari tentang kelompok dan pengalaman-pengalaman yang mungkin tidak diketahui sebelumnya (Taylor, 1975:42).

2. Subjek dan Objek Penelitian

Pada penelitian ini, subjek penelitian ini adalah akun instagram ngerti saham sedangkan objek penelitian yang merupakan variabel penelitian yang merupakan inti dari problematika penelitian (Soraya, 2017:67). Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi akun instagram ngerti saham.

3. Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

a. Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian. Pada penelitian ini peneliti mendapatkan data dari Instagram Ngerti Saham.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data pendukung untuk memperkuat data primer. Adapun data sekunder penelitian ini didapatkan dari berbagai literatur seperti jurnal, artikel berita, buku-buku, dan *internet searching*.

c. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu :

a). Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat

penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realitas atau gejala yang dipilih untuk diteliti (Pawito, 2007:70). Adapun kriteria narasumber ialah *Co founder* akun instagram ngerti saham dan *followers* akun instagram ngerti saham.

b). Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental (sugiyono, 2013:73).

d. Metode Analisis Data

Peneliti akan menggunakan metode analisis data teknik analisis interaktif model Miles dan Huberman Punch. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, yaitu : reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Pawito, 2007:33).

e. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Hal yang dilakukan dalam mereduksi data yakni melakukan editing, pengelompokan, dan meringkas data. Kemudian peneliti

menyusun catatan-catatan (memo) mengenai aktivitas dan proses sehingga dapat menemukan kelompok-kelompok dan pola-pola data (Pawito, 2007:33).

f. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yaitu mengorganisasikan data dengan menjalin atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan (Pawito, 2007).

g. Triangulasi

(William Wiersna (1986) dalam Sugiyono, 2013:98) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu (Sugiyono, 2013:98). Adapun jenis keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi data atau disebut triangulasi sumber. Triangulasi data mengarah kepada upaya peneliti untuk mengakses sumber yang lebih bervariasi untuk memperoleh data berkenaan dengan persoalan yang sama. Dalam teknik ini peneliti bermaksud menguji data yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain (Pawito, 2007:113).

Dalam proses triangulasi data peneliti berusaha untuk mencari narasumber ahli yang memiliki kapabilitas yang mumpuni untuk dapat mendapatkan keabsahan data yang benar. Adapun

kriteria yang peneliti gunakan untuk menetapkan seseorang sebagai ahli berkiblat pada Konvensi Nasional Pendidikan I pada tahun 1988 yang dimana telah menetapkan syarat-syarat suatu hal profesional diantaranya sebagai berikut :

1. Atas dasar panggilan hidup yang dilaksanakan penuh waktu serta dalam kurun waktu yang lama.
2. Melakukan pekerja dibidang tersebut menggunakan teori, prinsip, prosedur, serta anggapan-anggapan dasar yang baku untuk pedoman.
3. Telah memiliki keterampilan dan pengetahuan khusus.
4. Mempunyai kecakapan kompetensi aplikatif dan diagnostik.
5. Dilakukan secara otonom dan bisa diuji oleh rekan rekan profesional di bidang serupa.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Kerangka Pemikiran

Minimnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai saham yang tak jarang menimbulkan asumsi-asumsi tidak berlandas yang justru membuat masyarakat menjadi enggan berinvestasi saham. Beragam organisasi pemerintahan maupun swasta senantiasa berupaya mengedukasi khalayak.

Frisca Devi Choirina membuat akun instagram @NGERTISAHAM dalam rangka mengedukasi masyarakat mengenai ilmu saham.

Strategi Komunikasi (Onong Effendy)

- Mengumumkan
- Memotivasi
- Mendidik
- Menyebarkan Informasi
- Membantu Membuat Keputusan

Konsep Edukasi (Potter & Perry)

- Interaksi
- Pengetahuan Baru
- Sikap Baru

Strategi komunikasi yang dilakukan akun instagram @NGERTISAHAM dianalisis dengan menggunakan teori strategi komunikasi Onong Effendy. Menunjukkan keberhasilan dalam mengedukasi followers tentang ilmu saham.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Di dalam proses pengelolaan akun instagram @NGERTISAHAM terdapat strategi-strategi yang dimiliki. Berdasarkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan, berikut ini strategi komunikasi yang digunakan akun instagram @NGERTISAHAM :

1. Mengumumkan segala berita penting dan terkini seputar dunia saham. Konten-konten yang diunggah pun mencoba menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan cenderung sederhana hal ini mempertimbangkan mayoritas *followers* yang merupakan kaum milenial.
2. Memotivasi seluruh *followers* untuk selalu semangat dalam berinvestasi saham dalam kondisi apapun. Dan meyakinkan *followers* untuk berani dalam memulai investasi serta belajar mengenai dunia saham terus menerus.
3. Mendidik para *followers* mengenai tata cara berinvestasi saham, analisis fundamental, analisis teknikal, mengenal seluruh istilah dalam dunia saham, dan mengenal emiten dengan baik.

4. Menyebarkan informasi menggunakan fitur *Instastory*, *Instafeeds*, *Instareels*, *Direct Messages*, dan IGTV dan se *up to date* mungkin dalam menyebarkan informasi terkini.
5. Membantu membuat keputusan kepada *followers* yang masih bimbang untuk memulai investasi saham dan meyakinkan *followers* tentang keaslian dan amannya berinvestasi saham.

Saran

1. Masih perlu adanya elaborasi yang lebih luas dan variatif terkait penyusunan konten pada akun instagram @NGERTISAHAM.
2. Perlu adanya bimbingan mendalam dan intens kepada para *followers* setiap harinya dapat melalui whatsapp grup, telegram, dan lain sebagainya.
3. Perlunya susunan kepengurusan akun instagram @NGERTISAHAM guna mempermudah proses penyusunan konten.
4. Tune warna yang digunakan dalam konten-konten yang diunggah cenderung monoton dan minim kreatifitas, saran saya berikn nuansa tersendiri pada momen-momen di tanggal khusus, seperti saat halloween menggunakan warna hitam berpadu ungu dan saat ramadhan berwarna putih

DAFTAR PUSTAKA

- Ariesta, O. (2016). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui media sosial (Studi Kasus Strategi Komunikasi Crowdfunding "Upcycling Project untuk Anak Putus Sekolah" Melalui Media Sosial Wujudkan.com). *Skripsi (Prodi Ilmi Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, 2.
- Baran. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Dr.Rulli Nasrullah, M. (2015). *Media Sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi*. Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.
- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1986). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Israyanti. (2017). Strategi Komunikasi dalam Mengimplementasikan Kegiatan Simpan Pinjam Perempuan (SPP) Pada Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Perdesaan (Studi di Kelurahan Tomoni Kecamatan Tomoni Kabupaten Luwu Timur) . *Skripsi (Universitas Hasanudin Makassar)*, 17.
- Krisyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Bandung: Perdana Media.
- Littlejohn. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, D. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Nia Nur Apriliani, Y. R. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Twitter @infobdg terhadap Pengurangan Ketidakpastian Informasi (Survey pada Mahasiswa Angkatan 2014 Universitas Telkom). *Jurnal Sositologi*, 7

Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara.

Puspitarini, N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 8.

Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal BSI*, 5.

(Musyaffa, Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menjaga Aktualitas Informasi yang Disampaikan, 2022) Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Panduan Praktis Penelitian*, 3.

Taylor, B. d. (1975). *Human Relation and Public Relation*. Bandung: Karya Remadja.

SOEMIRAT, S. &. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Apa Pesan Utama yang Coba Dihadirkan Akun Instagram @NGERTISAHAM dalam Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Apakah Ada Sikap Baru Dari Followers Setelah Mengonsumsi Informasi Dari Akun Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Dapat Membantu Followers Membuat Keputusan. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Memaparkan Manfaat dan Resiko dalam Berinvestasi Saham. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Membantu Followers dalam Membedakan Investasi Asli dengan Investasi Bodong. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Memotivasi Followers. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Mencegah kebosanan dan Kejenuhan Followers Terhadap Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)

Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menjaga

- Aktualitas Informasi yang Mereka Sebarkan . (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menumbuhkan Sikap Positif Berinvestasi pada Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Informasi Penting Kepada Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Pesan Edukatif. (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 26). Bagaimana Cara Akun Instagram @NGERTISAHAM Menumbuhkan Dorongan untuk Berinvestasi Saham dalam Diri Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 24). Bagaimana Penyebaran Informasi yang Efektif yang dilakukan Oleh Akun Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 24). Berapa Banyak Followers Akun Instagram @NGERTISAHAM yang Sudah Terberanikan untuk Terjun Ke Dunia Saham . (A. D. Afif, Interviewer)
- Choirina, F. D. (2022, 1 24). Cara Mengumumkan Pesan melalui Konten Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022 , 1 26). Apakah Ada Sikap Baru Dari Followers Setelah Mengonsumsi Informasi Dari Akun Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Apa Pesan Utama yang Coba Dihadirkan Akun Instagram @NGERTISAHAM dalam Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Dapat Membantu Followers Membuat Keputusan. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Memaparkan Manfaat dan Resiko dalam Berinvestasi Saham. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Membantu Followers dalam Membedakan Investasi Asli dengan Investasi Bodong. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Memberikan Pesan-pesan Motivasi Melalui Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Mencegah kebosanan dan Kejenuhan Followers Terhadap Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 24). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Mengumumkan

- Informasi. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Mengumumkan Informasi Melalui Konten? (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menjaga Aktualitas Informasi yang Disampaikan. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menumbuhkan Sikap Positif Berinvestasi pada Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Pesan Edukatif. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Pesan Edukatif Kepada Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Cara Akun Instagram @NGERTISAHAM Menumbuhkan Dorongan untuk Berinvestasi Saham dalam Diri Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Bagaimana Penyebaran Informasi yang Efektif yang dilakukan Oleh Akun Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)
- Hendra, O. (2022, 1 26). Berapa Banyak Followers Akun Instagram @NGERTISAHAM yang Sudah Terberanian untuk Terjun Ke Dunia Saham . (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Apa Pesan Utama yang Coba Dihadirkan Akun Instagram @NGERTISAHAM dalam Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Apa Saja Pesan yang Diumumkan Akun Instagram @NGERTISAHAM melalui Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Memaparkan Manfaat dan Resiko dalam Berinvestasi Saham. (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menjaga Aktualitas Informasi yang Disampaikan. (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menumbuhkan Sikap Positif Berinvestasi pada Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Pesan Motivasi Melalui Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Musyaffa, M. Z. (2022, 1 26). Berapa Banyak Followers Akun Instagram @NGERTISAHAM yang Sudah Terberanian untuk Terjun Ke Dunia Saham . (A. D. Afif, Interviewer)
- Putri, A. (2022, 1 26). Apakah Ada Sikap Baru Dari Followers Setelah Mengonsumsi

- Informasi Dari Akun Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)
- Putri, A. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Membantu Followers dalam Membedakan Investasi Asli dengan Investasi Bodong. (A. D. Afif, Interviewer)
- Putri, A. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Pesan Edukatif Kepada Followers. (A. D. Afif, Interviewer)
- Putri, A. (2022, 1 26). Bagaimana Penyebaran Informasi yang Efektif yang dilakukan Oleh Akun Instagram @NGERTISAHAM. (A. D. Afif, Interviewer)
- Wibawa, M. S. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Dapat Membantu Followers Membuat Keputusan. (A. D. Afif, Interviewer)
- Wibawa, M. S. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Mencegah kebosanan dan Kejenuhan Followers Terhadap Konten-konten yang Diunggah. (A. D. Afif, Interviewer)
- Wibawa, M. S. (2022, 1 26). Bagaimana Akun Instagram @NGERTISAHAM Menyampaikan Pesan Edukatif. (A. D. Afif, Interviewer)
- Wibawa, M. S. (2022, 1 26). Bagaimana Cara Akun Instagram @NGERTISAHAM Menumbuhkan Dorongan untuk Berinvestasi Saham dalam Diri Followers. (A. D. Afif, Interviewer)