



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**SKRIPSI**



**PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI EDUKASI PASAR MODAL  
MELALUI MEDIA SOSIAL**

**Disusun oleh:**

**RIZKA ISMI KHOIRIAH**

**1804441021**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**SKRIPSI**



**PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI EDUKASI PASAR MODAL  
MELALUI MEDIA SOSIAL**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Terapan Manajemen Keuangan**

**Disusun oleh:**

**RIZKA ISMI KHOIRIAH**

**1804441021**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN**

**JURUSAN AKUNTANSI**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**AGUSTUS 2022**



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Rizka Ismi Khoiriah

NIM : 1804441021

Tanda Tangan :

Tanggal : 3 Agustus 2022

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rizka Ismi Khoiriah

NIM : 1804441021

Program Studi : Manajemen Keuangan

Judul Skripsi : **Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Manajemen Keuangan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Ali Masjono Muchtar, S.E., MBIT. (  )

Anggota Penguji : Anis Wahyu Intan Maris, S.E., M.S.M. (  )


**DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI**

Ditetapkan di: Depok

Tanggal: 22 Agustus 2022

Ketua Jurusan Akuntansi



  
Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.

NIP. 196404151990032002

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rizka Ismi Khoiriah  
Nomor Induk Mahasiswa : 1804441021  
Jurusan/ Program Studi : Akuntansi/ Manajemen Keuangan  
Judul Skripsi : Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal  
Melalui Media Sosial

Disetujui oleh:  
Pembimbing

Anis Wahyu Intan Maris, S.E., M.S.M.  
NIP. 198709222019032008

Ketua Program Studi

Tanggal 03/08/2022

Ratna Juwita, S.E., M.S.M., M.Ak.  
NIP. 198607272019032006

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah, rahmat, dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi tepat pada waktunya. penelitian skripsi yang berjudul “Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial” disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Sarjana Terapan untuk Program Studi Manajemen Keuangan di Politeknik Negeri Jakarta.

Selama menyusun penelitian skripsi ini, peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Ibu Ratna Juwita, S.E., M.S.M., M.Ak. selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan.
4. Ibu Anis Wahyu Intan Maris, S.E., M.S.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi.
5. Seluruh dosen pengajar dan sivitas akademis Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta khususnya pada Program Studi Manajemen Keuangan atas ilmu yang diberikan kepada peneliti hingga akhir perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada hentinya selama proses penyusunan skripsi.
7. LL, FD, PM, FS, dan DP selaku responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu penelitian ini.
8. Bapak Haryajid Ramelan, Ibu Rahmi Fitria, serta segenap keluarga besar CSA Institute dan Asosiasi Analis Efek Indonesia (AAEI) yang senantiasa memberikan dukungan dan perhatian kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dan perkuliahan dengan baik.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Teman-teman Kaum: Oktaviani, Putri Aisah, Banyu, Nur Fitri, Renita, Indah, dan Zahra sebagai sahabat yang selalu memberikan dukungan dan memberi warna kehidupan bagi peneliti.
10. Ananda Nadya Istiqomah sebagai sahabat yang telah menjadi tempat untuk berbagi keluh kesah dan berbagi suka duka.
11. Mikhael Yoeldy sebagai kakak tingkat sekaligus sahabat yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang membangun.
12. Rekan-rekan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Capital Market Student Society (CMSS), Asosiasi KSPM/S Seluruh Indonesia (AKsI), dan Komunitas Investor Saham Pemula (ISP).
13. Teman-teman D-IV Manajemen Keuangan 2018 yang saling memberikan dukungan, informasi, serta perhatian.
14. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak luput dari rasa dan ucapan terima kasih

Peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk meningkatkan kualitas laporan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca, maupun pihak yang membutuhkannya.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Depok, 3 Agustus 2022

Rizka Ismi Khoiriah

NIM. 1804441021



## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Ismi Khoiriah  
NIM : 1804441021  
Program Studi : Manajemen Keuangan  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 3 Agustus 2022

Yang menyatakan

Rizka Ismi Khoiriah

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial

Rizka Ismi Khoiriah

Program Studi Manajemen Keuangan

### ABSTRAK

Seiring dengan peningkatan jumlah investor di pasar modal Indonesia dan jumlah pengguna media sosial, terdapat peningkatan pula dalam hal penipuan, misalnya penipuan/ rekomendasi menyesatkan dari *influencer* mengenai investasi. Hal tersebut menjadi tugas bersama Bursa Efek Indonesia, pengguna media sosial, dan *social media influencer* untuk bersama-sama memberantas dan melakukan tindakan preventif melalui kegiatan edukasi. Penelitian ini mengeksplorasi tantangan dan peluang yang ada di media sosial sebagai sarana edukasi, serta merumuskan strategi edukasi yang tepat melalui media sosial dan kualifikasi *social media influencers* di bidang pasar modal yang layak diikuti di media sosial. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis konten (*content analysis*). Subjek penelitian yang merupakan *influencer* pasar modal di media sosial dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur (*in-depth interviews*), dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi terkait program edukasi yang lebih efektif melalui media sosial, gambaran kualifikasi *influencer* yang layak diikuti oleh investor maupun calon investor, dan gambaran mengenai peluang serta tantangan media sosial bagi para *influencer* maupun calon *influencer*.

Kata kunci: peluang, tantangan, *influencer*, media sosial, strategi

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## *Opportunities, Challenges, and Capital Market Education Strategies Through Social Media*

**Rizka Ismi Khoiriah**

*Financial Management Study Program*

### **ABSTRACT**

*Along with the increase in the number of investors in the Indonesian capital market and the number of social media users, there has also been an increase in fraud, for example fraud/misleading recommendations from influencers regarding investment. This is the joint task of the Indonesia Stock Exchange, social media users, and social media influencers to jointly eradicate and take preventive actions through educational activities. This study explores the challenges and opportunities that exist in social media as a means of education, as well as formulating appropriate educational strategies through social media and qualifications of social media influencers in the capital market sector that are worthy of being followed on social media. This type of research is a qualitative research with content analysis method. Research subjects who are influencers on social media were selected using a purposive sampling method. The type of data used in this study is qualitative data with data collection methods through semi-structured interviews (in-depth interviews), documentation, and observation. The results of this study are expected to be able to provide recommendations regarding more effective educational programs through social media, an overview of influencer that are worthy of participation by investors and potential investors, and an overview of the opportunities and challenges of social media for influencers and potential influencers.*

*Keywords: opportunities, challenges, influencers, social media, strategy*

#### **Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian .....	12
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	13
1.6. Sistematika Penelitian Skripsi .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>16</b>
2.1. Landasan Teori .....	16
2.1.1. <i>Theory of Planned Behaviour</i> (Teori Perilaku Terencana).....	16
2.1.2. Strategi .....	17
2.1.3. Edukasi.....	18
2.1.4. Literasi Keuangan .....	19
2.1.5. Program Edukasi Bursa Efek Indonesia.....	20
2.1.6. Media.....	20
2.1.7. Media Sosial Instagram.....	21

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.1.8. Influencer .....	23
2.2. Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	34
3.2. Metode Pemilihan Responden.....	35
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	37
3.4. Metode Pengumpulan Data Penelitian .....	37
3.5. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Gambaran Umum Responden.....	40
4.1.2. Penyajian Hasil Penelitian .....	41
4.1.2.1. Peluang Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi .....	41
4.1.2.2. Tantangan <i>Social Media Influencers</i> dalam Memulai dan Mengelola Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi.....	43
4.1.2.3. Strategi Edukasi Pasar Modal yang Efektif Melalui Media Sosial .....	44
4.1.2.4. Kualifikasi <i>Social Media Influencers</i> di Bidang Pasar Modal .....	45
4.2. Pembahasan .....	46
4.2.1. Peluang Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi .....	46
4.2.2. Tantangan <i>Social Media Influencers</i> dalam Memulai dan Mengelola Media Sosial sebagai Sarana Edukasi .....	54
4.2.3. Strategi Edukasi Pasar Modal yang Efektif melalui Media Sosial .....	59
4.2.4. Kualifikasi <i>Social Media Influencers</i> di Bidang Pasar Modal .....	62
4.3. Analisis Implikasi Penelitian.....	68
4.4. Keterbatasan Penelitian .....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ringkasan Kampanye Yuk Nabung Saham .....	5
Tabel 1.2 Ringkasan Investor Incubator 2019 dan 2020.....	7
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Calon Responden .....	36
Tabel 4.1 Kriteria Responden .....	40





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk Indonesia dan Single Investor Identification Tahun 2017-2021 (Dalam Ribuan).....	1
Gambar 1.2 Persentase Literasi Keuangan Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan ....	2
Gambar 1.3 Jumlah Galeri Investasi .....	4
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia (Dalam Jutaan) .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Model Desain Penelitian Kualitatif .....	34
Gambar 4.1 Peluang Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi.....	41
Gambar 4.2 Tantangan Social Media Influencers dalam Memulai dan Mengelola Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi .....	43
Gambar 4.3 Strategi Edukasi Pasar Modal yang Efektif Melalui Media Sosial ...	44
Gambar 4.4 Kualifikasi Social Media Influencers di Bidang Pasar Modal .....	45

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Interview Guideline</i> .....	81
Lampiran 2 <i>Draft Informed Consent</i> .....	85
Lampiran 3 Tampilan Akun Instagram Responden .....	88
Lampiran 4 Transkrip .....	89
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Penulisan Skripsi .....	162



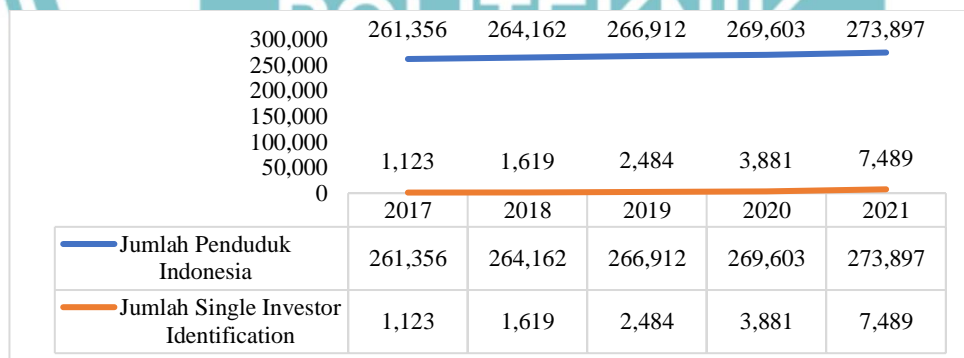
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Investasi khususnya di pasar modal kian marak dilakukan di masa pandemi Covid-19 ini. Dengan adanya kemudahan teknologi dan proses berinvestasi, seseorang dapat bertransaksi secara *online* di mana saja dan kapan saja. Hal ini menjadi salah satu faktor pendorong pertumbuhan jumlah investor di pasar modal Indonesia. Pada penutupan perdagangan Bursa Efek Indonesia (BEI) tanggal 30 Desember 2021, tercatat jumlah *Single Investor Identification* (SID) di Indonesia sebanyak 7.489.337 rekening (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2021). Jumlah ini meningkat sebesar 92,99% dibandingkan tahun 2020 yang sebanyak 3.880.753 rekening. Namun, apabila dibandingkan dengan penduduk Indonesia yang berjumlah 273.879.750 jiwa per 30 Desember 2021 (Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, 2022), proporsi jumlah investor di pasar modal Indonesia sebenarnya masih sangat kecil, yaitu hanya sekitar 2,73% dari jumlah penduduk Indonesia.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Penduduk Indonesia dan Single Investor Identification Tahun 2017-2021 (Dalam Ribuan)

Sumber: Data diolah, 2022

Nurhaida selaku Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK 2017 menyebutkan bahwa proporsi investor pasar modal di negara maju mencapai 20% hingga 30% dari total jumlah penduduknya (Pangestika & Rusliati, 2019). Rendahnya jumlah investor di pasar modal Indonesia ini





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

disebabkan oleh rendahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai investasi (Merawati & Putra, 2016). Hal ini juga disampaikan oleh Tito Sulistio selaku Mantan Direktur Utama BEI 2015-2018, bahwa rendahnya minat masyarakat untuk berinvestasi disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam berinvestasi di pasar modal (Pangestika & Rusliati, 2019). Rendahnya pengetahuan, pengalaman, dan pemahaman masyarakat mengenai investasi di pasar modal dapat tercermin dari angka literasi pasar modal Indonesia yang juga rendah. Literasi pasar modal menggambarkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan di pasar modal dalam rangka mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).



Gambar 1.2 Persentase Literasi Keuangan Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2019

Berdasarkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2019, Ketua Eksekutif Pengawasan Pasar Modal OJK Hoesen menyampaikan bahwa tingkat literasi dan inklusi keuangan di pasar modal Indonesia cukup rendah, yaitu 4,92% untuk literasi pasar modal dan 1,55% untuk inklusi pasar modal (Pratama, 2021). Inklusi keuangan mengacu pada ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan, sedangkan literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

SNLIK 2019 dilakukan kepada 12.773 responden berusia 15 tahun keatas di 34 Provinsi yang tersebar di 67 Kabupaten/Kota. Sebaran sampel tersebut ditentukan berdasarkan metode *multi stage stratified random sampling* berdasarkan klaster responden dalam kelompok strata wilayah dan kelompok jenis kelamin (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). SNLIK 2019 menggunakan 5 indikator untuk mengukur tingkat literasi keuangan, yaitu pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan, serta sikap dan perilaku keuangan untuk menilai upaya peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan individu (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Hasil survei mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat hanya sebesar 4,92% di sektor pasar modal (Gambar 1.2). Rendahnya literasi keuangan dapat menjadi pintu masuk bagi para oknum investasi bodong atau ilegal dan menyebabkan berbagai kerugian finansial, misalnya kehilangan sebagian atau seluruh aset yang dimiliki karena tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai risiko dari produk investasi yang dipilihnya.

Berbagai upaya serta inovasi telah dilakukan oleh BEI selaku *Self Regulatory Organization* (SRO's) untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat, misalnya dengan menyelenggarakan IDX virtual, Sekolah Pasar Modal Digital, Kompetensi Galeri Investasi BEI, dan lainnya. Hoesen selaku Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK berharap bahwa upaya-upaya ini dapat mendorong peningkatan literasi dan inklusi keuangan pasar modal yang masih jauh dari harapan (Ramadhani, 2021).

Selain itu, BEI memiliki 3 (tiga) program unggulan yang selama ini dijalankan, yaitu Galeri Investasi, Kampanye Yuk Nabung Saham, dan Kolaborasi dengan *social media influencers*. Galeri Investasi yang dimiliki oleh BEI ditempatkan di berbagai universitas yang ada di Indonesia. Galeri Investasi BEI mengusung konsep 3 in 1; kerjasama antara BEI, Perguruan Tinggi dan Perusahaan Sekuritas. Keberadaan Galeri Investasi diharapkan

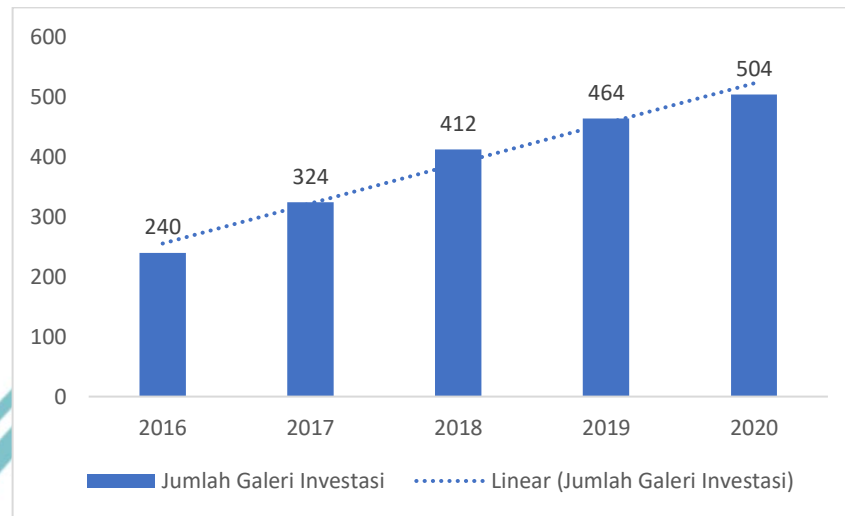


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tidak hanya memperkenalkan Pasar Modal dari sisi teori saja akan tetapi juga prakteknya (Bursa Efek Indonesia, 2018).



Gambar 1.3 Jumlah Galeri Investasi

Sumber: Data diolah, 2022

Melalui Galeri Investasi, diharapkan dapat memberikan manfaat terutama dalam hal penyebaran informasi pasar modal yang tepat sasaran, serta dapat memberikan manfaat yang optimal bagi mahasiswa, praktisi, investor/ calon investor, pengamat pasar modal maupun masyarakat umum di daerah dan sekitarnya (Bursa Efek Indonesia, 2018). Kegiatan yang Galeri Investasi laksanakan antara lain yaitu edukasi publik, Sekolah Pasar Modal / Sekolah Pasar Modal Syariah, Kelas Analisa Fundamental dan Teknikal. Forum Calon Investor dan Investor, Kompetisi, dan lain sebagainya.

Beberapa penelitian telah mengungkap pengaruh kegiatan yang dilakukan oleh Galeri Investasi terhadap minat investasi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Nandar, Rokan, & Ridwan (2018) memiliki hasil bahwa kegiatan edukasi Galeri Investasi IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi. Penelitian lain yang dilakukan oleh Wibowo & Purwohandoko (2019), hasilnya adalah pelatihan yang diselenggarakan oleh Galeri Investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Universitas Negeri Surabaya. Selanjutnya, penelitian oleh Munawar, Syarif, & Morita (2019) menyatakan bahwa Galeri Investasi STIE Kesatuan dipersepsikan kuat dalam kemudahan memperoleh informasi sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi para mahasiswa.

Sayangnya, penelitian-penelitian tersebut hanya merujuk pada responden yang merupakan mahasiswa dengan jurusan yang tidak jauh berbeda, seperti ekonomi, akuntansi, ataupun manajemen keuangan. Hal ini memang sejalan dengan cakupan dari banyaknya Galeri Investasi yang masih terbatas pada jurusan dan ruang lingkup ekonomi, sehingga Galeri Investasi belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan untuk peningkatan literasi pasar modal Indonesia (Thaharrah, 2021). Peneliti berpendapat bahwa Galeri Investasi perlu memperluas target dari mahasiswa ekonomi menjadi mahasiswa seluruh jurusan yang ada di sebuah universitas agar literasi pasar modal Indonesia semakin meningkat.

Selain Galeri Investasi, pada bulan November 2015 BEI juga mengkampanyekan program Yuk Nabung Saham (YNS) untuk mengajak masyarakat sebagai calon investor untuk berinvestasi di pasar modal dengan membeli saham secara rutin dan berkala. Kampanye YNS ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap pasar modal Indonesia. Kampanye ini dimaksudkan agar mengubah kebiasaan masyarakat Indonesia dari kebiasaan menabung di bank menjadi kebiasaan menabung saham di pasar modal (Bursa Efek Indonesia, 2017).

Tabel 1.1 Ringkasan Kampanye Yuk Nabung Saham  
September 2015 s.d. September 2017

	Sep 2015	Sep 2017	Growth
SID	409.042	600.849	71%
Jumlah Investor Aktif/Bulan	52.673	97.688	85%

Sumber: Data diolah, 2022



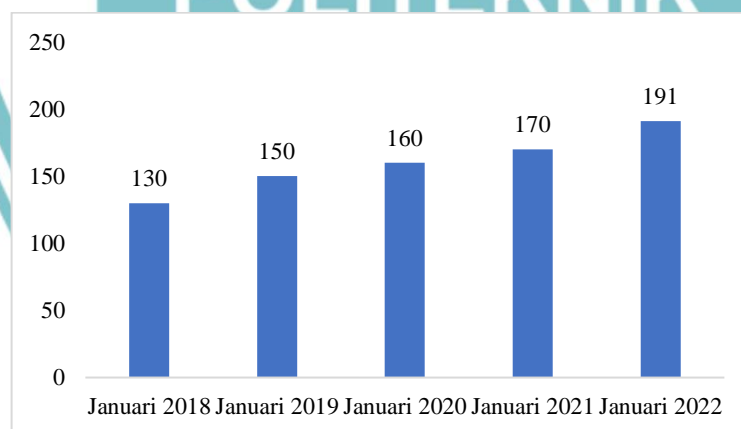
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pasca peluncuran kampanye Yuk Nabung Saham, data bulan September 2017 menunjukkan investor aktif per bulan di Indonesia meningkat menjadi sebesar 16,26% dari total investor (Yuk Nabung Saham, 2017). Akbar (2020) melakukan penelitian terhadap efektivitas kampanye Yuk Nabung Saham dengan menggunakan konsep AIDA; *Attention* (responden menaruh perhatian pada keberadaan kampanye YNS), *Interest* (kampanye YNS membuat responden tertarik pada informasi yang disampaikan), *Desire* (kampanye YNS menumbuhkan keinginan responden untuk berinvestasi), dan *Action* (kampanye YNS meyakinkan responden untuk berinvestasi). Dari keempat aspek tersebut, kampanye YNS memiliki hasil efektif. Kampanye YNS juga disebut berjalan dengan efektif karena dapat meningkatkan jumlah *Single Investor Identification* (SID) serta jumlah investor aktif/bulan dengan cukup signifikan.

Selain itu, BEI juga memanfaatkan media sosial dalam memberikan edukasi dengan mempertimbangkan jumlah pengguna media sosial Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022 atau setara 68,9% dari total penduduk Indonesia. Angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021 (We Are Social, 2021).



Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia (Dalam Jutaan)

Sumber: We Are Social, 2022

BEI mulai mengadakan kolaborasi dengan *social media influencers* terpilih berdasarkan latar belakang yang berbeda, untuk bersama-sama mengedukasi masyarakat. Kegiatan kolaborasi antara BEI dengan *social*



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

*media influencers* ini dimulai pada tahun 2017, namun tidak diketahui berapa banyak *social media influencers* yang berkolaborasi selama tahun tersebut (Bursa Efek Indonesia, 2017). Pada tahun 2018, BEI mengadakan program INVESTORY; program yang menyajikan cerita inspiratif para *social media influencers* yang sudah menjadi investor saham agar dapat memotivasi orang lain untuk mulai investasi saham (Bursa Efek Indonesia, 2018)

Selanjutnya, pada tahun 2019 dan 2020 BEI mengadakan program *Investor Incubator* dengan menggandeng *social media influencers* dari berbagai latar belakang yang menarik, untuk bersama-sama mengedukasi masyarakat melalui konten di media sosial serta mengajak masyarakat untuk turut serta mengikuti kegiatan Sekolah Pasar Modal (Bursa Efek Indonesia, 2020).

Tabel 1.2 Ringkasan Investor Incubator 2019 dan 2020

	Keterangan	2019	2020	Growth
Jumlah <i>Social Media Influencers</i>	-	6 orang	6 orang	0%
<i>Reach</i> Instagram	Jumlah orang yang terekspos sebuah konten	7.267.560	5.524.211	-24%
<i>Impression</i> Instagram	Berapa kali konten ditampilkan kepada pengguna lain	15.156.367	10.893.261	-28%
<i>Engagement</i> Instagram	Keaktifan, seperti <i>like, comment, share, link click</i>	179.342	971.132	441%
Jumlah Investor Baru	-	550 orang	957	74%

Sumber: Data diolah, 2022



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Selama program Investor Incubator 2019 telah dihasilkan 7.267.560 *reach*, 15.156.367 *impression*, 179.342 *engagement*, serta 550 investor baru. Di media sosial, program Investor Incubator 2020 telah menghasilkan 5.524.211 *reach*, 10.893.261 *impression*, dan 971.132 *engagement* yang seluruhnya terkait dengan investasi di Pasar Modal Indonesia. Program ini juga berhasil melahirkan 957 investor baru yang telah mendapatkan edukasi pasar modal melalui Sekolah Pasar Modal atau Sekolah Pasar Modal Syariah.

Dalam 4 bulan terakhir, peneliti melakukan riset pada akun Instagram *social media influencers* yang pernah berkolaborasi dengan BEI, untuk mengetahui apakah mereka masih melakukan kegiatan edukasi mengenai pasar modal atau tidak. Dari banyaknya *social media influencers* yang pernah berkolaborasi dengan BEI, hanya ada 3 (tiga) *influencers* yang masih melakukan kegiatan edukasi secara aktif terutama di tengah-tengah fenomena yang hadir belakangan ini, ketiga *influencers* tersebut adalah Ario Pratomo (@sheggario), Fellexandro Ruby (@fellexandro), dan Kevin Hendrawan (@ykhendrawan). Atas dasar hal tersebut, peneliti berasumsi bahwa tidak semua *social media influencers* memiliki keahlian untuk memberikan informasi tentang saham dengan mumpuni, terlebih ketika mereka sudah terlepas dari program BEI. Hal ini terlihat dari banyaknya *social media influencers* yang berhenti melakukan edukasi setelah tidak terikat dengan program BEI tersebut. Padahal potensi penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi sangat menjanjikan ke depannya apabila mempertimbangkan jumlah penduduk produktif dan jumlah pengguna media sosial di Indonesia.

Meskipun ketiga program yang dilaksanakan oleh BEI; Galeri Investasi, Kampanye Yuk Nabung Saham, dan Kolaborasi dengan *social media influencers* telah melahirkan jumlah investor baru di pasar modal Indonesia, sayangnya program-program tersebut belum mampu untuk membendung oknum-oknum yang berkeliaran di sosial media. Terbukti dari masih banyak *influencers* di media sosial yang hanya memberikan rekomendasi suatu instrumen investasi khususnya saham tanpa adanya



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kegiatan edukasi secara langsung ataupun tidak langsung. Pada tahun 2021 silam, suatu perusahaan melakukan *endorse* sahamnya kepada *influencer* untuk dipromosikan melalui akunnya. Salah satu artis berinisial RA tersangkut fenomena *endorsement* ini, RA mengunggah video promosi mengenai suatu saham dan mengklaim bahwa telah mencapai keuntungan hingga 20% dalam kurun waktu hanya dua minggu. Unggahannya tersebut telah disaksikan 718.768 orang dan ditanggapi lebih dari 1.800 orang (Sidik, 2021). Praktisi dan Pengamat Pasar Modal yaitu Ellen May menjelaskan bahwa kehadiran *influencer* dalam mempromosikan saham ini membuat industri saham menjadi ramai (Ramadhani, 2021). Selain RA, *influencer* terkenal lain yang ikut mengunggah portofolio mereka di sosial media mereka adalah KP dan YM (Utami, 2021).

Tidak berhenti pada fenomena *endorsement*, di awal tahun 2022 muncul kasus penipuan berkedok investasi menggunakan sistem *binary option*. Situasi ini terjadi setelah seorang afiliator bermitra dengan broker ilegal untuk mendapatkan keuntungan yang besar dari kerugian para anggotanya. Berbagai pihak yang mengaku sebagai korban telah muncul dan menuntut pertanggungjawaban dari para afiliator yang terlibat, termasuk orang-orang yang mengiklankan platform *binary option* sebagai platform *trading/* investasi. Salah satu korban berinisial MN mengklaim telah menjadi korban hingga dengan kerugian mencapai Rp540 juta.

Menurut MN, korban penipuan ada yang mencapai jutaan hingga miliaran rupiah. MN menyebutkan cukup banyak *influencer* yang membawa korban ke platform *binary option* tersebut, dua diantaranya yaitu pria berinisial IK dan DS. Platform *binary option* bukanlah platform *trading* terlebih investasi. *Binary option* ini sebenarnya media untuk berjudi dengan melakukan aksi tebak-tebakan apakah harga suatu aset naik atau turun. Jika tebakkan benar maka mereka akan menerima uang dari bandar dan sebaliknya jika kalah maka uangnya akan diambil (Ariesta, IDX Channel, 2022). Penting bagi masyarakat untuk dapat membedakan *influencer* yang kredibel agar dapat memilah informasi yang diberikan, pastikan masyarakat mendapatkan informasi dari pihak-pihak yang mempunyai kompetensi dan/





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengalaman di bidang pasar modal. Latar belakang pendidikan dan jam terbang pengalaman *influencer* dapat menjadi faktor yang menjadi tolak ukur apakah *influencer* tersebut mempunyai kompetensi atau tidak.

Apabila menilik fenomena-fenomena yang terjadi di pasar modal belakangan ini, menarik untuk digali lebih lanjut mengenai peluang, tantangan, dan strategi edukasi pasar modal yang efektif melalui media sosial untuk dilakukan di era teknologi seperti sekarang ini. Situasi ini membuat peneliti menilai bahwa peran *influencer* di sosial media sebagai strategi edukasi untuk meningkatkan literasi pasar modal Indonesia sangatlah besar. Penelitian ini dilakukan karena belum pernah ada penelitian sebelumnya yang membahas strategi edukasi pasar modal di media sosial dari sudut pandang *influencer*. Mayoritas penelitian terdahulu masih berkaitan dengan pembahasan tentang pengaruh *social media influencers* terhadap minat investasi atau tingkat literasi pasar modal.

Veirman, Cauberghe, & Hudders (2017) membandingkan hasil dari promosi yang dilakukan oleh dua *influencer* instagram dengan jumlah pengikut yang rendah sebanyak 2.100 dan tinggi yaitu 21.200. Hasilnya, unggahan promosi *influencer* dengan pengikut tinggi lebih disukai dan dipercaya oleh masyarakat. Penelitian lain terkait pengaruh *influencer* juga dilakukan oleh Lee & Kim (2020), hasilnya adalah produk yang disampaikan *influencer* melalui unggahannya akan dinilai memiliki citra yang positif dan mendorong masyarakat untuk segera membelinya. Penelitian terkini yang dilakukan oleh Fauzianti & Retnosari (2022) memiliki hasil bahwa *social media influencers* berpengaruh positif pada minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penelitian terdahulu telah menunjukkan pengaruh positif *influencer* terhadap peningkatan pengetahuan dan/ minat berinvestasi masyarakat yang mengikutinya.

Selain itu, penelitian Ladamay, Supriyanto, & Nugraheni (2021) yang membahas mengenai pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta memiliki hasil bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mereka menggunakan media sosial untuk mencari suatu informasi yang ingin diketahui, sehingga media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Selanjutnya, penelitian Isticharoh & Kardoyo (2020) memiliki hasil bahwa teknologi media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015. Penelitian lain yang dilakukan oleh Luthfiah, Martia, & Nurhasanah (2021) menunjukkan hasil bahwa 70% responden dari Universitas Muhammadiyah Riau menganggap bahwa media sosial memiliki pengaruh bagi minat generasi milenial untuk melakukan investasi di pasar modal. Penelitian terdahulu telah menunjukkan pengaruh positif media sosial terhadap minat berinvestasi.

Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menggali proses edukasi pasar modal dari sudut pandang *social media influencers*. Karena kehadiran *influencer* di media sosial akan meningkatkan *awareness* serta literasi pasar modal Indonesia (Goeyardi, 2022). Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991. Penggunaan TPB dalam penelitian ini adalah karena teori ini mempercayai jika terdapat minat akan sesuatu, maka seseorang akan melakukan upaya untuk mencapai keinginannya. Dengan menggunakan metode wawancara semi terstruktur, peneliti berharap hasil riset ini dapat berkontribusi pada kebaruan ilmu dan strategi edukasi pasar modal melalui media sosial. Selain itu, peneliti berharap riset ini memiliki implikasi praktis bagi para regulator di pasar modal Indonesia, yaitu Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia. Selanjutnya, penelitian ini akan dibahas dalam skripsi yang berjudul **“Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial”**.



## 1.2. Rumusan Masalah Penelitian

BEI telah menjalankan 3 (tiga) program unggulan yang mereka jadikan sebagai strategi edukasi, program-program tersebut yaitu:

1. Galeri Investasi
2. Kampanye Yuk Nabung Saham
3. Kolaborasi dengan *social media influencers*

Program yang berjalan efektif hanyalah Kampanye Yuk Nabung Saham karena memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan *Single Investor Identification* (SID) serta jumlah investor aktif/bulan. Program Galeri Investasi dianggap belum mampu memberikan dampak yang signifikan untuk peningkatan literasi pasar modal Indonesia karena masih berfokus hanya pada jurusan-jurusan tertentu, seperti ekonomi, akuntansi, ataupun manajemen keuangan. Kolaborasi dengan *social media influencers* juga tidak memiliki dampak yang berkelanjutan untuk literasi pasar modal Indonesia. Hal ini dapat terlihat dari sedikitnya *social media influencers* yang pernah berkolaborasi dengan BEI yang masih melanjutkan kegiatan edukasi setelah tidak terikat dengan program BEI.

Ketiga program tersebut belum mampu untuk membendung oknum-oknum yang berkeliaran di media sosial. Terbukti dari munculnya beberapa fenomena di media sosial, misalnya fenomena *endorsement* dan kasus penipuan berkedok investasi dengan menggunakan platform *binary option*.

Maka perlunya eksplorasi lebih dalam mengenai peluang, tantangan, serta strategi edukasi pasar modal yang efektif melalui media sosial agar kedepannya tingkat literasi pasar modal Indonesia sehingga akan meminimalisir penipuan-penipuan berkedok investasi lainnya yang berpotensi muncul di masa mendatang.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka berikut ini merupakan beberapa pertanyaan penelitian yang dibuat:

1. Peluang apa saja yang ada di media sosial sebagai sarana edukasi?
2. Tantangan apa saja yang dihadapi oleh *influencer* dalam memulai dan mengelola media sosial sebagai sarana edukasi?
3. Bagaimana strategi edukasi pasar modal yang efektif melalui media sosial?
4. Bagaimana kualifikasi seorang *influencer* pasar modal yang layak diikuti di media sosial?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengeksplorasi peluang yang ada di media sosial sebagai sarana edukasi.
2. Mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh *influencer* dalam memulai dan mengelola media sosial sebagai sarana edukasi.
3. Merumuskan strategi edukasi pasar modal yang efektif melalui media sosial.
4. Merumuskan kualifikasi seorang *influencer* pasar modal yang layak diikuti di media sosial.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau manfaat praktis, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mengembangkan penelitian di bidang pasar modal khususnya penelitian tentang bagaimana menemukan strategi edukasi yang efektif melalui media sosial sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan literasi pasar modal Indonesia.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi pengembangan/pengkinian ilmu Manajemen Keuangan mengenai edukasi pasar modal melalui media sosial.

b. Bagi Otoritas Jasa Keuangan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi kebijakan yang efektif terkait *social media influencers* yang melakukan promosi suatu instrumen investasi.

c. Bagi Bursa Efek Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai besar/kecilnya pengaruh *social media influencers* terhadap kemajuan pasar modal Indonesia dan memberikan rekomendasi program edukasi yang lebih efektif.

d. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai kriteria-kriteria *social media influencers* yang layak untuk diikuti.

1.6. **Sistematika Penelitian Skripsi**

Penelitian yang berjudul “**Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial**” ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini memuat landasan teori sebagai acuan penelitian dasar dalam analisis dan menelaah literatur serta penelitian terdahulu dan membentuk kerangka pemikiran.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat jenis penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian, dan metode analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat tentang seluruh deskripsi dari objek penelitian, seluruh proses yang dikerjakan, dan hasil dari penelitian.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan penjelasan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan juga saran-saran yang direkomendasikan dari peneliti kepada pihak tertentu untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang berjudul “Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Social media influencers* memandang bahwa media sosial memiliki peluang yang sangat terbuka luas untuk kedepannya. Mereka berpendapat bahwa media sosial merupakan satu-satunya cara untuk menjangkau lebih banyak audiens dan membentuk persepsi. Kemudian, mereka juga menilai bahwa media sosial memiliki dampak yang sangat besar serta biaya yang lebih murah apabila dibandingkan dengan media konvensional. Lebih lanjut, mereka menilai bahwa semua orang tanpa terkecuali harus mengoptimalkan peluang yang ada. Namun, terdapat beberapa pihak yang cukup penting yang perlu mengoptimalkan media sosial, diantaranya yaitu edukator, kalangan muda, dan ibu rumah tangga. *Social media influencers* mengungkapkan beberapa cara untuk mengoptimalkan peluang di media sosial, diantaranya yaitu menjadi konsisten, mempelajari algoritma, menjadi adaptif dan kreatif, menjawab kebutuhan audiens, serta membangun *engagement/* keterikatan.
2. Berbagai tantangan dirasakan oleh *social media influencers* dalam memulai dan mengelola media sosial sebagai sarana edukasi, tantangan tersebut dibagi menjadi 2 (dua) kelompok, yaitu tantangan internal (*internal barriers*) dan tantangan eksternal (*external barriers*). Pada *internal barriers*, tantangan dikelompokkan kembali menjadi 2 (dua) jenis, yaitu hambatan personal (*personal barrier*) dan hambatan sosial (*social barrier*). *Personal barrier* merujuk pada tantangan-tantangan seperti masalah pencarian ide untuk konten, cara beradaptasi, dan kelelahan (*burnout*), sedangkan *social barrier* yang mereka rasakan adalah bagaimana cara untuk menjangkau target audiens. Sementara itu, pada *external barrier* terdapat sikap sosial (*social attitude*) yang terdiri



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dari tantangan karena munculnya investasi bodong dan masalah penjiplakan konten/ hak cipta.

3. *Social media influencers* mengungkapkan beberapa strategi efektif terkait kegiatan edukasi pasar modal melalui media sosial. Mereka menilai bahwa strategi yang efektif perlu mempertimbangkan penggunaan bahasa, topik yang dibahas, serta visual. Sebuah strategi edukasi pasar modal dianggap efektif apabila menggunakan bahasa yang membaur/ mudah dimengerti, mengandung unsur komunikasi dua arah, dan strategi komunikasinya tersegmentasi sesuai dengan target audiensnya. Kemudian, topik yang dibahas harus relevan dan mengangkat isu/ berita-berita yang sedang ramai diperbincangkan, serta memiliki sudut pandang yang kuat/ berbeda. Lebih lanjut, penggunaan bahasa dan topik yang sesuai kriteria perlu dikemas dalam konten yang memiliki kualitas visual yang baik dan menarik.
4. *Influencer* di bidang pasar modal perlu memiliki kualifikasi yang dikategorikan menjadi 3 (tiga) aspek, yaitu kompetensi (*competency*), keterampilan kreatif (*creative skill*), dan karakteristik pendukung (*supporting characteristic*). Kompetensi dapat dinilai dari sertifikasi yang dimiliki oleh *influencer*, ilmu dan pengetahuan yang benar dan tidak menyesatkan, serta pengalaman berinvestasi. Sementara itu, seorang *influencer* dikatakan memiliki keterampilan kreatif apabila ia paham mengenai pengetahuan dan pengoptimalan media sosial, serta pembuatan dan pengeditan konten. Lebih lanjut, *influencer* perlu memiliki karakteristik pendukung yang menunjang keberhasilannya menjalankan kegiatan edukasi melalui media sosial, diantaranya yaitu menjadi konsisten, adaptif, eksploratif, memiliki niat/ tujuan yang baik, dan memiliki *value*.





## 5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

### Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini hanya melibatkan responden yang merupakan *social media influencer*, peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi tinjauan regulasi terkait *social media influencers* dan fenomena *influencer* dari sudut pandang yang berbeda, misalnya dari sudut pandang Otoritas Jasa Keuangan selaku regulator, Bursa Efek Indonesia selaku *Self Regulatory Organization*, atau sudut pandang lainnya.
2. *Influencer* dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua kategori, yaitu *influencer* yang media sosialnya dikelola oleh tim dan *influencer* yang mengelola media sosialnya sendiri. Peneliti merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan jenis-jenis *influencer* di media sosial yang dikelompokkan berdasarkan jumlah *followers*-nya, yaitu *nano*, *micro*, *macro*, dan *mega influencer*. Dengan berfokus pada jenis-jenis *influencer*, penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mengeksplorasi sudut pandang mengenai peluang dan strategi edukasi di media sosial dari seluruh jenis *influencer*.
3. Penelitian ini hanya melakukan wawancara kepada responden yang berasal dari kota-kota besar di Indonesia, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup penelitian/ responden ke daerah-daerah kecil di Indonesia yang melahirkan para *social media influencers* di bidang pasar modal. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat melibatkan para *influencer* dari negara yang ekonomi/ pasar modalnya lebih maju daripada Indonesia. Hal ini akan meningkatkan eksplorasi tantangan yang dihadapi oleh *influencer*, seberapa efektif peran *influencer* dalam membantu meningkatkan literasi pasar modal, dan lainnya.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Bagi Investor dan Calon Investor**

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk dapat memilih/merujuk *social media influencers* pasar modal secara tepat, sehingga dapat membantu investor dan calon investor meningkatkan *awareness* serta pengetahuan terbaru di bidang pasar modal melalui media sosial.
2. Meskipun kualifikasi *social media influencers* yang tepat di bidang pasar modal telah dijabarkan, namun investor dan calon investor tetap perlu meningkatkan literasi keuangan pribadi sebagai tindakan preventif dari kejahatan-kejahatan pasar modal yang beredar di media sosial.

**Bagi *Social Media Influencers* dan Calon *Social Media Influencers***

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai peluang pemanfaatan media sosial, sehingga *social media influencers* dan calon *social media influencers* dapat mempersiapkan strategi untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan lebih optimal.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai tantangan memulai dan mengelola media sosial sebagai sarana edukasi, sehingga *social media influencers* dan calon *social media influencers* dapat menghadapi, meminimalisir tantangan yang ada, dan mengubahnya menjadi peluang agar media sosial dapat dioptimalkan secara maksimal sebagai sarana edukasi pasar modal.
3. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai strategi edukasi pasar modal yang efektif melalui media sosial, maka dari itu *social media influencers* dan calon *social media influencers* dapat mempelajari kiat-kiat sukses dalam melakukan edukasi pasar modal di media sosial.
4. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran jelas mengenai kualifikasi *social media influencers* pasar modal, sehingga *social media influencers* dan calon *social media influencers* dapat mempersiapkan diri baik dari segi kompetensi, keterampilan kreatif,

dan karakteristik pendukung untuk menjadi *influencer* yang termasuk dalam kualifikasi.

### Bagi Bursa Efek Indonesia

1. Peneliti merekomendasikan Bursa Efek Indonesia untuk mengevaluasi strategi edukasi yang dijalankan melalui media sosial, karena strategi edukasi yang selama ini diterapkan dinilai masih sangat normatif. Bursa Efek Indonesia dapat menjalankan kegiatan strategi yang lebih memiliki keterikatan (*engagement*) antara BEI dengan audiens dan strategi yang menarik, misalnya dengan lebih rutin melakukan *giveaway* dan membuat konten-konten yang memiliki daya tarik yang kuat serta tidak hanya deskriptif, namun menyuguhkan sudut pandang yang berbeda juga. Selain itu, BEI dapat lebih aktif membuka ruang diskusi dengan para pengguna media sosial, misalnya melalui kolom komentar, pesan langsung (*direct message*), dan Instagram *story*, dan lainnya.
2. Bursa Efek Indonesia dapat kembali mengundang komunitas saham ke dalam satu tempat seperti yang dilakukan pada tahun 2018, karena komunitas saham dianggap dapat merepresentasikan sehingga dapat bersama-sama membangun ekosistem pasar modal yang lebih sehat. Selain itu, Bursa Efek Indonesia diharapkan dapat menghilangkan gap dengan *influencer*, hal ini dapat dicapai dengan cara menjalin komunikasi yang lebih aktif, menyamakan *value* agar tidak ada kekeliruan yang ditimbulkan di media sosial, sehingga tercipta tanggung jawab moril pada diri *influencer*. Penting bagi Bursa Efek Indonesia untuk kembali menjalin hubungan yang kuat dengan komunitas saham dan *influencer* karena pihak-pihak tersebut dianggap dapat menjadi representasi investor di pasar modal Indonesia.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, G. A. (2020). Efektivitas Kampanye Yuk Nabung Saham PT Bursa Efek Indonesia Dengan Menggunakan Konsep AIDA. *ePrints UNISKA*, 1-6. Retrieved April 15, 2022
- Ariesta, A. (2022). *IDX Channel*. Retrieved Februari 28, 2022, from Ini Fakta-fakta Kasus Binomo yang Menghebohkan, Korban Rugi hingga Rp2,4 Miliar: <https://www.idxchannel.com/economics/ini-fakta-fakta-kasus-binomo-yang-menghebohkan-korban-rugi-hingga-rp24-miliar>
- Ariesta, A. (2022). *IDX Channel*. Retrieved Februari 28, 2022, from Terbongkar! Sisi Gelap Kecurangan Trading Binary Option: <https://www.idxchannel.com/economics/terbongkar-sisi-gelap-kecurangan-trading-binary-option>
- Bodgan, & Biklen. (1998). *Qualitative Research for Education: An Intrudction to Theories and Methods*. Boston: Allyn, and Bacon, Inc. Retrieved Februari 2, 2022
- Bursa Efek Indonesia. (2017). *About YNS*. Retrieved April 1, 2022, from Yuk Nabung Saham: <https://yuknabungsaham.idx.co.id/about-yns>
- Bursa Efek Indonesia. (2017). *Breaking New Gounds | Laporan Tahunan 2017*. DKI Jakarta: Bursa Efek Indonesia. Retrieved Maret 18, 2022
- Bursa Efek Indonesia. (2018). *Galeri Investasi BEI & Komunitas Pasar Modal*. Retrieved Maret 1, 2022, from Bursa Efek Indonesia: <https://www.idx.co.id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal/#:~:text=Galeri%20Investasi%20Bursa%20Efek%20Indonesia,sejak%20dini%20kepada%20dunia%20akademisi>.
- Bursa Efek Indonesia. (2018). *Towards the Journey of Excellence | Laporan Tahunan 2018*. DKI Jakarta: Bursa Efek Indonesia. Retrieved Maret 15, 2022
- Bursa Efek Indonesia. (2020). *Digital Capabilities to Advanec Further*. DKI Jakarta: Bursa Efek Indonesia. Retrieved Maret 15, 2022
- Bursa Efek Indonesia. (2022). *Bursa Efek Indonesia*. Retrieved Maret 10, 2022, from Bursa Efek Indonesia: <https://www.idx.co.id/>

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- David, F. R. (2009). *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat. Retrieved Maret 10, 2022
- Eduardus, T. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE. Retrieved Maret 10, 2022
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 26-35. Retrieved April 10, 2022
- Goeyardi, G. (2022, Februari 02). Daripada Sibuk Mencari Alasan Lebih Baik Affiliator Mengaku Salah & Minta Maaf. (G. Sinaga, Interviewer) DKI Jakarta, Indonesia: Pantengin TV. Retrieved April 14, 2022, from <https://www.youtube.com/watch?v=pQdSqS-BDts>
- Hifza. (2010). Pendidik dan Kepribadiannya dalam Al-Qur'an. (p. 42). Yogyakarta: Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga. Retrieved Maret 11, 2022
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 892-906. Retrieved Maret 1, 2022
- Kelly, G. (2021, Agustus 18). *Estetica Magazine*. Retrieved Maret 9, 2022, from Influencers v Educators: Defining the Differences: <https://www.esteticamagazine.com/2021/08/18/influencers-v-educators-defining-the-differences/>
- Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. (2022). *Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil*. Retrieved Februari 27, 2022, from 273 Juta Penduduk Indonesia Terupdate Versi Kemendagri: <https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/1032/kemendagri-update-jumlah-penduduk-indonesia-273-juta-jiwa#:~:text=Jakarta%20%2D%20Kemendagri%20melalui%20Direktorat%20Jenderal,Indonesia%20adalah%20273.879.750%20jiwa>
- Kementerian Pendidikan dan Budaya. (2022). *KBBI Daring*. Retrieved Maret 11, 2022, from Pendidik: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pendidik>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2021, Desember 31). *Kustodian Sentral Efek Indonesia*. Retrieved Maret 9, 2022, from Demografi Investor: [https://www.ksei.co.id/publications/demografi\\_investor](https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor)
- Ladamay, A. Z., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z Di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 161-185. Retrieved Maret 10, 2022
- Lee, S., & Kim, E. (2020, Juni). Influencer marketing on Instagram: How Sponsorship Disclosure, Influencer Credibility, and Brand Credibility Impact The Effectiveness of Instagram Promotional Post. *Journal of Global Fashion Marketing*, XI(III), 232-249. doi:10.1080/20932685.2020.1752766
- Luthfiyah, A., Martia, C., & Nurhasanah, F. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 10869-10875. Retrieved Maret 7, 2022
- Manurung, A. H., & Rizky, L. T. (2009). *Successful Financial Planner A Complete Guide*. Jakarta: Grasindo. Retrieved Maret 10, 2022
- Merawati, & Putra. (2016). Dampak Pelatihan Pasar Modal Terhadap Pengetahuan Investasi dan Minat Berinvestasi. *Lembaga Penelitian dan*, 1-9. Retrieved Desember 18, 2021
- Munawar, A., Syarif, R., & Morita. (2019). Persepsi Mahasiswa Atas Galeri Investasi Perguruan Tinggi dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berinvestasi. *Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi*, 89-96. Retrieved April 1, 2022
- Myers, M. D. (2013). *Qualitative Research in Business & Management*. London: SAGE Publications. Retrieved 2022
- Nandar, H., Rokan, M. K., & Ridwan, M. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa. *KITABAH*, 179-205. Retrieved April 1, 2022
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Sikapi Uangmu OJK*. Retrieved Maret 9, 2022, from Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK): <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DataLinkDesc/SNLIK>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Otoritas Jasa Keuangan. (2020, Desember 1). *Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved Maret 8, 2022, from Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019: <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Pangestika, T., & Rusliati, E. (2019, Februari). Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, *XII*(1), 37-42. doi:10.23969/jrbm.v12i1.1524
- Pearce II, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Manajemen Strategis (Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian)*. Jakarta: Salemba Empat. Retrieved Maret 10, 2022
- Pratama, A. (2021, Maret 12). *Okezone*. Retrieved Maret 9, 2022, from Minat Masyarakat Investasi Pasar Modal Masih Rendah, Kenapa Ya?: <https://economy.okezone.com/read/2021/03/12/278/2376563/minat-masyarakat-investasi-pasar-modal-masih-rendah-kenapa-ya>
- Ramadhani, P. I. (2021, Maret 12). *Liputan6*. Retrieved Maret 9, 2022, from Pengamat: Influencer Saham Bikin Ramai tapi Analisis Jadi Bias: <https://www.liputan6.com/saham/read/4468790/pengamat-influencer-saham-bikin-ramai-tapi-analisis-jadi-bias>
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Retrieved Maret 10, 2022
- Remund, D. L. (2010, Juni). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *Journal of Consumer Affairs*, *XLVII*(2), 276-295. doi:10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x
- Sidik, S. (2021). *CNBC Indonesia*. Retrieved Februari 28, 2022, from Dear Raffi & Ari Lasso, Ini Pesan BEI Soal Influencer Saham: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210105141655-17-213621/dear-raffi-ari-lasso-ini-pesan-bei-soal-influencer-saham>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Retrieved Februari 28, 2022
- Thaharrah, E. (2021). Strategi Edukasi Pasar Modal di Era Pandemi Covid-19 Kepada Millennial (Studi Kasus pada Generasi Millennial Indonesia Usia



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

21-35 Tahun di 2021). *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif*, (pp. 82-89). Retrieved April 1, 2022

Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi. Retrieved Maret 10, 2022

Utami, D. N. (2021). *Market Bisnis*. Retrieved Februari 28, 2022, from Soal Influencer Saham, BEI Panggil Raffi Ahmad Cs: <https://market.bisnis.com/read/20210119/7/1345134/soal-influencer-saham-bei-panggil-raffi-ahmad-cs>

Veirman, M. D., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017, Juli). Marketing Through Instagram Influencers: The Impact of Number of Followers and Product Divergence on Brand Attitude. *International Journal of Advertising*, XXXVI(5), 798-828. doi:10.1080/02650487.2017.1348035

We Are Social. (2021, Desember 24). *Data Indonesia*. Retrieved Maret 9, 2022, from Pengguna Media Sosial di Indonesia Mencapai 170 Juta: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-mencapai-170-juta>

Wibowo, A., & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 192-201. Retrieved April 1, 2022

Yuk Nabung Saham. (2017). *Tentang Yuk Nabung Saham*. Retrieved April 13, 2022, from Yuk Nabung Saham: <https://yuknabungsaham.idx.co.id/about-yuns>





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**LAMPIRAN INTERVIEW GUIDELINE****PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI EDUKASI PASAR MODAL  
MELALUI MEDIA SOSIAL****Pertanyaan Penelitian:**

1. Peluang apa saja yang ada di media sosial sebagai sarana edukasi?
2. Tantangan apa saja yang dihadapi oleh *influencer* dalam memulai dan mengelola media sosial sebagai sarana edukasi?
3. Bagaimana strategi edukasi pasar modal yang efektif melalui media sosial?
4. Bagaimana kualifikasi seorang *influencer* pasar modal yang layak diikuti di media sosial?

**Pendahuluan: Perkenalan dan Motivasi Menjadi *Influencer***

1. Saya ingin tahu mengenai Bapak/ Ibu, dapatkah Bapak/ Ibu menceritakan tentang kegiatan sehari-hari Bapak/ Ibu?
2. Sudah berapa lama Bapak/ Ibu berinvestasi di pasar modal Indonesia?
3. Dari mana Bapak/ Ibu belajar tentang investasi?
4. Apakah Bapak/ Ibu memiliki sertifikasi dan/ lisensi di bidang pasar modal?
5. Sejak kapan Bapak/ Ibu memutuskan untuk melakukan edukasi di media sosial? Apa alasan Bapak/ Ibu memulai kegiatan edukasi tersebut?
6. Bagaimana awal mula Bapak/ Ibu memulai kegiatan edukasi di media sosial?

**Strategi Edukasi yang Selama ini diterapkan**

1. Di platform media sosial mana saja Bapak/ Ibu melakukan edukasi?  
Mengapa memilih media sosial untuk edukasi?
2. Konten-konten seperti apa yang Bapak/ Ibu bagikan di media sosial dan seberapa rutin Bapak/ Ibu membagikan konten tersebut?
3. Materi apa yang paling sering Bapak/ Ibu bagikan di media sosial?  
Mengapa memilih materi tersebut?

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Dapatkah Bapak/ Ibu menjelaskan *value* utama yang Bapak/ Ibu ajarkan dan/ kampanye kepada *followers* di media sosial? Contoh: investasi aman dan nyaman, investasi jangka panjang, dll
5. Dapatkah Bapak/ Ibu menceritakan proses kreatif dibalik pembuatan konten-konten yang dibagikan di media sosial?
6. Bagaimana cara Bapak/ Ibu meningkatkan *impression*, *reach*, serta *engagement* di media sosial?
7. Apakah Bapak/ Ibu melakukan evaluasi terhadap kegiatan edukasi yang selama ini Bapak/ Ibu jalankan? Jika ya, bagaimana proses evaluasi tersebut berjalan? Jika tidak, mengapa Bapak/ Ibu tidak melakukan evaluasi?
8. Selain menggunakan media sosial, apakah ada metode/strategi edukasi lain yang Bapak/ Ibu jalankan? Contoh: webinar berbayar, *meet & great*, dll
9. Dapatkah Bapak/ Ibu menceritakan metode edukasi lainnya tersebut?
10. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu mengenai kolaborasi antar sesama *influencer*?
11. Apakah Bapak/ Ibu pernah melakukan kolaborasi dengan *influencer* atau pihak lainnya? Jika ya, dengan siapa Bapak/ Ibu berkolaborasi dan apa tujuan dari kolaborasi tersebut? Jika tidak, apakah Bapak/ Ibu akan mencoba berkolaborasi?

### Peluang Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi

1. Bagaimana pendapat/ penilaian Bapak/ Ibu mengenai peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi untuk kedepannya?
2. Peluang apa saja yang ada di media sosial sebagai sarana edukasi?
3. Bagaimana cara untuk mengoptimalkan peluang tersebut?

### Tantangan Melakukan Kegiatan Edukasi di Media Sosial

1. Tantangan/ hambatan dari dalam diri (internal) yang Bapak/ Ibu alami?
2. Tantangan apa dari lingkungan sekitar (eksternal) yang Bapak/ Ibu hadapi? Contoh: Aspek warganet, regulator, kompetitor *influencer*
  - a. Bagaimana tanggapan warganet terhadap kegiatan edukasi yang Bapak/ Ibu jalankan selama ini? Apakah Bapak/ Ibu pernah



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menerima *hate speech* karena edukasi yang Bapak/ Ibu berikan? Bagaimana Bapak/ Ibu menanggapi hal tersebut?

- b. Bagaimana komunikasi Bapak/ Ibu dengan regulator (OJK dan BEI) selama ini? Apakah Bapak/ Ibu pernah mendapat teguran dari regulator karena memberikan rekomendasi suatu instrumen investasi melalui media sosial? Jika ya, dapatkan Bapak/ Ibu menggambarkan teguran semacam apa yang diterima dan bagaimana akhir dari teguran tersebut?
- c. Bagaimana hubungan Bapak/ Ibu dengan *influencer* lainnya? Apakah pernah terjadi sesuatu yang tidak menyenangkan di antara sesama *influencer*? Jika ya, dapatkan Bapak/ Ibu menceritakan hal tersebut?

**Strategi Edukasi yang Efektif dan Ideal Melalui Media Sosial**

1. Bagaimana konsep strategi edukasi yang efektif melalui media sosial?
2. Siapa sajakah yang dapat menjalankan strategi tersebut?
3. Hal apa yang dapat menjadi tolak ukur bahwa strategi tersebut efektif?
4. Dapatkan Bapak/ Ibu memberikan masukan dan memberikan gambaran mengenai strategi edukasi pasar modal yang efektif untuk para regulator?  
Regulator: Otoritas Jasa Keuangan dan *SRO*'s

**Kualifikasi Seorang *Influencer* di Media Sosial**

1. Menurut Bapak/ Ibu, apakah seorang *influencer* khususnya di bidang pasar modal/ investasi perlu memiliki kriteria tertentu? Jika ya, kriteria seperti apa yang dimaksud? Contoh: Jumlah *followers*, jangka waktu melakukan edukasi, pendidikan formal/ informal, pengalaman / lama berinvestasi, dll
2. Bagaimana kualifikasi yang seharusnya dimiliki oleh seorang *influencer* di media sosial? Contoh: memiliki banyak *followers*, memiliki sertifikasi dan/ lisensi, pengalaman berinvestasi minimal sekian tahun, dll

**Pandangan *Influencer* Terhadap Strategi Edukasi OJK/BEI**

1. OJK dan BEI sebagai regulator dan *SRO* di bidang pasar modal menjalankan strategi/ program edukasi. Apakah Bapak/ Ibu mengetahui



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

strategi/ program edukasi apa saja yang OJK/BEI lakukan? Jika tahu, dapatkan Bapak/ Ibu gambarkan seberapa efektif strategi mereka?

2. Bagaimana saran Bapak/ Ibu untuk OJK dan BEI untuk pengembangan strategi edukasi pasar modal yang mereka jalankan selama ini?
3. Belakangan ini hadir fenomena penipuan berkedok investasi yang dilakukan oleh para *influencer* yang tidak bertanggung jawab. Bagaimana pandangan Bapak/ Ibu terhadap hal tersebut? Dapatkan Bapak/ Ibu memberikan masukan mengenai strategi edukasi yang dapat dilakukan oleh OJK/BEI berkenaan dengan hal tersebut?

### Pencapaian yang Diperoleh

1. Dapatkan Bapak/ Ibu menceritakan apa saja pencapaian yang Bapak/ Ibu peroleh dari kegiatan edukasi yang Bapak/ Ibu jalankan melalui media sosial?
2. Dapatkan Bapak/ Ibu melakukan *self assessment* terhadap proses edukasi yang selama ini Bapak/ Ibu lakukan?

### Harapan di Masa Depan

1. Apakah rencana Bapak/ Ibu di masa depan mengenai kegiatan edukasi ini?
2. Kritik/ saran apa yang dapat Bapak/ Ibu berikan untuk para *influencer* dan kegiatan edukasi di media sosial?

**INFORMED CONSENT****Deskripsi**

Saya Rizka Ismi Khoiriah, mahasiswa semester 8 Jurusan Akuntansi Program Studi Manajemen Keuangan Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian mengenai “Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tantangan dan peluang yang ada di media sosial khususnya Instagram sebagai sarana melakukan kegiatan edukasi pasar modal, serta untuk merumuskan strategi edukasi yang tepat kedepannya dan untuk merumuskan kualifikasi *influencer* yang layak diikuti di media sosial.

Kami mengajak Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Sebelum Bapak/Ibu/Saudara/Saudari memutuskan untuk berpartisipasi, kami meminta Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk membaca lembar penjelasan penelitian ini dengan cermat. Lembar ini berisi tentang segala hal yang menyangkut penelitian yang akan dilakukan, termasuk nama peneliti yang dapat Anda hubungi jika Anda memiliki pertanyaan. Apabila terdapat hal-hal yang kurang jelas, Anda dapat bertanya untuk mendapatkan kejelasannya. Anda juga sebaiknya tidak menandatangani lembar ini jika Anda masih belum paham dan pertanyaan Anda belum terjawab dengan memuaskan. Seandainya setelah menandatangani lembar persetujuan ini masih terdapat hal-hal yang kurang jelas, maka Anda dapat menghubungi kami melalui alamat email: [rizka.ismikhoiriah.ak18@mhs.w.pnj.ac.id](mailto:rizka.ismikhoiriah.ak18@mhs.w.pnj.ac.id)

**Manfaat dan Risiko Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada partisipan berupa pertukaran informasi dengan peneliti terkait dengan tema penelitian yang dilakukan. Penelitian ini mungkin dapat menimbulkan risiko yang tidak menyenangkan seperti reaksi emosi negatif setelah dilakukannya proses wawancara. Apabila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan, peneliti akan bertanggung jawab sepenuhnya. Risiko lainnya adalah Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dapat kehilangan waktu untuk melakukan aktivitas lain karena penelitian ini,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Kerahasiaan

Informasi yang Anda berikan dalam penelitian ini akan dijamin kerahasiaannya. Hasil penelitian ini akan dituliskan dalam laporan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Data berupa identitas Bapak/Ibu/Saudara/Saudari akan dirahasiakan dan diganti menjadi inisial saja sehingga hanya orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini saja yang mengetahui mengenai identitas dan informasi yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.

### Pengunduran Diri

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari memiliki kebebasan untuk berpartisipasi atau mengundurkan diri. Keputusan Anda tidak berpengaruh terhadap apapun. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dapat mengundurkan diri sebelum *informed consent* ini ditandatangani.

### Persetujuan

Berdasarkan lembar penjelasan penelitian yang telah saya baca, saya bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi lembar partisipan.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Lembar Persetujuan Partisipan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Lengkap :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

No. HP (Whatsapp) :

Alamat email :

Menyatakan bahwa saya bersedia berpartisipasi mengikuti penelitian mengenai: Peluang, Tantangan, dan Strategi Edukasi Pasar Modal Melalui Media Sosial. Keikutsertaan saya sepenuhnya atas dasar keinginan saya pribadi, tanpa paksaan, bujukan atau ancaman pihak manapun.

(tempat, tanggal)

PARTISIPAN

(tanda tangan)

(nama lengkap)

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

### © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

#### Hak Cipta :

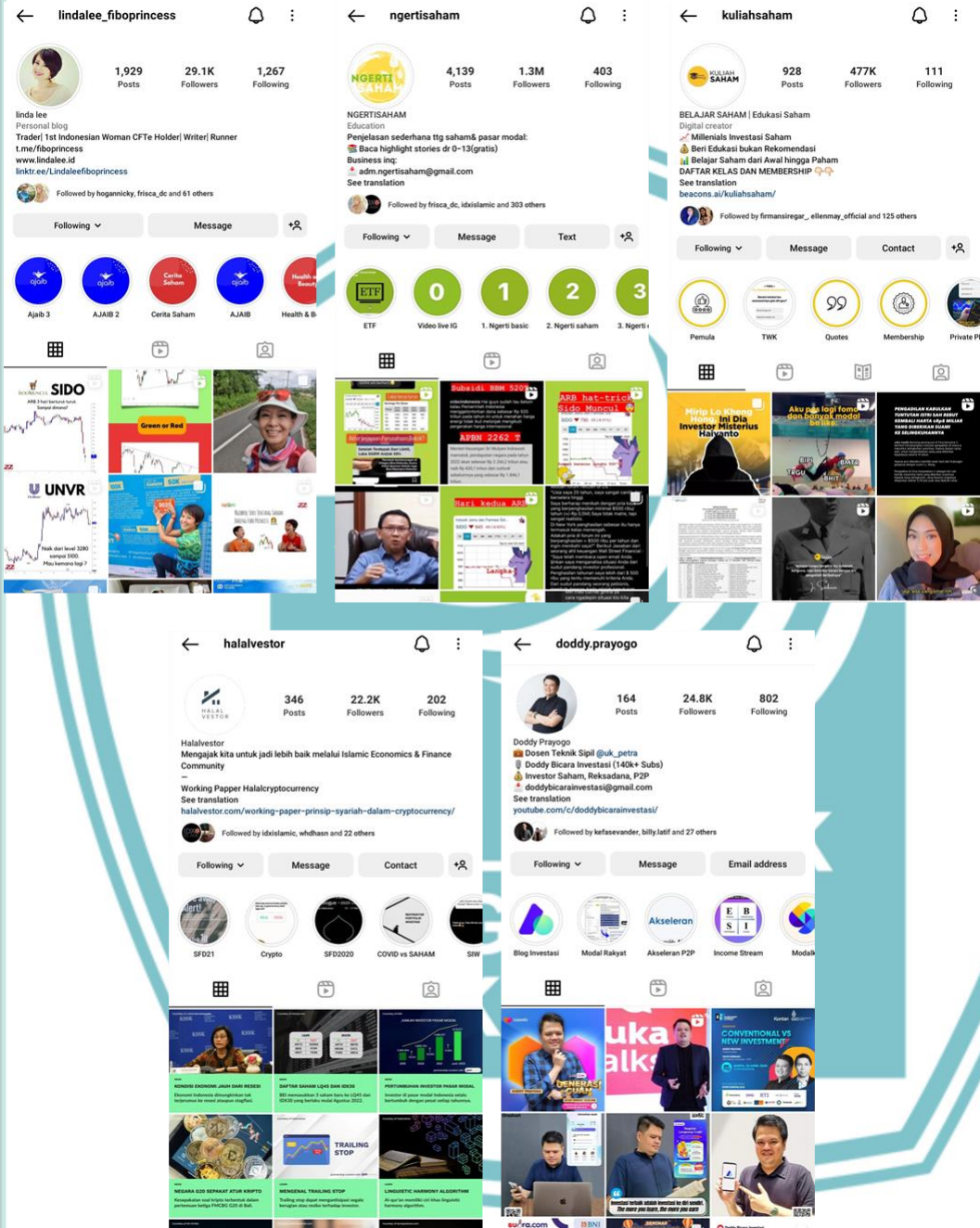
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 3 Tampilan Akun Instagram Responden

Tampilan Akun Instagram Responden



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Transkrip

### Responden 1: LL

Peneliti : Kegiatan sehari-hari?

LL : IRT, emak-emak trader, kegiatan sehari-harinya sama kaya IRT yang lain, mempersiapkan bekal makan untuk anak sekolah, antar anak sekolah, setelah itu sambil menunggu mereka sekolah saya memantau market. Nanti akan berangkat untuk menjemput mereka lagi.

Peneliti : Apakah investasi juga di pasar modal Indonesia?

LL : Iya

Peneliti : Sudah berapa lama?

LL : Mulai kenal 2009 akhir (kuartal 4), sudah sekitar 13 tahun. Dulu literasinya tidak seperti sekarang. Sekarang banyak sekali. Waktu itu masih meraba-raba ngga ngerti. Mula-mulanya trading. Pertama kali trading ada untung karena market lg naik. Pastinya abis itu banyak ruginya karena pemahamannya kurang, ilmunya kurang, mau cari informasi yang terpercaya susah, mau tanya siapa ngga ngerti. Paling banyak baca buku, ikut gathering.

Peneliti : Kapan mulai investasi?

LL : Saham 5 tahun terakhir. Tadinya pertama mau investasi, tapi dasar jiwa tradernya lebih gede, liat cuan ga tahan. Tapi setelah ngelewatin waktu ngeliat kok kayanya banyak miss. Maksudnya kalau saham yang bagus saya ngelihat dia bertumbuh dan kayanya banyak miss pergerakan harga, kalo trading banyak yang ga ke cover harganya. Ketika naik kita ga merasakan semua kenaikannya. Disitu ngelihat bahwa harus mulai investasi juga. Jadi ga bisa semuanya ditrading.

Peneliti : Belajar investasi darimana?

LL : Dari buku. Buku Yuk Nabung Saham dari Pak Nicky Hogan.

Peneliti : Apakah banyak rugi di trading yang mendasari ibu mengambil sertifikasi-sertifikasi di bidang pasar modal?

LL : Bukan karena ruginya. Tapi saya percaya dunia pasar modal ini masa depannya bagus, baik untuk investasi ataupun trading, potensinya gede.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Cuma saya ga punya pengetahuan yang memadai dan apa yang menjadi ingin taunya saya tidak terpenuhi. Jadi satu-satunya waktu itu yang terpikir saya harus bisa menguasai analisis teknikal, karena kalau mau jadi trader pasti analisis teknikal. Waktu itu sourcenyang bingung, simpang siur, saya mau cari mana yang akademis, mana yang benarnya. Sebenarnya intinya cuma untuk ngelengkapin diri supaya bisa bertahan di dunia pasar modal dan di trading. Karena waktu itu kalo ambil analisis teknikal ambil trading. Jadi saya hanya ingin bisa ini ada sesuatu yang saya belum paham, saya belum mengerti, kalau tanya ke orang ke sana ke sini masih kaya puzzle. Akhirnya saya ambil sertifikasi supaya bisa survive.

Peneliti : Sertifikasi/ lisensi yang pertama diambil?

LL : Yang berkaitan dengan pasar modal, yang pertama WPPE, broker. Sebenarnya bukan mau jadi broker. Tapi pengen tau, pengen challenge diri sendiri, udah ibu-ibu udah punya anak dua. Apasih sertifikasi ini, kepengen tau aja, pengen belajar. Semuanya landasannya hanya untuk challenge diri sendiri sebagai perempuan, sudah ibu-ibu, masih bisa ga sih belajar. Kemudian CFTe, intinya keingintahuan dan challenge. CSA tentang fundamental. Teknikalnya udah, berarti untuk investasi perlu tambahan lg ilmu, pegangan untuk melengkapi keingintahuan saya untuk bisa mengerti tentang investasi tuh apa sih yang mesti diperhatiin.

Peneliti : Sejak kapan melakukan edukasi di media sosial?

LL : Kapan ya.. Mesti lihat instagram dulu. Tadinya hanya untuk update pribadi sebagai jejak digital, tapi ngelihat bahwa mulai banyak anak-anak muda yang masuk ke dunia pasar modal. Saya ngelihat kenapa engga ini jadi sarana buat ngebagiin passion dan pengetahuan di sosial media. Tapi tepatnya kapan mulai membagikan lupa. Kalau nulis buku 2015, sebelum itu sebenarnya sudah ada workshop offline, tapi di sosial medianya juga belum seaktif sekarang. Mungkin bisa ambil patokan di 2015 waktu launching buku. Tapi kayanya ga dari situ aktifnya.

Peneliti : Selain di instagram, apakah melakukan edukasi di media sosial lain?

LL : Ada di youtube. Mulai di facebook page. Tapi saya lihat anak muda jarang di facebook, lebih ada di instagram. Oleh karena itu saya mulai masuk ke



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

instagram. Di instagram terbatas untuk menjelaskan sesuatu, dikarenakan kalau dulu belum ada reels. Saya jadi masuk ke youtube untuk menjelaskan bikin video lebih panjang durasinya. Untuk yang video, tutorial, saya taro di youtube. Twitter juga ada tapi sudah tidak aktif. Tiktok juga sudah mulai baru 3 bulan terakhir. Tapi utamanya memang di instagram.

Peneliti : Untuk di tiktok apakah mendapat respons yang baik?

LL : So far baik. Cuma karena belum sebanyak instagram. Di tiktok viewersnya lebih banyak, tapi engagementnya lebih ada di instagram, karena followers saya lebih banyak di instagram.

Peneliti : Ada rencana kembali ke twitter?

LL : Baiklah nanti saya coba. Kalau twitter saya mikir kalimatnya terbatas, kalau mau ngetik mesti diirrit-irrit, disingkat-singkat. Itu yang mikir kayanya haduh lebih asik di instagram.

Peneliti : Konten seperti apa yang dibagikan?

LL : Karena saya trader, saya lebih banyak update tentang harga saham, karena dari followers dm menanyakan saham ini prospeknya gimana, supportnya gimana. Yang kedua, awareness tentang investasi. Karena banyak anak muda yang harus mulai melek, tidak konsumtif, dan mulai investasi. Itu yang menjadi passion, harus yang muda-muda mulai investasi. Kalau kita lihat media sosial, tiktok shop, itu kan spending, gimana kita ngimbangin itu, tentunya perlu ada edukasi tentang investasi. Tips-tips trading dan investasi.

Peneliti : Value utama yang diajarkan?

LL : Tagline saya salam semangat selalu. Artinya kaya sekarang market lg turun, emang susah buat semangat, tapi saya ngajak temen2 untuk yuk tetep semangat. Saya paling anti ngomong trading / investasi bikin cepet kaya. Karena saya tau bahwa itu ga instan, perlu proses. Saya ngajak temen2 untuk ini tuh proses. Kamu perlu loh untuk mengupgrade diri, ga bisa cuma liat2 / fomo / nyontek kanan kiri. Kalau mau panjang gabisa gitu jalannya. Saya ngajak mereka untuk belajar, upgrade diri, sadar bahwa ini tuh proses, kalau lari maraton, panjang. Jadi santai aja, yang penting finish. Memang capek tapi ya gapapa kalau mau istirahat dulu it's okay.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Apakah konten-konten yang dibagikan di media sosial itu buat sendiri?

LL : Buat sendiri. Proses kreatifnya biasanya saya lihat market lg butuh apa, temen-temen lg butuh apa. Kaya sekarang mungkin butuh untuk dikuatin, ditenangin. Saya lg bikin konten karena baru dapet berita ada yang bunuh diri karena luna (crypto). Tetep psikologi orang bisa kaya gitu. Saya ngingetin temen-temen jangan mikir pendek, tetep punya harapan. Berdasarkan kebutuhan, kebutuhan market apa. Kalau market perlu di warning, saya beri warning, tapi tipis-tipis. Karena kalau warningnya kenceng nanti pom-pom. Saya mau mereka tidak tergantung, tapi mereka belajar untuk mencerna, belajar jadi mandiri. Kalau semua-semua dikasih tau kan nanti tergantung sama saya. Jadi proses kreatifnya seperti itu. Dari dm banyak nanya saham ini gimana ya ci? Kalau saya jawab satu-satu capek, saya bilang saya jawab di ig ya. Nah saya posting untuk menjawab kebutuhan temen-temen. Proses kreatifnya ya kalau pas lg banyak warning yang harus diiniin, mau gamau saya sampe bikin list harus bikin a b c d.

Peneliti : Apakah ibu melihat impression, reach, dll?

LL : Jarang. Baru belakangan ini aja ngerti kalau ada insight. Karena ditanya sama brand, saya brand ambassador sekuritas. Baru saya melihat yang seperti itu.

Peneliti : Apakah ibu melakukan evaluasi terhadap kegiatan edukasi?

LL : Secara singkat, ya. Saya berusaha melihat dari insight itu, target market umur berapa, gendernya apa, kalau kebutuhan mereka di umur segini butuh apa. Bahasa dan analogi yang digunakan berusaha untuk bisa relate dengan target market.

Peneliti : Apakah ibu pernah melakukan kolaborasi?

LL : Kalau sampai mikir berarti belum pernah. Nulis buku bareng sama Ryan Filbert pernah, tahun 2015. Bikin konten kayanya belum pernah. Instagram live pernah sama ngerti saham. Influencer mesti lihat lg di instagram. Saya taruh di feeds supaya inget.

Peneliti : Apa tujuan kolaborasi tersebut?

LL : Kalau ryan filbert karena permintaan dari elexmedia. Waktu saya bawa naskah pertama saya ke elexmedia itu ditolak. Karena mereka melihat



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

belum ada potensi nilai jualnya. Naskahnya sulit, target marketnya susah, soalnya orang Indonesia gamau susah-susah, ini menurut orang elexmedia. Lalu yang paling penting, kamu tuh siapa? Waktu 2015 saya cuma trader biasa. Jadi mereka kasih jalan untuk coba kamu collab sama penulis mereka yang udah ada, yaitu Ryan Filbert.

Peneliti : Apakah influencer perlu memiliki kriteria tertentu?

LL : Perlu punya integritas. Perlu punya niat yang baik, yang tulus untuk generasi ke depan. Menurut saya yang paling penting itu. Dan tentunya kalau dia membagikan konten edukasi, dia harus punya ilmu atau sumber yang dia ingin bagikan itu harus yang benar, akademis, dan tidak menyesatkan.

Peneliti : Gimana cara investor melihat mana influencer yang niatnya baik dan tulus dan yang sebaliknya?

LL : Kalau yang tidak, ada udang di balik batu. Nanti keliatan ujungnya. Kalau punya niat baik yang tulus itu mungkin kata-katanya kurang enak didengar, tapi itu yang benar. Kalau kaya saya, “oh engga, kalau kamu mau cepat kaya ya bukan begini caranya”. Jadi tidak memberikan mimpi-mimpi indah, yang realistis aja, sesuai keadaan apa adanya. Walaupun itu bikin yang denger sulit. Atau kata-kata itu tidak bikin orang tertarik untuk following, gapapa, tapi memang itu kenyataannya. Kalau mau bikin tagline yang gampang diklik “cara mudah jadi kaya”, itu langsung banyak yang klik. yang memberikan janji surga. Kalau menurut saya yang punya niat baik adalah ngomong yang realistis, mungkin omongannya pedes, straight to the point, tapi sebenarnya niatnya baik. Supaya anak muda sadar kalau ini ga mudah, harus usaha.

Peneliti : Apakah berkaitan dengan sertifikasi/ lisensi di pasar modal?

LL : Baiknya bersertifikasi. Tapi mungkin kalau sertifikasi tentu ada biaya. Kalau misalnya orang mau dan mampu bersertifikasi, tapi setidaknya mereka mau membaca, itu aja, mau mencari sumber yang tepat untuk mendapatkan pengetahuan dan informasi. Sekarang mau yang males baca, ada youtube, at least cari lah informasi yang bagus. Harus memberikan waktu untuk riset. Paling dasar kan membaca, baca buku, ya baik. Mau



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

baca konten, ya berarti content creatornya bikin konten yang mudah didengar dan dibaca.

Sebenarnya saya ada podcast juga di spotify, tapi udah lama banget. Karena harus ngerjain sendiri saya pilih yang prioritas, yaitu instagram tiktok youtube. Saya seneng sih, dulu memang saya suka design, sebelum di saham kerjanya memang di design. Jadi pas design konten feeds, bukan jadi pekerjaan tapi memang itu kesenangan. Kebetulan 2-2nya seneng, designnya seneng, edukasinya seneng, sahamnya seneng.

Peneliti : Pernah merasa ada tuntutan untuk terus edukasi?

LL : Ngga sih ya.

Peneliti : Pandangan ibu mengenai peluang pemanfaat media sosial sebagai sarana edukasi?

LL : Saya bersyukur banget banyak temen2 baik pelaku, influencer, yang masuk juga ke media sosial untuk saling mengedukasi. Saya seneng liat bursa aktif banget bikin konten untuk mengedukasi. Kalo sendirian kan ga bisa, kalo rame2 saling mengedukasi. Karena jaman sekarang serba online, berasa lg ketika pandemi ga bisa keluar rumah. Tapi dari rumah kita bisa belajar kemana2. Waktu itu saya bikin kelas muridnya darimana2. Menurut saya media sosial itu dampaknya gede banget. Share yang bagus, dampaknya gede. Share yang buruk juga dampaknya gede. Jadi ini kaya tenaga, piso, superpower bisa digunain keren banget. Tinggal siapa sih yang menggunakan?

Peneliti : Siapa yang perlu menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi?

LL : Karena generasi yang paling baik untuk mulai investasi adalah anak muda, kayanya anak muda jaman sekarang punya media sosial. Jadi menurut saya yang pertama anak muda dulu. yang udah bisa buka rekening investasi anak 17 tahun. At least mereka dulu yang mencari informasi tentang investasi itu apa, terus kalo mau belajar analisis baik funda atau teknikal itu kemana, jadi informasinya ada. yang kedua ibu rumah tangga. Pekerjaan irt memang berat, apalagi kalo anaknya masih bayi, masih kecil. Tapi anak itu pasti gede. Jadi sayang kalo irt yang anaknya udah gede, udah banyak waktu luang, cuma menghabiskan waktu tidak produktif. Menurut



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

saya irt perlu mengupgrade diri dan informasinya tentang sekelilingnya. Ga mesti saham, tapi at least yang lebih produktif.

Peneliti : Gimana cara ibu mengoptimalkan peluang media sosial yang sangat besar?

LL : Dengan memberikan edukasi, menjawab kebutuhan mereka, mencoba untuk membangun engagement. Dengan menjawab kebutuhan, sebenarnya saya memperhatikan kamu, followers, netizen. Karena kalo tidak memperhatikan, saya tidak tau kebutuhan. Kaya sekarang, mereka mungkin merasa desperate, amit2 jangan mikir pendek. Mungkin perlu diingetin, caranya merasakan kebutuhan mereka, jadi teman. At least berusaha ngejawab dm, satu per satu. Ada yang curhat irt, saya berusaha untuk sebisanya empati. Kalo lg butuh dihibur, ya dihibur. Sekarang lg butuh ditenangkan. Jadi lebih sayang sebenarnya sama followers, kalo ga sayang mungkin apa ya.. Ga dari hati ngerjainnya, jadi berat ngerjain edukasi ini. Karena tulus jadi happy.

Peneliti : Konsep/ strategi edukasi yang efektif melalui media sosial?

LL : Efektif berarti kena. Saya mencoba untuk memberikan visual. Kalo orangnya visual, dikasih visual langsung ngerti. Makanya saya seneng instagram karena visual. Kalo twitter ga visual, kebanyakan words. Ga semua anak muda seneng words, lebih seneng video. Efektif itu pakai visual. Kaya misalkan kemarin, pas tangan saya kepotong, saya foto, pas market jatuh dalem. Terus saya inget dont catch the falling knife. Gimana sih caranya supaya orang2 itu ngerti, tunggu dulu. Karena banyak yang rush, kapan serok dll. Saya pengen bilang ga ada salahnya kita tunggu dulu. Saya kasih gambar itu pas jari saya kepotong. Supaya mereka dengan visual itu mengerti, kalo kamu dont catch the falling knife, besok bisa berdarah. Kamu cuma tau di pikiran, kalo udah liat piso kan iya loh berdarah. I hope mereka bisa liat market turun, tunggu dulu gapapa. Banyak yang dm ci saya harus gimana saya pemula, saya jawab wait. Tunggu, mau gimana lagi. Kalo pemula gatau apa2 ya tunggu dulu aja dulu, ga usah ngapa2in. Kalo saya visual, pake kata2 yang gampang, ga ribet untuk dimengerti.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Hal apa yang menjadi tolak ukur bahwa strategi tersebut efektif?

LL : Komen, likes. Kalo reels ada playback. Walau saya jarang liat insight per reels. Saya seneng reels karena bisa diisi lagu, lagu itu jiwa, nyanyian bagi jiwa. Jadi bisa menambahkan satu faktor untuk menyampaikan pesan yang saya mau sampaikan, tambahin lagu, itu satu. Kalo reels kita bisa lihat playback. Ga semua orang baca tapi likes. Kalo reels, kita lihat playback untuk datanya. Jadi disitu dilihat oh ternyata untuk konten2 saham yang lg hype, yang lg banyak bikin galau, atau yang lg happening yang paling sering ditanyain di dm, berarti ini nih yang harus dibikin kotennya.

Peneliti : Apa itu memperhatikan strategi edukasi yang ada di ojk dan bei?

LL : Saya taunya spm doang, ig live, itu aja yang saya tau. Lebih memperhatikan konten yang di instagram.

Peneliti : Saran strategi edukasi di media sosial untuk ojk dan bei?

LL : Saya belum cek apakah bursa pernah memberikan giveaway. Salah satu cara saya untuk menghibur, selebrasi, syukuran, mengungkapkan sayang sama followers itu saya bikin followers. Giveaway saya sebenarnya edukasi, mereka harus mikir. Salah satu cara untuk mereka belajar, kasih pertanyaan, kasih giveaway. Itu salah satu cara edukasi, buat mereka. Buat saya selebrasi. At least bisa menghibur mereka. Saya belum pernah scroll instagramnya bursa apakah pernah kasih giveaway, cara yang fun bisa begitu. Ig live bursa udah sering. Mengundang komunitas. 2018 dulu kita komunitas di undang ke bei, yang takjubnya seluruh komunitas di seluruh indonesia dibeliin tiket dan hotel oleh bursa. Itu bikin kita yang komunitas ngerasa kaya dipandang manusia, biasa kan kita kaya ikan teri. Saya sih dr jakarta, tdk menikmati hotel yang seperti itu, tapi saya takjub. Temen saya yang dr luar kota dikasih transport, diperlakukan kaya gitu.. Wah takjub. Berasa bursa deket sama kita. Sekarang cuma memantau dari jauh, dr social media.

Peneliti : Tergabung dalam komunitas?

LL : Saya waktu tulis buku, saya merasa harus memberikan wadah untuk temen2 para pembaca buku saya, kemana, waktu itu belum ada instagram. Saya belum pikir itu sbg sarana edukasi. Saya mulai bikin grup dan channel



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

telegram, fiboprincess. Di channel isinya berita, update, untuk informasi. Kalo grup untuk sharing, ngomong dua arah. Waktu itu kita diundang. Wah luar biasa sih diperlakukan gitu

Peneliti : Pandangan terhadap influencer yang tdk bertanggung jawab?

LL : Inget di dunia ini ada hukum karma.

Peneliti : Gimana cara menangkal para influencer yang tdk bertanggung jawab?

LL : Sebisa2nya memberikan jawaban atau konten yang benar, misalnya ada investasi bodong, ya saya kasih tau yang ga bodong begini. Cuma tinggal netizen2nya pintar2 untuk memilih. Saya kasih tau yang baik kaya gini, walaupun tdk menarik untuk kamu, tdk bikin kamu cepet kaya, tapi ini yang bener.

Peneliti : Saran untuk ojk dan bei terhadap fenomena investasi bodong?

LL : Pengennya berharap tdk terulang, kenapa terulang2 terus dr jaman dulu. Berikan ganjaran yang bikin melintir. Dgn adanya sosial media, pelaku ditangkep, yang jaman dulu ga ketangkep. Saya berharap mungkin bisa lebih aktif ngasih tau daftar2 investasi yang bener kaya apa, ciri2nya kaya apa, sosialisasi lebih fun cara ngasih taunya. Saya lebih mikir netizen2nya, bagaimana caranya nyelametin mereka. Kalo ojk mungkin ngasih ganjaran, harus lebih ngerti, lebih sayang sama netizen, lebih punya hati.

Peneliti : Tantangan / hambatan dr internal selama mengedukasi?

LL : Kalo pas lg ga ada ide, paling tantangannya itu. Atau lagi burnout, terlalu banyak hal yang dikerjakan selama bersamaan, nah itu saya biasanya ngambil waktu untuk slow down. Biasanya hanya itu. Mungkin kerjaan sebagai irt lagi menumpuk, kelas lagi banyak, pokoknya lg sibuk. Biasanya kalo itu terus berlangsung dlm jangka waktu lama, itu jadi burnout, biasanya saya cuti tipis. Kalo weekends, maksimalkan diri untuk istirahat, untuk me time. Di story kalo weekend agak sedikit. Supaya bisa tetep balance dan refresh. Ketika ingin melayani temen2 netizen sayanya sendiri udah sehat dulu, kalo lagi sakit mana bisa melayani. Kalo kita ga bahagia gimana mau membahagiakan orang lain, jadi saya harus menjaga mood, kesehatan dan kewarasan supaya bisa sharing ke temen2.

Peneliti : Tantangan eksternal?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LL : Respons negatif ada. Tahun lalu saya foto nama sertifikat csa, saya upload ke instagram. Dipakai sama pihak lain untuk mengumpulkan dana. Mereka pakai nama saya, foto, bikin grup telegram kaya gitu. Disalahgunakan. Itu satu hal yang bikin saya sedih, kok bisa kaya gitu. Sejak kejadian itu logo linda lee berubah. Jadi ya maksudnya kita pengen tulus, tapi ada orang yang make itu untuk menjerat orang lain, dan itu untuk keuntungan dirinya sendiri. Buat saya sedih dan ga habis pikir. Yang lainnya, kalo dengan influencer lain saya kurang bergaul dgn influencer yang baru2, cuma tau2 aja. Karena keterbatasan waktu, karena irt, jarang hang out, tapi ga ada isu apa2. Cuma kurang bergaul.

Peneliti : Pencapaian apa yang sudah didapatkan dr edukasi?

LL : Pastinya senang ada orang2 yang mau meluangkan waktu untuk belajar, mengupgrade diri. Kalo melihat mereka yang pernah belajar, ada yang dari ga ngerti, sampe ngerti. Ada yang sudah tua, umur 60, walaupun pelan banget tapi akhirnya bisa. Itu kepuasan saya disitu. Melihat perubahan, dari yang tadi salah2, sekarang ada peningkatan, at least ada perubahan. Hal yang saya ga pernah bayangkan dr edukasi, ternyata bisa membantu orang lain. Kalo saya buka kelas, ada berbayar, itu diterima ke saya udah biasa. Saya ga nyangka disaat saya sedang mencari donasi, temen2 di sosial media, di grup mau loh menjadi donatur, saya kasih ilmu ke mereka. Satu hal yang bikin saya terharu. Waktu pertama kali saya ngadain itu, saya nangis berapa minggu. Ternyata masih ada orang baik. Saya irt, hanya membagikan ilmu yang saya suka, saya bisa mendapatkan pengalaman batin. Kaya bukan cuma ukurannya uang, tapi bisa kaya gitu. Bukan uang, karena uangnya ga saya terima, untuk orang lain.

Peneliti : Self assessment?

LL : Kontennya bertumbuh dari yang dulu masih meraba2, sekarang lebih mengerti kebutuhan temen2. Berusaha untuk tetap konsisten buat diary ihsg, itu terus terang dr market crash pandemi tahun 2020. Ini 2022. Sebelum itu saya konsisten sharing pagi di telegram. Terus konsisten berbagi.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Rencana ke depan?

LL : Belum ada rencana, jadi hanya berusaha untuk melakukan yang sedang dilakukan dgn cara yang lebih baik lagi. Jadi saya baru jadi official creator tiktok. Sempet diedukasi sm tiktok, disitu saya jadi tau ternyata harus begini. Saya mau menerapkan ilmu2 yang baru didapat untuk bisa menyampaikan konten edukasi yang lebih mudah diterima, lebih mudah diingat untuk temen2. Yang lain2 belum kepikiran mau bikin apa2.

### Responden 2: FS

Peneliti : Perkenalan

FS : Saya masih kuliah S2 manajemen bisnis di ipb, ambil pendalaman manajemen keuangan. Selain itu saya membangun salah satu platform edukasi, kuliah saham. Di kuliah saham saya sbg leader untuk ngelead temen2 di kuliah saham, membuat konten edukasi, kelas, dsb untuk sharing kpd temen2 kita terkait investasi saham dan pasar modal. Aktif juga di beberapa organisasi untuk menopang jejaring dan knowledge saya. Himpunan alumni ipb, badan otonom di himpunan / ha ipb, perkumpulan bisnis → alumni2 yang berbisnis.

Peneliti : Sudah brp lama investasi?

FS : Kenal investasi saham di semester 1 pas S1. Saya plg ke jambi ada kegiatan alumni sma, kegiatannya di gedung bei cabang jambi. Saya ikut spm. Kemudian saya buka rekening efek awal 2017. Awalnya sudah cukup tau terkait investasi, dari buku2 yang saya baca mayoritas orang2 kaya di dunia punya paper asset. Karena saya jurusan teknik s1, kurang edukasi saham, kebetulan waktu itu dipertemukan dengan acara tersebut Akhirnya saya juga bisa semakin memperdalam apa namanya rasa penasaran saya sekaligus saya juga belajar walaupun kalau bicara dari edukasi pasar modal masih sedikit banget untuk bisa menopang, Setelah itu saya beli buku, ikut workshop, baca-baca website dan sebagainya dari 2017 pertama kali mulai investasi saham. Perjalanan itu sambil kuliah ya. Sambil kuliah jadi memang lebih ke arah pasif ya lebih karena investasi jangka panjang, sama apa ya lupa ya perusahaan matahari departement store itu cukup ramai juga



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

diperdagangkan. Perusahaan Garuda sebenarnya itu bukan perusahaan yang bagus tapi karena belum tahu analisis fundamental dan teknikal waktu itu. Dari perjalanan itu saya terus belajar Terus mau evaluasi, Sambil kuliah akhirnya Banyak teman-teman saya ya yang tertarik karena di kelas saya sering aktif ngelihat Pergerakan harga. karena saya jurusan Teknik kok Ini anak beda banget yang lain baca-baca buku teknik, ini anak baca buku Tentang bisnis atau investasi kayak gitu.

Singkat cerita perjalanan itu di tingkat 3, Saya mulai tekuni lagi, itu udah mau tingkat akhir lah ya. Karena kalau di IPB tingkat 1 sampai tingkat 2 itu jadwalnya padat banget, tahap persiapan. Jadi nggak bisa terlalu aktif di dunia saham waktu itu. Di tingkat 3 Karena saya rasa agak luang, Dan saya juga waktu itu sudah banyak demisioner Dari beberapa organisasi seperti BEM dan lain sebagainya, Saya mulai mendalami lagi tentang trading mungkin disekitar 2018-2019. Kemudian dari situ teman-teman saya mulai banyak yang tertarik Tentang saham, minta ajarin dan lain sebagainya. Awal mula kuliah saham terbentuk dari sana, 2019 saya diminta untuk mengisi karena kalau anak-anak teknik Kalau mau ujian Belajar bareng Biasanya di kos-kosan. Di mata kuliah terakhir akhirnya ada teman saya yang minta Ayo ajarin saham. Akhirnya saya tepati saya ajarkan. Dari sekian banyak yang mau belajar saham di kelas Waktu itu malam hari kita tentuin satu kos-kosan dimana kita belajar bareng. Ada yang datang tapi enggak sampai setengah dari yang mau, Saya sharing dari ilmu yang saya punya pengalaman saya ya tapi karena waktunya juga terbatas Akhirnya saya bagikan juga beberapa ebook untuk mereka. Beberapa hari kemudian saya cek teman-teman saya, gimana materi dan buku yang saya bagikan, Ada pertanyaan kah atau apa. Mayoritas dari yang ikut nggak ada yang baca Dan nggak ada yang bertanya lagi Padahal mereka tertarik. Hal itu menjadi salah satu latar belakang Kenapa kuliah saham terbentuk. Literasi membaca di Indonesia masih sangat kurang. Orang-orang pengen instan pengen secara cepat, Akhirnya saya analisa mereka tuh gak ngabisin waktu ke mana. Saya liat 2020 sosial media Instagram tuh naik banget. Waktu itu teman saya yang di jurusan lain



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berbagi mengenai desain Grafis melalui Instagram, kebetulan waktu itu rame. Dan akhirnya saya connect bahwa waktu itu orang-orang nongkrongnya udah bukan lagi tongkrongan Handphonenya masing-masing, di tongkrongan pun pada buka HP masing-masing. Akhirnya saya mencoba mengikuti jejak itu. Kalau kuliah saham dibentuk dalam buku yang tebal yang isinya tulisan semua Itu nggak akan ada yang berminat. Padahal ada keinginan tapi karena balik lagi berat untuk membuka buku baca satu paragraf ke paragraf Akhirnya saya menemukan metode lewat Instagram yaitu melalui carousel. cukup mudah diterima Akhirnya saya mulai pertama kali di Instagram saya. ya saya bikin di akun Instagram pribadi dasar-dasar investasi saham. karena di kondisi-kondisi seperti itu itu ada aja yang kaya ajarin saham dong. permasalahannya adalah kita sudah ajarin tapi mereka lupa lagi lupa lagi karena mereka nggak konsisten untuk belajar. Nah kalau ada yang tanya tanya lagi saya tinggal forward yang ada di Instagram pribadi saya. ini lho yang kamu tanyain ini jawabannya. Saya mulai dari Instagram saya lama-lama Saya mikir jelek nih feeds saya. jadi saya buat Instagram baru karena saya juga nggak mau kuliah saham tuh identitasnya jadi di saya gitu. saya pengennya ini edukasi untuk bersama nggak terpatok pada diri saya sendiri jadi saya buat kuliah saham. Kenapa kuliah saham? karena waktu itu sekolah pasar modal udah ada, dan Saya mikir investasi itu belum bisa untuk anak dibawah 17 tahun karena dari segi main saat belum ada belum bisa bikin rekening investasi juga. jadi bisa dimulai ketika kuliah yang udah lebih siap. logonya waktu itu pertama burung hantu. Waktu itu saya bikin mulai dari nol sampai 6 desain akhirnya ngerasa capek dan saya rekrut orang baru untuk mendesain. saya buat konten nya dia buat desain nya. Alhamdulillah dari situ banyak yang suka tapi banyak juga Tantangannya.

Sampai sekarang kita masih terus mencoba untuk konsisten membuat edukasi di Instagram dalam bentuk konten edukasi setiap hari minimal satu. karena saya nggak lihat orang-orang di Indonesia nongkrongnya udah di sosial media jadi sayang banget kalau misalkan tontonannya Hanya sifat hiburan atau joget-joget, Kenapa nggak kita kasih edukasi.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Mas ngeliat peluang edukasi saham bakal maju kedepannya. Kuliah saham fokus di instagram/ platform lain?

FS : Sebenarnya saya di awal nothing to lose. Tambah salah satu amalan aja, Memang enggak terlalu diniatin untuk bisnis awal soalnya. Tujuannya untuk teman-teman saya yang mau belajar, saya kasih dalam bentuk konten edukasi sekaligus Saya mau asah kemampuan diri saya untuk membuat konten yang mudah dipahami. saya juga melihat perkembangan banyak konten kreator di sosial media bisa berkembang dengan sangat cepat dan saya tertarik juga. saya challenge diri saya. kalau mereka ngebahas Ini aja bisa kenapa edukasi tentang saham Masa nggak bisa, kan pasti bisa viral. saya pelajari juga waktu itu gimana cara membuat konten, algoritma Instagram bekerja, akhirnya itu yang membuat bertumbuh untuk saat ini. untuk kuliah saham sendiri fokusnya masih di Instagram, Kita sebenarnya nggak pengen cuma ada di Instagram karena sayang banget. kita coba bangun di tiktok walaupun ga serame di Instagram. kita ada website ide untuk teman-teman yang mau bergabung dalam bentuk member atau anggota, yang mau belajar juga ada. di website log in, mau belajar gratisnya juga ada. grup telegram ada kalau misalkan mau jadi member berbayar juga ada.

Peneliti : Konten seperti apa yang dibagikan?

FS : Kalau di Instagram saya tipikal orang yang sistematis. kalau dulu saya buat kategorisasi atau konten pilar. baik dalam bentuk psikologi atau mindset berinvestasi Mengatur keuangan terkait biografi orang-orang sukses di dunia bisnis dan investasi atau juga berita terkait ekonomi terbaru atau cara menganalisa saham baik secara fundamental ataupun teknikal. jadi memang ada beberapa konten pilar atau kategorisasi konten yang pasti kalau bicara secara umum kuliah saham Membahas tentang mindset untuk investasi di dunia saham. personal Finance cara mengatur keuangan. lebih ke arah mindset.

Peneliti : Konten yang banyak disukai?

FS : Di kondisi sekarang di tim Lagi mencari Tantangan untuk mencari jati diri kuliah saham. kalau dulu lebih ke arah tips and tricks. Dari insight



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang paling tertinggi paling disukai itu itu biasanya terkait biografi tokoh misalkan pak lkh yang lagi berinvestasi di mana, itu kita bahas Bagaimana beliau bisa sukses Bagaimana bisa menghadapi kegagalan kegagalannya yang berbaur tokoh lumayan disukai. terkait fakta-fakta di dunia pasar modal, terkait teknis-teknis dalam berinvestasi atau membaca laporan keuangan itu biasanya sangat disukai oleh para followers kuliah saham.

Peneliti : Value utama yang diajarkan apa dikampanyekan?

FS : Dari tagline belajar saham dari awal sampai paham. Bagaimana bisa para pemula atau orang awan yang sama sekali nggak kenal investasi, yang awalnya takut untuk berinvestasi, yang awalnya masih ih dihantui oleh momok momok negatif tentang investasi, lebih Mengenal investasi dan memulai investasi dari dasar. kita memang fokusnya untuk pemula. Kita jadi semacam gerbang awal Bagi orang-orang yang mau belajar tentang saham itu bisa terbuka dalam artian bisa melihat dari sudut pandang yang lebih objektif tentang bagaimana cara investasi investasi itu apa risikonya apa cara memulainya seperti apa, jadi fokusnya lebih ke pemula, dari yang belum kenal menjadi kenal dan bisa nyaman dalam berinvestasi. dan mindsetnya kita ajarkan Prosesnya dan ke arah fakta yang sebenarnya.

Peneliti : Bagaimana proses kreatifnya?

FS : Kebetulan sekarang sudah ada tim saya pribadi enggak fokus untuk megang desain. saya pribadi riset Apa yang sedang ramai saat ini, arah anginnya ke arah mana, Ini loh yang lagi rame yang lagi sering dibicarakan orang. kemudian saya share ke tim untuk mereka jadikan konten edukasi. Nanti tim saya yang akan mencari sumber sumbernya. Misalkan dari KKN Desa penari kita bisa ambil berapa pendapatan mereka, atau dari tokohnya hal apa aja yang bisa kita ambil atau kita hubungkan dengan para tipikal investor atau Trader. Jadi memang timnya tuh sudah ke arah sana ada yang fokus ke desain grafis dan sekarang sudah ada yang untuk video. Kemudian untuk bagian Story juga ada. pertama fokus membuat desain grafis, kedua Sebagai video, ketiga untuk instastory, ke empat admin untuk Bales dm.

Peneliti : Apakah melakukan evaluasi?





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

FS : Pasti. Sebenarnya ini adalah tim kedua, Tahun 2021 ada 3 orang saya, istri dan satu lagi, yang mengevaluasi saya sendiri reachnya berapa, konten mana yang paling disukai dan lain sebagainya. dari situlah kita evaluasi Oh ternyata konten pilar ini masih bisa dipertahankan, atau kita coba cari konten pilar baru. semenjak saya punya tim baru saya mulai evaluasi bareng-bareng. di kuliah saham evaluasi 3 bulanan entah itu kita ke Puncak nyewa villa ke Bandung. saya Sekarang fokusin diri saya Dan Alhamdulillah sekarang udah bentuk PT dan Sekarang kita lagi usahakan kuliah saham untuk tetap sustain. jadi evaluasi harian itu ada ada misalnya saya lagi lihat yang menarik, tapi yang kita jadwalkan memang evaluasi bulanan dan kuartalan.

Peneliti : Gimana cara meningkatkan insight?

FS : Dievaluasi tentu banyak masukan dari tim khususnya atau dari admin misalkan ada masukan dari followers nah itu yang akan kita jadikan diskusi untuk evaluasi. kalau untuk mengeksekusinya balik lagi lagi apa evaluasi yang kita dapatkan dari pertemuan itu. misalkan di awal 2022 kita sepekat karena algoritmanya berubah Dulu konten-konten di carrossel masih ramai ternyata sekarang Instagram itu mengeluarkan reels. berarti evaluasinya kita harus mencoba beradaptasi, si dulu kita sering bikin konten desain grafis sekarang kita harus bikin dalam bentuk video. makanya waktu itu kita hire talent untuk bisa bikin konten tiktok atau Tik Tok tadi. evaluasi kita jadi memang berdasarkan kondisi terkini.

Di Instagram ini kita tidak bisa memaksakan kan katanya harus viral, tapi kita harus ngikutin ke mana sih arah anginnya Orang sukanya apa kemana arah algoritmanya, itu yang coba kita pelajari dan kita terus beradaptasi jadi sampai sekarang kita masih mencoba-coba formula mana yang paling OK.

Peneliti : Metode/ strategi edukasi lain?

FS : Sedikit nambah yang sebelumnya, kompetitor tuh nambah banget di pasar modal atau di dunia keuangan. Sampai detik ini setiap hari terus bertambah. terkait penipuan nya juga semakin bertambah investasi-investasi bodong



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan lain sebagainya. sebenarnya itu jadi tantangan juga untuk kita di kuliah saham.

Metode lain yang kita lakukan paling dengan kelas yang kita adakan melalui Zoom. sekarang sekitar 2 bulan sekali misalkan teman-teman ada yang pengen belajar secara Zoom kayak mentoring, kita buka untuk kelas pemula. Bentuknya kayak kuliah 2-2.5 jam setiap pertemuan selama 4 pertemuan, kemudian kita adakan kuis setiap pertemuan. jadi selesai kelas ada mini kuis. ada simulasinya juga jadi sebelum mereka benar-benar Buka akun sekuritas Ril, kita kasih metode demonstrasi secara virtual selama seminggu. kita kasih challenge untuk teman-teman yang gainnya paling tinggi selama seminggu kita kasih reward.

Selain itu komunitas dalam bentuk Whatsapp juga kita lakukan. Kalau misalkan ada yang bertanya mau diskusi itu komunitasnya masih kita jaga. Kalau membership kita sediakan e-course dan materi untuk mereka belajar juga. membership ini untuk orang yang udah mulai trading atau investasi, mereka Butuh tambahan referensi kita bantu sediakan analisa. Kita nggak jual signal tapi kita memberikan analisa setiap harinya. saham-saham mana yang secara teknikal lagi bagus untuk trading jangka pendek. kita sediakan stockpic untuk investasi saham mana yang Oke secara valuasi masih murah dan lain-lain.

Peneliti : Tantangan internal yang dihadapi?

FS : Pertama Bagaimana bisa terus beradaptasi, karena kalau enggak bisa beradaptasi kita akan hilang atau mati. Bagaimana layanan kita bisa dinikmati oleh banyak orang, Bagaimana kita bisa memberikan suatu kenyamanan dalam bentuk konten. Setiap hari saya menekankan kepada tim Bagaimana kita bisa terus mengupgrade diri, knowledge kita.

Yang kedua adalah semakin banyak orang yang berinvestasi di pasar modal Semakin jadi Tantangan untuk kita gimana bisa mengedukasi mereka. karena banyak orang yang tiba-tiba terjun ke crypto karena mikirnya investasi itu menghasilkan kekayaan dengan cepat, Nah itu jadi tantangan buat kita gimana kita bisa mengedukasi mereka lebih jauh.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kemudian tantangan dari segi kompetitor yang menjiplak konten-konten kita, Jadi kita harus membuat suatu originalitas / value proposition dibandingkan para kompetitor.

Peneliti : Tindakan yang dilakukan untuk orang yang menjiplak jera?

FS : Ini tantangan yang sangat besar di era sekarang karena semua orang bisa membuat apa yang kita buat. jadi bicara konten dan sebagainya Bagaimana kita bisa menjadi yang pertama. Karena sekarang Semua orang punya ide dan bagaimana kita eksekusi ide yang kita punya sebelum diambil orang. Kenapa kita mengeluarkan program membership, karena kalau misalkan kelas itu ada aja materi kita yang dijual di shopee di Tokopedia. materi kan sifatnya statis nggak jauh jauh berbeda baling kita update dengan hal-hal terbaru. Nah makanya kita bikin membership karena analisa itu sifatnya enggak bisa dijiplak, terus berubah. itu yang jadi solusi dari segi produk dan konten. Dari segi konten gimana kita bisa membuat hal-hal baru dan kita pertama posting. Karena di era sekarang enggak bisa dibatasi, kecuali menjiplak yang memang sama persis dengan nama akun yang sama. itu jarang tapi adalah di telegram yang mengatasnamakan kita untuk titip dana. Itu jadi salah satu tantangan kita untuk memberitahu yang mana yang benar.

Untuk yang di telegram saya sering tegur saya sering ceramahin, cuma kembali lagi masih ada aja yang terus membuat akun yang lagi. Pada akhirnya kita capek sendiri. Akhirnya kita cuma kasih tahu ke followers followers kita bahwa itu bukan kuliah saham. Makanya balik lagi ke tujuan awal kuliah saham kita mau benerin mindset supaya nggak ada lagi yang kayak gini gini. Minimal mindset investor kita udah bener ya mereka pasti bisa memilih mana yang benar mana yang salah. Kalau efek Jera kita nggak lakukan karena diluar kapabilitas kita untuk mengetahui mereka itu siapa letaknya dimana dan lain sebagainya.

Peneliti : Bagaimana pandangan terhadap peluang pemanfaatan media sosial?

FS : Masih sangat terbuka lebar untuk Instagram Tik Tok ataupun media sosial lain. ini jadi salah satu peluang besar untuk para edukator untuk bisa memanfaatkan hal ini untuk memberikan edukasi. karena balik lagi yang



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

di awal saya bilang sayang banget social media diisi dengan hal-hal yang sifatnya hiburan saja yang tidak memberikan penambahan wawasan. ibarat dua mata pedang Kalau kita gunakan untuk kebaikan ini akan sangat baik, Kalau untuk jahat pun bisa nipu dan lain sebagainya. Kalau bicara peluang saya lihat masih sangat terbuka lebar, masih Bisa bertumbuh untuk para influencer dan edukator investasi atau pasar modal khususnya untuk bisa memberikan edukasi atau sharing di sosial media.

Peneliti : Bagaimana cara mengoptimalkan peluang?

FS : Untuk kita bisa mengoptimalkan, Bagaimana kita bisa peka dengan perubahan, Bagaimana kita bisa menangkap Apa keinginan pasar, Apa yang orang-orang sedang suka. poinnya ketika kita berkecimpung di media sosial yaitu kreativitas, Bagaimana kita bisa menciptakan hal-hal yang terbaru dan bisa peka terhadap perubahan. ketika ada perubahan dari internal Instagram ataupun dari external itu kita harus bisa beradaptasi.

Peneliti : Bagaimana pandangan terhadap influencer yang muncul?

FS : Saya pribadi bersyukur karena semakin banyak orang-orang yang mau berbagi di media sosial. Di satu sisi saya juga prihatin karena banyak yang memanfaatkan dengan cara instan. orang mau jadi influencer yang cepat tumbuh dengan cara menggunakan bahasa-bahasa yang menurut saya bisa menjadi hal-hal negatif. misalkan menggunakan bahasa-bahasa yang tidak sesuai, misalkan dijamin cuan 100% dijamin kaya. itu kan penipuan. Kalau kita ingin mengedukasi orang kita harus menggunakan bahasa-bahasa untuk mengedukasi.

Teman-teman juga harus tahu Mungkin dari 100 influencer yang baru hanya satu Yang berhasil ataupun yang tumbuh. Nah ini bisa jadi pertimbangan untuk orang-orang yang berpikir bahwa jalur ini mudah. yang sesungguhnya saya pun di kuliah saham mungkin bisa dibilang lumayan besar karena tadi saya mulai di awal di saat orang-orang belum terlalu banyak. Perjalanan saya juga nggak mudah di bulan ketiga itu benar-benar tidak ada followers nambah. tapi balik lagi ke value teman-teman kalau misalkan niat awal memang mau cari duit mending nggak usah karena sulit dan sifatnya gambling. Ketika saya membuat kuliah saham



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

banyak teman-teman saya yang niru bangun abcd, tapi karena tujuan mereka hanya untuk uang ya banyak juga yang menyerah karena capek dan belum tentu berhasil. jadi kembali lagi untuk teman-teman yang punya value atau keinginan untuk mengedukasi silakan untuk meramaikan untuk jadi influencer. Tapi kalau hanya untuk uang itu berat apalagi ketika kita punya kesibukan yang lain.

Pandangan saya terhadap influencer yang muncul objektif saja, jangan membodohi masyarakat. karena banyak juga masyarakat Indonesia yang ingin instan akhirnya influencer terpancing untuk membuat konten dengan kata-kata yang tidak seharusnya yang memancing. kemarin juga lumayan rame, flexing, foto sama siapa dijadiin bahan pamer Oh dia main ntar saya. Flexing menunjukkan kekayaan yang sebenarnya bukan milik dia. ada juga yang merasa dirinya didewakan oleh suatu mentor akhirnya dia menyombongkan diri.

Jadi untuk influencer harus tetap humble.

Peneliti : Apakah pernah melakukan kolaborasi?

FS : Belum karena kita menjaga independensi, Termasuk untuk endorse. kita berusaha menyampaikan lebih ke arah objektif. contohnya sekuritas mau promosi fiturnya saya juga tetap objektif enggak yang kita didikte langsung. Kalau ada iklan atau endorse kita pasti sampaikan kan kita nggak mau bentuk kontennya langsung hard selling atau jualan. tapi kita kasih tahu secara umumnya Seperti apa lebih objektif. kalau kolaborasi dengan influencer lain mungkin bentuknya dengan mengisi kelas itu sering kita lakukan. Misalnya dari kitabisa.com atau dari influencer atau dari universitas mana kita open open aja. kalau ada influencer lain ngajak kita isi kelas atau konten kita open.

Peneliti : Influencer yang pernah kolaborasi dan apa tujuan kolaborasi?

FS : Saya lupa, apa yang saya ingat paling sharing live Instagram. kita juga selektif karena kalau kita iya kan semuanya kita kewalahan. memang yang secara value sama itu yang kita ajak atau kita terima untuk kolaborasi. tapi kalau kolaborasi yang secara berkepanjangan itu belum ada.

Peneliti : Pandangan mengenai kolaborasi antar sesama influencer?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

FS : Kalau bicara kolaborasi pasti sifatnya positif. apalagi untuk membangun edukasi di bidang pasar modal ini sangat positif. saya lihat banyak influencer yang mereka saling kolaborasi ngasih konten bareng ngisi kelas bareng menurut saya ini positif banget. misalkan followers a a bisa tahu juga ilmu dari followers B, followers influencer B bisa tahu sudut pandang baru dari influencer a. Dan mereka bisa saling diskusi menambah wawasan dan punya lebih banyak referensi.

Peneliti : Apakah influencer perlu memiliki kualifikasi tertentu?

FS : Semua orang sebenarnya bisa jadi influencer. kalau memang mereka punya value. kita lihat orang-orang yang pernah viral itu mereka punya value, hal2 yang unik. Tapi ingat jangan untuk hal-hal yang negatif. Jadi kalau bicara kualifikasi agak berat untuk bisa mengkualifikasikan hal itu. Semua orang bisa jadi influencer selama dia punya value.

Peneliti : Apakah punya lisensi dan sertifikasi?

FS : Di bidang pasar modal saya ikut CSA sama RTA. kalau di Keuangan saya punya QWP. Sebenarnya ini nggak wajib, takutnya temen-temen yang mau jadi influencer berpikiran bahwa ini wajib. Tapi kita punya pengalaman kita bisa sharing, mungkin sertifikasi atau lisensi ini suatu hal yang positif yang bisa kita ambil karena tentunya pertama nambah wawasan, Yang kedua kita bisa ketemu mentor-mentor hebat dan nambah jejaring dan ini adalah sesuatu hal yang positif. Tapi ini nggak wajib. Ini sangat menopang karena saya pribadi juga merasakan dampak positif dengan adanya kualifikasi ini saya punya wawasan lain, saya punya referensi lain, saya Punya jejaring yang lebih luas.

Peneliti : Apakah memperhatikan strategi edukasi bei dan ojk?

FS : Sejujurnya nggak. enggak terlalu memperhatikan, Yang saya tahu edukasi yang mereka lakukan adalah sekolah pasar modal dengan bekerjasama dengan sekuritas. di luar itu saya nggak terlalu ngikutin dan nggak terlalu dapat informasinya.

Peneliti : Saran untuk strategi edukasi bei?

FS : Penting banget sebagai regulator dan pelaksana untuk bisa memantau bagaimana influencer influencer, Karena ibaratnya mereka adalah tangan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pertama yang mengawali bagi para orang yang gak tahu tentang saham untuk masuk ke dunia pasar modal ataupun keuangan. Penting untuk Bei dan OJK untuk bisa merangkul Para influencer di pasar modal ini Untuk bisa mengarahkan ini loh yang seharusnya dibagikan, ini yang harus dihindari dan lain sebagainya. menurut saya lumayan ada gap. Sebenarnya bukan gap lagi, kayak nggak ada keterikatan, siapa pun gak ada sangkut paut dengan bursa dan ojk. Saya berharap Bei dan OJK bisa merangkul para influencer tadi, menyamakan value nya supaya tidak ada lagi yang keliru supaya bahasa-bahasa yang dibagikan kepada masyarakat hal-hal yang sifatnya positif, hal-hal yang sifatnya bisa dibenarkan secara legalitas juga. Bei Juga punya ranahnya masing-masing, punya Sosial media masing-masing untuk menambah terdampak kan itu bisa juga. saya lihat sekarang sekuritas juga itu strategi yang digunakan. tahun 2020 Lalu ada sekuritas yang merangkul semua influencer yang ada di pasar modal, Dikumpulkan di satu tempat. sekarang juga ada sekuritas itu. mereka mengumpulkan Para investor pasar modal ataupun para praktisi untuk memberikan entah itu promosi daripada aplikasi mereka ataupun untuk mengajak followers dari Instagram influencer untuk join. dari situ sebenarnya kita bisa ambil ilmu, Kenapa nggak langsung dari bursa nya yang melakukan hal itu karena kepentingannya sama saja adalah menjaga Bagaimana rantai pasok di Bursa ini terjaga dengan baik, Bagaimana investor di pasar modal juga punya edukasi yang benar supaya yang negatif-negatif mulai berkurang.

Peneliti : Gimana keterikatan yang diharapkan?

FS : Bukan keterikatan dalam artian kerja, mungkin lebih kearah ada satu bentuk pertemuan atau satu bentuk perhatian supaya kita sebagai influencer merasakan bahwa kita juga dilihat oleh bursa dan diajak Untuk mengedukasi Para investor jadi menambah beban moril kita sebagai influencer. Karena sekarang influencer ya udah bebas aja, mereka ngepom pom. saya sebenarnya agak prihatin dan bingung dengan kebijakan-kebijakan di Bursa, banyak yang secara kasat mata pompompom terjadi di Bursa tapi kalau dari tanggapan bursa sendiri menurut saya enggak ada



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang tegas, ini tuh harus diberantas dan lain sebagainya. kalau Kita lihat sebenarnya pom-pom itu enggak boleh. nah itu jadi Tantangan untuk kita semua. itu sebenarnya bukan ranahnya saya bukan kapabilitasnya saya, saya untuk bagaimana Edukasi terutama untuk pemula, membenarkan mindset mereka Supaya tidak tertipu ataupun termakan hal-hal negatif seperti pom-pom dan lain sebagainya. pom pom pom pom di pasar modal ini sangat rancu sebenarnya, mereka kan biasanya disclaimer on dsb. Tujuan saya disini adalah minimal saya bisa menjelaskan kepada pemula risikonya ini ini reward ya ini ini, supaya mereka tahu.

Peneliti : Saran kegiatan edukasi bei untuk meminimalisir kejahatan di medsos

FS : Menurut saya sejauh ini sudah baik, saya nggak bilang jelek juga karena saya tidak tahu secara detail Apa yang dilakukan oleh bursa dan ojk. Yang saya tahu bursa juga aktif di media sosialnya, sekolah pasar modal juga sangat berdampak bagi para pemula dan dilakukan hampir di seluruh cabang Bursa Efek Indonesia. menurut saya ini bagaimana bisa sustain dan berdampak and yaitu tersebar luas. karena kan bekerja sama dengan sekuritas, sekuritasnya itu yang mempromosikan dan membagikan edukasinya. tapi lebih ke arah pertahankan apa yang sudah ada dan lebih diperluas lagi.

Peneliti : Bagaimana konsep strategi yang efektif melalui medsos?

FS : Sosial media memberikan kita tools, bisa dalam bentuk feeds, insta story. Kembali kepada bagaimana kita menterjemahkan apa yang ingin kita sampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami, relevan dengan kondisi sekarang. entah itu dalam bentuk feeds, single image, carousel, story, ataupun video. Itu semua bisa dimanfaatkan sebenarnya, pr-nya adalah bagaimana kita bisa menterjemahkan dengan bahasa yang mudah, bahasa yang nyaman, yang Relevan dengan kondisi sekarang.

Peneliti : Tolak ukur yang mengatakan strategi tsb efektif?

FS : Ini tantangan juga karena menilainya susah. kita nggak tahu Setelah konten edukasi kita sebarluaskan responsnya seperti apa. karena kita nggak bisa kasih self-assessment sendiri ke mereka. kita juga nggak tahu siapa aja yang liat, ya kita bisa tahu berapa yang like reaksinya kita bisa





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tahu. tapi untuk after itu sulit, sulit untuk bisa mendeteksi Gimana hasil dari konten yang kita bagikan dan yang mereka dapatkan. yang dilakukan ada dalam Bentuk survei, Bagaimana manfaat yang didapatkan kan, atau penelitian-penelitian seperti ini sebenarnya bisa menjadi referensi bagi para educator, Oh ternyata harusnya seperti ini. karena kita juga di sosial media juga nggak yang sampai pada tahap terakhir, sampai Mengevaluasi bagi para viewers seperti apa. Paling kita melihat dari sisi komentar & DM. mengukurnya agak sulit untuk after Daripada itu.

Peneliti : Self assesment kuliah saham

FS : Sebenarnya agak sulit ya karena menilai diri sendiri lebih sulit Dibandingkan menilai orang lain. Dari sisi konten, karena saya perfeksionis saya masih merasa masih banyak yang kurang, yang terutama dari sisi konsistensi, reach yang didapatkan. Masih banyak yang perlu digali dan ditingkatkan. dari satu sampai sepuluh kita masih berada di angka 7, masih perlu banyak pembenahan dan peningkatan termasuk Bagaimana kita bisa lebih aktif lagi, lebih Kreatif lagi.

kalau untuk kelas, Biasanya setelah kelas kita kasih Formulir atau testimoni, dari pembelajaran tersebut yang kita lakukan mayoritas dari 100 orang, yang 95 orang puas banget. kita juga mendata dari 2020, hampir sekitar 6000 alumni kita mayoritas responsnya positif. Cuma kembali lagi masih ada evaluasi. karena banyak investor yang masuk kompetitor yang masuk maka kita harus terus konsisten untuk membuat konten.

Peneliti : Rencana terkait proses edukasi ?

FS : Kita punya visi Bagaimana kuliah saham ini bisa lebih berdampak lagi. Kita ingin punya semacam e-course dan website di pasar modal Baik tentang money management, psikologi, analisa fundamental dan teknikal, Pengalaman dari para pendahulu. kita pengen banget punya aplikasi semacam startup yang bisa dimanfaatkan oleh banyak orang. kalau dari Instagram Kita berharap bisa terus bertumbuh dari reach, followers. Kita nggak terlalu menggebu-gebu yang penting kita terus konsisten untuk mengedukasi di bidang pasar modal. next step kalau kita sudah lebih kuat dari sisi konten kita akan mulai ke dunia YouTube. Tapi sejauh ini kita



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

akan buat Instagram lebih bagus membenahi website, member-member kita kita coba rapikan dulu. kalau kita sudah merasa cukup dan merasa stabil Disini nggak menutup kemungkinan kita akan melakukan suatu hal yang baru lagi.

**Responden 3: FD**

Peneliti : Kegiatan sehari2

FD : Yang pokok sebenarnya ibu rumah tangga, mengurus anak. Selain itu masih aktif sharing mengenai ilmu pasar modal ke kampus kampus paling banyak, tetap herring melalui sosial media di ngertisaham dan beberapa grup terkait investor saham. itu aktivitas sampingannya selain aktivitas utama.

Peneliti : Sudah berapa lama investasi?

FD : Dari 2010 akhir desember, mulai belajar tentang pasar modal dan investasi. semenjak Jadi mahasiswa itulah awal mula mengenal pasar modal. jadi ini masuk ke tahun 12 masih terus belajar dan masih bisa jadi investor serta masih aktif sharing. Pertama banget tahu pasar modal dari seminar dari Bursa Efek Indonesia. Kalau sekarang familiar dengan nama sekolah pasar modal. awal dari situ, itu dulu masih ada simulasi perdagangan saham dan kebetulan ikut kompetisi nya. sekedar ikut Eh tapi dapat juara 1. dulu masih tradisional belum offline masih lari-lari dari papan ke papan, Saya bursa di era 90-an. Nah itu pertama banget kenal pasar modal dan tahu tek berinvestasi di pasar modal seperti apa.

Peneliti : Awal mula edukasi melalui medsos?

FD : Awal mulanya 2017 akhir sebenarnya bikin itu karena merasa sosial media penetrasinya lebih cepat untuk meningkatkan awareness ke milenial terutama yang sudah lebih melek gadget dibandingkan dengan generasi di atasnya. Itu bisa jadi alternatif Bagus waktu itu aku mikirnya, kenapa nggak, toh Nggak modal uang cuma ide aja konten segala macam, awalnya cuma sekedar sharing-sharing aja dan alhamdulillah Animo masyarakat tinggi untuk mencari informasi tentang saham dan semua yang berbau pasar modal. akhirnya diseriusin diniatin untuk lebih rajin lagi bikin konten dan lain sebagainya, karena awal cuma passion Supaya nggak



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

hilang semangat kita berinvestasi. Bener-bener iseng nggak ada niatan pengen jadi konten kreator atau selebgram atau influencer, Dari awal nggak ada niatan ke arah sana, Benar-benar hanya ingin berbagi dan sharing pengalaman yang kita punya.

Peneliti : Tujuan bikin ngertisaham?

FD : Pengen bisa bantu stakeholders untuk bisa meningkatkan jumlah investor di pasar modal. karena greget, kita udah lihat dari tahun 2010 sampai sekarang itu jumlah investor itu nggak ada 10% dari total penduduk. padahal aku sudah satu Decade lebih. jadi aku terpanggil aja tergugah buat sama-sama bantu gotong royong, Bantu masyarakat biar lebih banyak lagi yang mau masuk pasar modal karena manfaatnya lebih banyak. Manfaat investasi banyak banget Kenapa masyarakat nggak mau mulai mencoba. jadi biar bisa banyak investor nya, Harapannya dari investasi bisa membantu sisi ekonomi mereka dan ujung-ujungnya bisa bikin mereka Sejahtera di masa tua kalau mereka bisa dan mau mencoba.

Peneliti : Platform lain?

FD : Saat ini hanya via Zoom. paling sesekali di WhatsApp Group atau telegram. tapi lebih banyak di Instagram sama Zoom kalau sekarang selama pandemi. Biasanya yang di zoom itu undangan dari kampus atau perusahaan, tapi banyak juga kita kolaborasi dari regulator, bei, atau stakeholder yang lain Mengajak untuk isi webinar nah itu bisa juga. cuma memang didominasi mengisi undangan.

Peneliti : Konten apa yang dibagikan?

FD : Tapi konten semua yang masih berbau investasi dan ekonomi. Karena kita enggak cuma share mengenai investasi di pasar modal, tapi berita ekonomi atau mungkin isu isu ekonomi global nasional yang lagi hangat-hangatnya kita angkat topiknya ke Instagram biar teman-teman yang lain bisa mulai berpikir kritis mengenai ekonomi baik itu Indonesia ataupun di luar negeri. Karena kan investor dipaksa dan dituntut untuk belajar entah itu mikro ataupun makro ekonomi. seberapa sering tiap hari kita posting dua sampai tiga kali minimal untuk kita jadikan beberapa topik. aku udah bikin beberapa jadwal misal Senin sampai Jumat kita bahas tentang saham,



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sabtu Minggu kita khusus bahas diskusi dengan saham entah itu topik-topik perencanaan keuangan atau yang lainnya pokoknya yang non saham. jadi Sudah tertata karena kita sudah ada jadwalnya dan topik yang biasanya mau kita angkat.

Peneliti : Bagaimana proses kreatif yang dilakukan?

FD : Kalau aku pribadi lebih ke pencipta idenya. untuk desain itu ada timnya, untuk review juga ada. aku pribadi lebih ke jantung utama idenya bisa dibilang, Misal ada ide apa. sesekali juga tim memberikan masukan misal ada ide apa yang harus diangkat. dan kita lebih fokusnya sebenarnya lebih ke otentik. kebanyakan influencer mereka rapi-rapi banget dari sisi penulisan konten, Desain dan segala macem. tapi di ngertisaham kita mencoba untuk menjelaskan sesuatu yang sederhana dengan Ala kadarnya, yang kita banget. itu yang jadi ciri khas ngertisaham. Ada juga yang komen ngerti saham gak ada rapi-rapi nya feeds nya nya. karena kita memang berusaha untuk nggak memposisikan diri kita sebagai influencer. kita akun Instagram Biasa memang pengen sharing-sharing aja. Jadi topik-topik yang kita angkat masih relate Dengan calon investor maupun investor. Konten di ngertisaham yang di desain Rapi itu jarang ditemukan. Proses kreatifnya sangat simple. Kita angkat dengan bahasa yang paling membumi, karena selama ini banyak orang yang menjelaskan yang bikin orang baru itu malah bingung nggak paham dengan istilah segala macam. dan itu Coba kita Terjemahkan ke bahasa yang lebih membumi, dengan bahasa yang lebih awam.

Peneliti : Bagaimana membagi waktu dan membalas komen?

FD : Dibalik itu semua Sebenarnya ada admin harian, jadi di jam kerja pagi sampai sore. aku biasanya senggang sore ke malam, itu biasanya jatahku. jadi Kalau ngelihat Balesannya sore sampai malam itu biasanya aku. kalau Pagi dan siang tim admin harian yang bantu bales-balesin, Atau minimal bantu naikin konten. dan paling banyak Biasanya malam interaksi netizen tuh jadi aku masih aktif juga kalau malam kalau anak-anak sudah tidur aku bisa lebih longgar lagi buka dm 1-1.

Peneliti : Berapa orang tim ngerti saham?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

FD : Cuma 4. aku bagian ide, 2 bagian admin yang ngecek DM atau email, 1 Lagi bantu desain.

Peneliti : Apakah melakukan evaluasi?

FD : Kalau cek insight aku bisa dan timku pun bisa. Misal ada urgensi siapapun yang buka ya udah bales aja jadi enggak ada yang saklek, semua fleksibel. Tidak ada aturan baku karena semua tim di ngerti saham yang memang passionate Di pasar modal. Jadi sebenarnya nothing to lose Kita saling sharing semua sudah Sibuk juga dengan kerjaan masing-masing. Justru ngerti saham jadi me timenya kita masing-masing. Kalo mau me time nyari ide segala macam ketika kita lagi bales-balesin komen / dm netizen.

Peneliti : Apakah memperhatikan insight?

FD : Iya tapi enggak harian. paling kita cek perminggu ada kenaikan atau gimana insightnya. so far Alhamdulillah bertumbuh, kita merasa pertumbuhan paling signifikan itu malah di 2 tahun kemarin saat awal pandemi. itu peningkatannya luar biasa dibandingkan tahun-tahun yang normal sebelum pandemi.

Peneliti : Seberapa sering evaluasi?

FD : Evaluasi Iya tapi kita biasanya lakukan kalau ada penurunan engagement, maksudnya insightnya Turun banget, jumlah followers dan followingnya Kok beda banget, kita evaluasi pas ada momentum kayak gitu. kalau dari insight dan engagement Masih bagus kita jarang evaluasi.

Peneliti : Apa yang dilakukan jika insightnya turun?

FD : Kita fokus ke content, Berarti ada yang salah dengan kontennya, Apa mungkin kontennya udah bosen, atau kurang pas jika diobrolin di minggu ini, biasanya itu yang kita evaluasi jadi lebih ke perbaikan ide kontennya. kita akan cari konten yang lebih happening di saat ini ini yang lagi marak di cari cari informasinya sama investor. jadi lebih ke ide kontennya sendiri yang kita perbaiki di situ.

Peneliti : Tantangan/hambatan yang dirasakan?

FD : Timbul rasa mager kalo untuk personal. Kadang mager untuk bikin ide lah, untuk nyari-nyari ide segala macam, Apalagi kesibukanku sebagai ibu rumah tangga mengurus segala macam itu yang menjadi tantangan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

besar bagi ku. mungkin beda dengan tim lain yang mereka laki-laki, lebih Flexible mungkin. Ya kalau aku tantangannya bagi waktu biar semua ceklis ceklis nya itu terselesaikan, itu berat banget kalau untuk personal ku.

Kalau untuk di sosial medianya ternyata hadapin jutaan followers itu nggak mudah karena pasti ada kritik yang membangun dan yang menjatuhkan. gimana sikap kita untuk bisa bijak dan gak gampang emosi atau kepancing misalkan ada DM atau komen yang kadang kritiknya tuh tuh menjatuhkan. itu tantangan juga untuk kita para tim dan admin harian biar kita nggak gampang kepancing sama apa yang Disampaikan sama netizen → tantangan terbesar. Itu juga yang jadi keluhan kita, kok gini amat kita udah bagi-bagi ilmu gratis masih aja diolok-olok segala macam. kadang ya udahlah enggak usah ini lagi aja, Enggak usah sharing-sharing lagi. Kadang kalau udah kesal sampai ke lepas ucapan seperti itu di grup kita.

Peneliti : Kritik menjatuhkan yang pernah diterima?

FD : Misal pernah dibilang pompom karena mungkin akun yang sudah punya jutaan followers sekali posting emiten tertentu walaupun kita sudah disclaimer on Ada yang mikirnya pom aja nih Atau segala macam. Jadi kadang Biasanya komen-komen seperti itu, Padahal kita pure untuk diskusi bareng Enggak ada niat pompom atau semacamnya. Kita nggak punya hak kecuali sekuritas atau analis yang punya lisensi baru boleh ngasih rekomendasi.

Peneliti : Cara menanggapi dan menghadapi kritik yang menjatuhkan?

FD : Biasanya kita restrict comment. Jadi kalau kita sudah mencium akun-akun Yang komen menjatuhkan kita nggak bales tapi lebih ke restrict aja biar nggak menyinggung orangnya juga. jadi cari aman aja kita restrict setiap ada komen komen seperti itu. Kita sebenarnya santai sih toh lebih banyak orang yang say thanks daripada yang komen menjatuhkan cuma beberapa aja nggak banyak.

Peneliti : Tantangan dari segi regulator?

FD : Kalau sentilan Alhamdulillah belum pernah dan semoga jangan. so far sering diajak kolaborasi terus sama bursa OJK kementerian keuangan pokoknya stakeholders di bidang ekonomi keuangan itu malah Banyak



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang support kita banyak yang ngasih apresiasi maksudnya ini adalah terobosan baru banget di sosial media buat naikin literasi keuangan dan investasi milenial atau gen z utama fokusnya. Malah didukung dari OJK bei dan regulator sebagainya.

Peneliti : Pendapat mengenai peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi

FD : Kedepannya aku rasa sangat bagus karena aku sendiri sudah membuktikan itu. kalau kita ngomongin era 2010 kebawah sosial media nggak ada, mentok Facebook atau Friendster doang zaman itu. Jadi sangat tidak efektif waktu itu, efektifnya seminar offline. Mulai 2015 keatas aku lihat sosial media kayak Instagram mulai booming dan Gak cuma Instagram bahkan YouTube tiktok pokoknya semua yang berbau sosial media yang lebih dekat dengan milenial dan gen Z itu aku rasa sangat efektif buat sarana edukasi apapun itu terlepas dari produk investasi ataupun yang lainnya. karena impact full banget sih cepet menyebarnya benar-benar berkali lipat bisa kita bilang.

Peneliti : Cara untuk mengoptimalkan peluang tersebut?

FD : Aku juga baru 2 tahun kebelakang dianggap sebagai influencer pasar modal yang bisa dibilang gede lah. aku sebenarnya Memanfaatkan peluang ini sebagai grass root aku supaya semakin menjamah kelingkungan atau circle yang selama ini susah ditembus. misalnya Lingkungan sekolah yang bukan kampus itu kan dari dulu agak susah penetrasinya. tapi dengan adanya nama dengan tanda kutip kakak ngerti saham kita jadi PD untuk Kita approach untuk ada in edukasi seminar bareng. itu jadi lebih pede karena jujur ada label ngerti sahamnya sebagai influencer terbesar di pasar modal.

Peluang juga sebagai upgrade networking ke atas, otomatis kita cari networknya yang ke atas yang mungkin lebih dekat ke kebijakan-kebijakan jadi serasa aku kalau menyampaikan opini ada yang mendengarkan. Kalau dulu kita belum dianggap sebelum jadi influencer ah segala macam ya cuma sekedar opini atau pendapat. Semenjak jadi influencer banyak juga ternyata stakeholder regulator jadiin kita kayak opinion leader. menurutku



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ini jadi keberuntungan banget buat ku akhirnya jadi banyak sekali ide-ide atau masukan masukan untuk para regulator ataupun lainnya Dan akhirnya mereka bisa untuk mendengarkan, aku manfaatin peluang dari boomingnya istilah influencer di Instagram.

Peneliti : Apakah seorang influencer perlu memiliki kriteria tertentu?

FD : Kalau untuk kriteria dari diriku pribadi yang jelas pengalaman aja. Pengalaman adalah yang paling penting. Sekarang tuh miris juga ya banyak yang mereka lahir Jadi influencer tapi ternyata pengalaman mereka di pasar atau di market belum mumpuni atau jam terbang mereka dibidang masih seumur jagung tapi mereka fomo influencer di pasar modal mereka pengen ikut-ikutan jadi influencer juga. Nah takutnya followers baru atau masyarakat awam yang mengikuti mereka takutnya banyak hal yang di lapangan sebenarnya itu belum tahu karena masih terbilang baru. jadi Menurutku pengalaman dan jam terbang itu itu adalah prioritas utama untuk mereka yang mungkin ingin berbagi dan ngasih impact Bagus ke masyarakat. karena akan dipertanggungjawabkan juga ya kredibilitas kita, itu menurutku yang paling penting.

Peneliti : Hal yang bisa dilakukan investor baru untuk menilai seorang influencer berpengalaman dan kredibel atau tidak?

FD : Kepoin aja secara personal mungkin paling gampang dari Google tinggal Googling aja namanya siapa biasanya kelihatan background-nya apa Minimal kita tahu background pendidikannya apa kemudian pengalaman pekerjaannya dia apa apakah memang sudah berkecimpung didunia pasar modal atau tidak itu biasanya kan di Google semua terikat atau LinkedIn. Paling sederhananya itu untuk ngepoin awal-awal. Apalagi kan sekarang banyak influencer yang atas nama pribadi, kalau Ngertisaham kan di baliknya ada banyak orang nih. Tapi nggak jarang sekarang tuh tuh bener-bener langsung mention nama dan mereka nggak di clear mereka sebagai influencer atau public figure di pasar modal. Itu menurutku yang bisa dijadiin langkah awal untuk ngepoin influencer di pasar modal, Selebihnya kalau misalkan dia berlisensi bagus, bekerjanya ternyata sudah lama di pasar modal itu bagus juga, jadi pinter pinter nya temen-temen kepo-in di





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Google. Kayak misalkan kita kepoin tokoh minimal kan kita Googling atau cari di LinkedIn sebenarnya.

Peneliti : Sertifikasi dan lisensi yang dimiliki?

FD : Di Indonesia nggak ada, cuma ada sertifikasi dari Harvard University itupun di bidang entrepreneurship. Untuk kedepannya kemungkinan akan menambah lagi untuk meningkatkan value tapi yang skalanya Global Karena untuk enlarge networking.

Peneliti : Program strategi edukasi yang OJK dan BEI lakukan?

FD : So far yang aku tahu bursa Mengadakan sekolah pasar modal di seluruh cabang yang ada di Indonesia (kp bei). Yang aku tahu mereka setiap tahun dikasih target untuk menciptakan beberapa investor baru. dan setiap tahun mereka itu ditargetkan berapa penambahan jumlah investornya, itu akan mempengaruhi target di OJK juga karena bursa kan dibawahnya OJK jadi otomatis apa yang bursa kerjakan akan masuk juga ke KPI OJK. jadi OJK juga tetap rutin mengadakan kegiatan edukasi tapi tidak sesering Efek karena mereka kan selaku regulator paling atas aja setauku. Paling sebatas event tapi yang bukan rutin banget yang kayak Bursa Efek lakukan.

Peneliti : Apakah program atau strategi sudah tepat?

FD : Menurutku sudah tepat bahkan sangat tepat. Karena kan yang di daerah juga harus bergerak, yang di daerah salah satunya bergerak paling mudah dengan menyelenggarakan sekolah pasar modal itu menurutku karena kalau untuk mengadakan event gede kayak di Jabodetabek kan nggak rela untuk orang-orang daerah jadi itu udah yang paling pas. Dan yang aku lihat strategi dari bursa mereka selalu menambah jumlah galeri investasi di kampus kampus, GIBEL. jumlahnya sekarang sudah 300 lebih itu jauh meningkat dari zaman ku dulu. 2 strategi itu yang aku lihat gencar sekali dilakukan oleh bursa dan tetap konsisten kenaikannya.

Peneliti : Apakah bursa dan ojk sudah melakukan edukasi di media sosial secara efektif?

FD : Selama pandemi aku rasa ada peningkatan banyak dari sisi regulator mereka melakukan edukasi secara online, tapi Sebelum pandemi kita sama-sama lihat online belum terlalu digencarkan oleh regulator. ini juga salah



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

satu berkah pandemic akhirnya regulator juga belajar edukasi online yang kreatif itu seperti apa ya minimal mereka aku lihat sudah rajin Instagram Live webinar Zoom. dua platform itu yang sering dimanfaatkan sama regulator regulator.

Peneliti : Pandangan terhadap fenomena influencer di media sosial?

FD : Satu sisi bagus banget Pastinya aku selalu melihat generasi sekarang banyak yang mereka terpanggil untuk berbagi di sosial media Walaupun ada yang profit atau punya profit itu sudah urusan masing-masing. Tapi yang jelas senang karena akan semakin banyak yang menginfluence Semakin banyak juga masyarakat yang aware, Karena kan banyak yang dari segala macam bidang Akhirnya ketemu juga di bidang investasi. Cuma sisi negatifnya Takutnya disalahgunakan, Apa alasan orang awam kadang disalahgunakan oleh mereka yang menggunakan istilah pom-pom Untuk menggiring orang yang awal untuk membeli saham tertentu, ternyata Itu cuma pompom. Nah itu salah satu hal yang susah untuk kita kontrol karena itu sudah terkait dengan eksekusi pembelian saham. Mereka Nggak sadar kalau mereka lagi dikirim untuk membeli suatu saham yang ternyata itu hanya sekedar untuk naikin sebentar istilahnya pompom kaya gitu. Untuk mengantisipasi hal itu memang harus dari investornya sendiri yang memperkaya ilmunya jadi nggak gampang kena atau terperangkap ibaratnya kena jebakan di pasar Karena ada sosok-sosok kayak gitu. Kita (investor dan regulator) nggak bisa kontrol itu influencer dalam tanda kutip itu.

Peneliti : Saran atau masukan untuk OJK Dan bei sebagai tindakan preventif

FD : Investor dan regulator sama-sama susah untuk mengontrol influencer. Aku muncul ide sih untuk meminimalisir jumlah influencer yang meleset. mungkin bisa diminimalisir dengan lisensi kali ya Maksudnya orang-orang yang mau mengedukasi tentang sebuah produk edukasi Enggak cuma saham atau pasar modal, minimal mereka sudah berlisensi nasional. mungkin itu bisa menjadi suatu langkah preventif. jadi dari sisi kredibilitas itu ada nggak bermasalah. Mungkin sifatnya sekedar himbuan dari regulator. karena ini pekerjaan informal.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Konsep strategi edukasi yang efektif dan ideal di media sosial?

FD : Biasanya kita ngambil kasus dari pengalaman masyarakat kita angkat ke konten, nanti Biarin ngalir mereka diskusi sendiri melalui comment comment. Itu yang engagement membuat kita jadi meningkat. Kasus siapapun itu kita share dengan izin orangnya dan kita biarkan menjadi bahan diskusi. Dan kita angkat berita isu-isu dan topik-topik yang lagi hangat mau nggak mau kita harus update media berita segala macam. Itu yang bisa menjadikan rame diskusi Di sosial media mereka Jadi saling tahu. Enggak cuma sekedar kita ngasih info mereka baca itu kan satu arah ya. mereka ikut angkat bicara nah anggap aja itu jadi forum mereka untuk bebas berbicara dan berpendapat

Peneliti : Siapa saja yang bisa menjalankan strategi tersebut

FD : Menurutku semua orang yang mau bagi-bagi ilmu di sosial media just do it aja nggak harus influencer. Ya mungkin influencer karena terbiasa setiap hari harus ada konten jadi memang rutinitas. tapi enggak ada salahnya juga perorangan misal Ismi mau sharing ke temen-temennya melalui sosial media bisa pakai cara yang selama ini ngerti saham lakukan juga melalui sosial media pribadi.

Peneliti : Tolak ukur strategi tersebut efektif?

FD : Kalau di sosial media gampang lihat dari insight. Insight Jadi acuan paling gampang untuk sosial media. Beda kalau offline, kalau offline kita nggak tahu ya efektif atau nggak. Minimal kita harus bagi kuesioner untuk tahu sepuas apa peserta dengan strategi atau teknik edukasi yang udah kita lakukan. Sosial media itu paling mudah untuk dicari dan dilihat dari Insight nya aja udah cukup.

Peneliti : Pencapaian?

FD : Mungkin beberapa Tahun terakhir jadi sering diundang oleh media baik itu televisi surat kabar atau media media lain. Puncaknya kemarin kick andy Itu jadi salah satu pencapaian juga. Artinya dunia pasar modal sudah tercium sejauh itu. karena jarang sektor investasi atau ekonomi yang bisa masuk ranah televisi yang dari dulu sering bahasnya tentang motivasi. mungkin itu yang paling kerasa nyatanya. diundang oleh televisi dan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

media disuruh sharing perjalanan dan pengalaman Sampai detik ini seperti apa. Itu jadi privilege kita buat akhirnya nyelipin ilmu-ilmu sedikit tentang pasar modal kepada penonton yang mereka notabennya bukan segmen investor.

Peneliti : Self assessment

FD : Selama ini aku selalu merasa di sosial media itu justru kadang bikin aku semakin merasa bodoh, karena semakin banyak membaca opini ide masyarakat kadang out of the box Yang akhirnya bikin kita mikir kayak iya juga ya iya juga ya Gimana ya nyari jawabannya segala macam. itu salah satu bentuk dari aku yang buat terus Keep It Up di sosial media dan akunya tetap upgrade ilmu dan masyarakatnya juga tetap dapat impact juga.

Peneliti : Rencana ke depan?

FD : Pertahankan yang sekarang Dan pengen banget untuk kedepannya bisa menjangkau stakeholders diluar bidang ekonomi dan keuangan, jadi melebarkan sayap ke sirkel yang tidak ada bau-bau ekonominya karena salah satu upaya untuk bisa mencapai minimal 10% penduduk untuk menjadi investor mau nggak mau kita harus berkenalan dengan sektor-sektor lain misal entah kita hajar ke pariwisata atau mungkin yang lainnya jadi sebisa mungkin beberapa tahun kedepan kita mau ngumpulin networking di sektor-sektor selain keuangan dan ekonomi. Pasti akan ada acara-acara besar berkelanjutan baik offline maupun online karena sekarang kan offline sudah boleh Jadi kemungkinan kita bakal hajar dua-duanya kedepannya untuk edukasi.

Peneliti : Kritik Atau saran untuk para influencer dan ojk bei?

FD : Sarannya sebisa mungkin influencer ataupun mereka yang sering di sosial media mereka benar-benar pure dari pengalaman mereka sendiri Pada akhirnya akan mengalir lebih enak, jadi Nggak ngada-ngada ketika jawab in comment ya dari mereka punya pengalaman jadi nggak asal bunyi. selalu double-check apa pun yang mereka mau posting data atau fakta nya jadi biar nggak dikira kita nyebar pompom atau mau rumor doang segala



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

macam karena itu penting banget untuk nimbulin teras masyarakat ke temen-temen influencer ataupun sejenisnya.

Kalau untuk regulator kita enggak perlu Terlalu ngasih banyak saran ya karena otomatis mereka sangat ketat banget.

Influencer sebisa mungkin tidak terlalu menakut-nakuti pembawaan kontennya yang pemula, sebisa mungkin pakai bahasa yang membumi pakai kasus yang membumi jadi enggak ada kayak bikin gap nontonnya yang Wow portofolionya udah gede banget kaya di saham jadi sebisa mungkin sudah merakyat, kasus-kasus yang diambil juga merakyat. Nah itu biasanya yang lebih bisa diterima masyarakat dan tidak perlu flexing karena itu yang lagi happening sebenarnya itu enggak perlu sebagai influencer. Kalau memang sudah sukses sebagai investor sebenarnya enggak perlu ditunjukkan juga akan kelihatan kalau mereka sukses.

**Responden 4: PM**

Peneliti : Perkenalan

PM : Kegiatannya Sebenarnya ada yang inti yaitu lagi ngurus perizinan di OJK untuk scf. Disamping itu kita running komunitas halalvestor Dan aku ngasih edukasi tentang Keuangan financial planning dan investasi Nggak cuma di Saham tapi juga di crypto dan mungkin instrumen-instrumen lainnya.

Peneliti : Berapa lama mengenal investasi dan mulai investasi di pasar modal Indonesia?

PM : Kalau di pasar modal mungkin dari 2011. Investasi secara umum sebenarnya kurang clear tahunnya kapan tapi kalau investasi emas sudah dari 2007/2008 saat masih kuliah. Tahu investasi karena nyari-nyari tahu, dulu tuh belum kayak sekarang ya nyari informasi itu gampang dicari, misalnya kayak sekolah pasar modal itu belum tentu Setahun sekali, Mungkin 2 tahun sekali. Susah banget nyari informasinya. dan aku pernah datang sekali itu masih offline di Bursa Efek sekolah pasar modal level 1 itu enggak ngerti sama sekali. Datang ke sana isinya bapak-bapak semua, Dulu belum ada anak muda masih bapak-bapak semua pakai kemeja



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berdasi mungkin lagi di sela-sela kegiatan kantor gitu. Jadi bertahap sebenarnya sampai sekarang juga masih terus belajar masih terus yang cocok investasi kemana kayak gimana metode yang paling cocok buat aku, Aku sebenarnya masih terus belajar kok. nyoba-nyoba sendiri, sempat coba Juga sempat coba investasi juga, iya akhirnya beberapa tahun terakhir sudah lebih ajak lah Investasi yang cocok buat aku pribadi kayak gimana.

Peneliti : Background?

PM : S1 Desain Komunikasi Visual, waktu SMA jurusan IPA. waktu mau kuliah itu kan jurusan IPA enggak ada yang menarik ya paling matematika, Sedangkan IPS aku nilainya jelek terus. Kalau misalkan ulangan ekonomi 5 terus perbaikan 5,5, Nah aku nggak bakat deh kayaknya. Nah kalau ngomongin investasi makroekonomi ternyata suka, itu baru tahu Setelah lulus S1 berarti di sekitar tahun 2012.

Peneliti : Platform untuk edukasi?

PM : Sebenarnya halalvestor di diri in adalah sebagai ajang untuk aku belajar supaya nggak sendiri, jadi sharing juga di dokumentasi in supaya orang-orang bisa konsumsi kontennya. konten itu kan sebenarnya Yang menarik adalah yang kita sendiri senang, karena aku jurusannya desain Aku nggak suka kalau kontennya terlalu serius atau terlalu monoton kayak baca artikel yang boring kayaknya kurang menarik. akhirnya belajarnya dari situ disuguhin dari point of view yang beda dan visual yang lebih menarik karena aku background-nya desain. Untuk halal Vector fokusnya memang di Instagram tapi kalau aku sendiri lebih sering bikin konten di tiktok karena lebih honest. Kalau di Instagram apalagi Instagram pribadi aku tuntutan sosialnya itu Tinggi karena banyak keluarga atau teman-teman. Ketika mulai tik tok kan mulai dari nol jadi iseng-iseng aja, Kadang-kadang Aku punya karakter yang berbeda aja di tik tok, aku social experiment juga: Kalau ngomongnya lebih cepat ternyata kontennya lebih banyak yang lihat ternyata, Kalau pakai clickbait judulnya yang membuat orang pengen nonton lebih banyak nih yang nonton, jadi di tik tok jauh lebih rendem nggak jelas kontennya. kalau Di Instagram memang sudah terstruktur visualnya dipikirin jadi lebih banyak pemikiran ketika bikin konten di



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Instagram dibandingkan dengan Tik Tok bahkan di tik tok nggak usah make-up karena filternya udah bagus. Kalau di Instagram harus estetik sedangkan di tik tok gembel pakai daster pun gakpapa istilahnya.

Peneliti : Sejak kapan edukasi?

PM : Pertama yang halalvestor. Sebenarnya di Instagram pengennya turutin kayak banyak banget isi di kepala, Tapi karena waktu dan Ngerjain sendiri lama tapi minta orang belum ada yang bisa tak akan dengan enak untuk Instagram yang pribadi. Kalau di halalvestor kan kita udah ada tim kecil jadi lumayan rutin. kalau Tik Tok bener-bener iseng aja. Kode konten yang awal tentang Reksadana misalnya cara beli Reksadana atau Bitcoin karena belum banyak yang tahu cara beli Bitcoin dan ternyata itu bisa sampai jutaan views. jadi memang gak sengaja. Aku mulai tiktok di 2020 pertengahan atau akhir

Peneliti : Konten seperti apa yang dibagikan?

PM : Kalau di halalvestor memang fokus di konsep dan pemikiran di halalvestor yang kita pengen sharing. tapi lama-lama akhirnya kita bagiin informasi yang general, jadi masuknya ke media juga ya kita fokus di situ sih sebenarnya dibandingkan komunitas. Kemarin kan saat pandemi nggak boleh offline ya padahal kita banyak kegiatan offline, akhir kita shifting yang tadinya kita bikin kegiatan offline Itu jadi online. akhirnya kita fokus di event tahunan dan media, Jadi kita ngasih tahu informasi informasi yang paling update dibandingkan dengan pengetahuan yang lebih mendalam. Sekarang pembahasannya lebih di ringanin.

Kalau di tik tok intinya sama si konten-konten yang lagi trend cuma dibawanya lebih nggak terarah dibandingkan di Instagram. Kalau untuk Instagram pribadi itu jarang di-update dan kayaknya aku udah beberapa minggu nggak buka sosial media Lagi jarang banget buka sosial media belakangan ini.

Peneliti : Value utama yang diajarkan?

PM : Sebenarnya Pengen diajarin itu baik di halalvestor ataupun di Instagram pribadi sebenarnya sama poinnya adalah revealing the truth about investment. Jadi kita juga nggak bisa selalu memuji-muji investasi kita



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nggak bisa selalu bilang saham itu bagus kita nggak bisa selalu bilang crypto itu bagus atau itu bagus jadi kita ngasih tahu semuanya Itu mesti diatur, intinya Kayak gitu. Kadang-kadang misalnya lagi hype saham, semua orang-orang beli saham tertentu, atau misalkan di cerita semuanya lagi booming banget di crypto jenis semua invest di sana. Nah kita cuma ngasih tahu kalau investasi itu sebenarnya nggak seindah itu the truth nya itu.

Peneliti : Proses kreatif dibalik pembuatan konten?

PM : Kalau di halalvestor biasanya cari tema apa yang lagi perlu kita update atau misalkan lagi ada kejadian apa yang perlu kita bahas. Kalo yang di-update biasanya tim Ada Wahid dari 1 desainer yang bikin semuanya jadi aku tinggal check dan kasih approval. Tapi kalau misalkan konten-konten yang butuh sentuhan lebih Biasanya aku jump in juga, untuk wording, itu kalau di instagram. Makanya fokus di dua akun tuh kayaknya ribet banget makanya untuk di Instagram halalvestor aja. untuk Di tiktok lebih spontan dan karena itu aku sendiri yang produksi jadi nggak perlu script karena udah ada di kepala semuanya dan bisa langsung buat sih jadi nggak ada drafnya Jadi begitu kosong pasang handphone Ya udah produksi aja konten.

Peneliti : Cara meningkatkan insight?

PM : Kalau misalnya kontennya memang menarik karena balik lagi ya media sosial itu tergantung algoritmanya dan algoritma dari media sosial itu sebenarnya berubah-ubah kalau misalkan di halalvestor itu impression nya malah turun kemarin. kalau di Instagram kita malah turun. kita pikir mungkin kontennya lebih general sekarang jadi Mungkin orang gak terlalu attach lagi. Di satu sisi itu PR tapi karena kita ada fokus yang lain Jadi kita nggak bisa terlalu fokus ke sana jujur aja jadi ya udah kita produksi konten Terus yang penting kita sharing.

Kalau di tiktok itu juga cukup random tapi kalau misalnya pertama kita bahas yang lagi tren kedua kita bawain insight baru yang orang tuh bisa dapat benefit Baru dari situ itu biasanya reach nya tinggi dari situ. jadi misalnya kemarin tera luna di instagram ga begitu bagus.





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tik Tok tentang Tera Luna itu lumayan bagus impression nya, Aku ngecek komennya kan mereka bilang lebih ngerti kalau misalkan aku yang jelasin. Mungkin kalau bacakan kayak bingung ya apa sih tera Luna itu. Aku mencoba menjelaskan dari sudut pandang yang non investor supaya mereka itu ngerti. Dan konten itu yang aku ingat attractionnya bagus. Padahal yang dibahas kan sama poinnya sebenarnya mirip tapi di tik tok jauh lebih bagus kalau dibandingin Instagram.

Peneliti : Apakah melakukan evaluasi?

PM : Kita sebenarnya udah tahu sih sebenarnya kalau misalkan insightnya turun tapi kita kekurangan resource. Jadi misalnya kalau kita benar-bener lagi fokus mencurahkan yang ada dipikiran, bikin konten yang lebih appealing itu pasti naik sih. Tapi kenapa akhirnya kita nggak lakuin itu karena pertama memang untuk instastory kita kekurangan resource ya, Memang aku dulu lebih sering produksi konten ya terutama di instastory ngebahas macam-macam tapi kalau sekarang memang udah jarang. kalau di feeds Sebenarnya konten-konten yang Satire atau nyindir-nyindir yang memojok mojok kan biasanya nya Attraction nya lebih tinggi tapi itu kita hindari. Misalnya konten yang mojokin crypto itu biasanya tinggi itu Tapi karena kita netral dan kita pengen ngasih tahu yang ya udah santai aja Maksudnya enggak usah terlalu cinta tapi enggak usah terlalu benci juga kita belajar bareng aja intinya. jadi karena kita lebih di tengah ketika kita menyuguhkan itu kita tahu attraction nya gak sebesar itu. sebenarnya effort lain juga bisa kita kerjain misalnya pasang ads di post itu juga effort yang bisa kita lakuin. Cuma memang karena mungkin saat ini fokusnya nggak terlalu ke sana jadi memang kita tahu caranya gimana Tapi kita desain buat postpone dulu deh.

Peneliti : Metode / strategi edukasi lain?

PM : Aktivitas yang halalvestor pernah lakuin itu sebelumnya offline dan itu lumayan. Online juga just so so sih Tapi menurut aku lebih seru di offline sih engagementnya lebih bagus. Kita juga kerjain working paper tentang crypto Syariah kita kerjain dan itu mungkin attraction ke masyarakat nggak begitu bagus ya Sesuai ekspektasi tapi dapat awareness dari stakeholders



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

misalnya dari KNEKS Dari OJK pasar modal itu dapat awareness nya justru dari badan pemerintahan. Kalau KNEKS independent dia nggak ngeluarin regulasi Itu sih palingan tadinya kita mau boost artikel tapi balik lagi ke resource jadi belum dikerjain.

Peneliti : Kegiatan offline?

PM : Kita belum ada rencana sih kalau untuk offline ya gitu cuma mungkin event yang serupa belum terlalu banyak jadi kita fokus ke media partner untuk event-event yang lebih besar aja gitu jadi misalnya ada orang yang bikin izin kita jadi community atau media partner nya lebih support ke arah situ sih

Peneliti : Tantangan internal?

PM : Sebenarnya produksi konten itu effort sih ya maksudnya pertama produksinya dan idenya. misalnya hari ini mau bahasa apa ya besok bahasa apa ya. 2 kalau misalkan di Instagram itu kita nyari attraction ya karena memang kalau lagi intensitasnya lagi bagus benar-benar Lagi fokus pasti terakhirnya naik tetapi ketika enggak itu langsung turun banget. mungkin lebih banyak emang dua itu Porsinya fifty-fifty. pertama produksi kontennya dan yang kedua Gimana cara ngereach audiensnya

Peneliti : Tantangan eksternal?

PM : Sebenarnya nggak ada yang berarti banget, Kalau aku belajar dari akun lain misalnya kita tuh antara dicintai atau dibenci. jadi kalau dicintai itu bisa jadi dicintai banget kayak banyak banget yang bela walaupun mungkin kontennya kaya apa sih Kurang relevan gitu. atau bisa jadi dibenci karena dipikir nggak kompeten dalam menyuguhkan konten. Nah itu juga menurut aku lebih ke situ sih karena misalnya kalau di halalvestor nggak terlalu tinggi pressurennya. Tapi kalau di luar itu banyak yang dapat pressure tinggi banget dari netizen dari komentar-komentarnya benar-benar sadis Apalagi kan netizen kita Kreatif banget dalam ngasih komentar. itu sih sebenarnya tantangannya kalo dari pihak luar.

Peneliti : Pernah mendapat kritik saran yang menjatuhkan?

PM : Di halalvestor sih enggak pernah tapi kalau di konten pribadi aku beberapa kali pasti adalah beberapa yang benar-benar macam-macam



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

komentarnya, ada yang bilang sok tahu Belajar dulu sana atau yang kaya macam-macam deh pokoknya. Kalau dapat yang kayak gitu pasti awalnya kaget Aduh karena juga dapat giliran kena serangannya dia tapi lama-lama ya Santai aja kayak aku sih lebih cuekin. kadang-kadang aku pernah bikin konten pernah ada hubungannya sama inflasi, ada komen seperti itu dan ada temenku yang bela-belain kata aku udah lah Santai aja. Kadang-kadang suami aku yang bales balesin. Kadang ada yang belain aku terus mereka jadi berantem kadang-kadang.

Peneliti : Bagaimana peluang pemanfaat media sosial?

PM : Sebenarnya nggak berubah dari pertama kali aku ngejalanin sampai sekarang, the only way untuk reach out ke masyarakat ke orang lain siapapun itu chance paling besar adalah di sosial media. Jadi kenal aku orang jadi tahu halalvestor karena ada media sosial. Terus karena aku punya dua kepribadian yaitu kepribadian di Instagram Yang lebih kalem dan yang lebih awur-awuran itu di tik tok jadi orang-orang juga taunya kayak gitu yang satu mungkin taunya aku dari tiktok yang kepribadiannya kayak gini ini yang satunya tahu dari Instagram yang kalem jadi begitu lihat Tik Tok kayak kaget. jadi memang ini tuh pertama pastinya satu-satunya cara menurutku yang paling efektif dan efisien buat Reach Out ke masyarakat dan yang kedua ini juga satu-satunya cara buat membentuk persepsi. misalnya kayak tadi ya persepsi kayak saya yang di Instagram versus yang di tiktok itu kan sebenarnya persepsi yang aku bentuk aku merepresentasikan diri aku kayak gini sehingga orang nangkap nya kayak gitu dan itu works banget. aku pikir Bakal nyaru tapi ternyata enggak yang tahu dari Instagram ya kayak gini yang tahu dari Tik Tok yang kayak gini.

Peneliti : Cara mengoptimalkan peluang?

PM : Mengoptimalkan pastinya kuncinya dua. Yang pertama konsisten. Bener-bener utilize, Meluangkan waktu semaksimal mungkin kalau ini beneran mau fokus Jadi influencer mereka benar-benar fokus mungkin 80% dari waktunya untuk bikin konten di sosial media. Fokus, konsisten, komitmen. Kedua yaitu bring value. bukan cuma bikin konten tapi value Apa sih yang mau ditawarkan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Apakah mba influencer?

PM : Menurut aku influencer itu terminologinya terbagi dua pemahamannya. yang pertama seseorang yang berkomitmen untuk menginfluence jadi dia benar-benar fokus di sana mencurahkan waktunya nya Mayoritas in kan dapatnya dari sana. terminologi lain mungkin bisa kita lihat dari influencer yang sebenarnya dia menginfluence tanpa dia berniat untuk menjadi influencer. Nah kalau aku rasa mungkin aku lebih yang kedua kali ya karena waktu yang aku pakai untuk edukasi di sosial media kayaknya sangat sedikit dibandingkan 24 Jam Aku punya apalagi temen-temen yang jauh punya komitmen. Jadi kalau aku dibilang profesi sebagai influencer nggak tapi kalau dibilang Apakah aku menginfluence ya semoga sih mungkin lebih ke Harapan kali ya, orang-orang kenal aku dari konten-konten yang aku share dan semoga kontennya bisa bermanfaat.

Peneliti : Pernah kolaborasi dengan influencer/pihak lain?

PM : Mungkin lebih ke sama komunitas lain ya investor saham pemula kita collab, Itu untuk di halalvestor. tapi kalau untuk di pribadi kayaknya belum sih ya yang kayak kita bikin ini ya sama influencer individu itu nggak.

Peneliti : Apakah influencer perlu memiliki kriteria tertentu?

PM : Menurutku Mungkin validasi profesi bisa ya kayak misalkan aku adalah seorang influencer karena aku berkomitmen untuk begini begini-begini. tapi sebenarnya validasi yang real ada di masyarakat. Misalnya ada beberapa orang yang dia bukan influencer sebenarnya tapi dia sering tweet Twitter banyak informasi-informasi sharing segala macam jadi orang kenal, ketika orang akhirnya mulai melihat dia enggak Jadiin orang itu patokan sebenarnya itu jadi influencer tersendiri. Kita nggak bisa bilang yang minimum followers-nya berapa Atau segala macam tapi ada sebuah komunitas yang sudah melihat sosok itu menginfluence diri mereka, lebih ke itu kalau menurutku.

Peneliti : Punya sertifikasi/lisensi?

PM : Aku kan sebenarnya baru aktif di sosial media ini baru baru ya Mungkin 2018. Kalau isi webinar webinar baru 2020 ini benar-benar baru banget. pertama kali ngambil sertifikasi tahun 2012 karena aku memang pengen



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

belajar untuk diri aku sendiri. Jadi sebenarnya sertifikat atau title itu udah nganggur sekitar 8 tahun sebelum Akhirnya akhirnya orang kenal aku sebagai financial Planner. sebenarnya Financial planner yang lain punya klien kalau aku nggak ada. Awalnya memang untuk aku belajar dulu sih. kalau boleh cerita sedikit, Sebenarnya yang menginspirasi itu kakek aku Sudah meninggal tahun 2009. jadi dia tuh yatim piatu dari SD tapi pas meninggal kan pasti banyak urusan yang jadinya pindah Kalau orang tuaku kan Nah tiba-tiba ternyata dia punya obligasi di us ternyata dia punya saham BRI. aku pikir ini Tahu dari mana kan orang desa ibaratnya, ngerti investment, ibaratnya wealth accumulation itu dia orang paling gila yang aku tahu karena dia dari nol dari minus bahkan. Pas aku lihat Wah masa aku kalah sama Kakak aku Dia jago banget tahu ini tahu itu segala macam nah itu yang menginspirasi Aku pengen tahu lebih dalam supaya lebih pinter nih ngatur duitnya. Tahun 2012 aku ambil CFP.

Peneliti : Strategi edukasi dari ojk dan bei?

PM : Kalau di media sosial Aku tahu sedikit tapi mungkin nggak tahu banget ya, ya Kayak misalnya sikapiuangmu dari OJK general. OJK pasar modal juga punya Instagram tapi aku lupa namanya apa Nah mereka punya program juga. Terus kalau OJK lainnya juga mereka roadshow ya kan mereka banyak cabangnya di kota-kota kecil Mereka rajin untuk mengundang anak SMA. Mungkin karena aku yang paling muda ya di asosiasi Jadi kalau ada acara anak SMA atau kuliah Pasti aku yang suruh ngomong, yang lainnya soalnya udah senior Senior. Jadi Siapa nih yang paling muda jadi aku maju.

Dan itu bagus banget sih karena nggak pernah dilakuin pada masa aku, aku nggak ada sama sekali boro-boro nyari informasi aja susah banget kalau ini kan disuguhin gitu. Jadi in a way ini progres yang luar biasa menurut aku dan surprisingly Pertanyaan-pertanyaan dari anak SMA ini bikin OJK ketar-ketir loh. jadi waktu itu aku lagi ngisi tentang bahaya investasi bodong, Terus waktu itu lagi zamannya sih robot trading yang scam kayak ada DNApro dan segala macam. Itu ada 1 orang, dia nanya kenapa OJK itu atau pemerintah dalam hal investasi bodong selalu nunggu kalau ada atau



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

korbannya udah banyak baru ada tindakan. Aku lagi ada pimpinan sama OJK waktu itu bingung mau ngomong apa. Harus langsung jawab kan paling mikir 1-2 detik akhirnya aku langsung jawab, itu di daerah NTT waktu itu. Aku jawabnya Ada 2 poin, yang pertama Ya itu sebenarnya OJK melakukan sosialisasi dan kalau kominfo itu melakukan pemblokiran. nah pada saat itu yang di blokir sudah ada ribuan domain atas nama investasi itu. tapi kok kenapa Masih banyak. jadi memang akhirnya itu kan sebenarnya effort yang dilakuin, Kalau misalkan untuk penangkapan dan segala macam itu berdasarkan pengaduan. Jadi kalau misalkan itu kasusnya nggak pernah ke polisi itu kemungkinan hanya akan diblokir di OJK dan masuk kedalam list investasi ilegal tapi nggak pernah sampai ke kepolisian karena enggak ada pelaporan gitu. itu nah kenapa akhirnya ini tuh ke Blow Up, satu karena ada influencer yang blow up, Dua karena ada korban yang lapor ke polisi. udah gitu kemarin itu aku bilang, sebenarnya harusnya OJK yang jawab tapi aku jawab, Tapi akhirnya OJK juga ikutan jawab. Ada Represif dan ekspresif. Jadi kalau yang pemblokiran, masukan list Fintech ilegal itu namanya represif, dan Yang polisi lakuin itu ekspresif. Alhamdulillah jawaban aku benar. Waktu itu aku lagi webinar yang mengawasi asosiasi. Bagian GIKB, POJK 13. Kalau sama ojk yang lain aku santai karena mereka ga langsung ngawasin aku (asosiasi). Aku di asosiasi bendahara umum. Mungkin kurang lebih tau. Kalo programnya (bei) kaya di sosial media, kelas online, sekolah pasar modal. Terus kalo ojk edukasinya roadshow sama online juga. Tapi ini disclaimer ya, karena aku di industri jadi aku tau. Kalo misalnya orang lain gitu tau atau ngga sih.

Peneliti : Saran untuk ojk atau bei terkait strategi edukasi

PM : Sekarang sudah lumayan bagus, aku bandinginnya sama zaman2 sebelumnya kan mungkin 5 tahun lalu, atau jaman aku sma berapa tahun ya udah lama banget. Bener2 ngga ada edukasinya dulu. Tapi kalau misalnya mungkin dikembangin, mungkin dibuat lebih ngga kaku kali ya. Supaya bisa lebih diterima. Sebenarnya effort2 udah dilakuin ya kaya yang sama anak sma, bisa lebih santai gitu kan. Tapi kalo misalkan sama ibu2



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang mungkin kaya nanem jamur di rumahnya, yang bener2 di desa banget nah itu kan perlu segmentasi khusus, jadi mungkin perlu lebih menyesuaikan sama target marketnya masing2 kali ya Strategi komunikasinya. Jadi jangan pakai bahasa bahasa yang susah gitu bahasa regulator untuk edukasi ke masyarakat.

Peneliti : Fenomena penipuan berkedok investasi seperti indrakenz. pandangan terhadap hal tersebut

PM : Aku punya beberapa sudut pandang sih khususnya kalau untuk indra kenz. karena kalau di luar negeri di Amerika, di salah satu bisnis yang aku jalanin itu ada orang foreign kan ada yang pas lagi datang gitu. salah satu dari kita mention tentang indra kenz, oh Iya siapa itu indra kenz, dia gatau. Dia binomo Trader. What is binomo trader? Kaya binary option. Dia dipenjara. Oh iya? Dia di penjara gara2 trading binary option? Bukan sih karena dia mempromosikan aplikasi yang sebenarnya nggak punya izin. Sebenarnya dia dipenjara karena itu, tapi di luar negeri itu sebenarnya binary option itu legal, ada yang legal. Tapi pemahaman Disini mungkin banyak orang yang nggak paham kalau misalnya gimana pun binary pasti menang dan dan sebenarnya binary option itu bisa dibilang kategori option yang ada di binance. ini di luar Sisi Syariah ya Kalau dari sisi Syariah udah jelas. tapi kalau kita ngeliat bukan halal haramnya itu banyak banget aspek yang bisa dieksplor karena fitur yang sama Itu juga ada di platform lain tapi nggak secepat itu. Jadi kalau misalkan kita di binance itu secara psychologist nggak mungkin kayak kita dibawa nafsu pengennya jadi kejar-kejar terus. sebenarnya binomo itu by design (ga cuma binomo aja, ada oymprtrade dan macem2) Ada option ada juga binary option. Permasalahannya adalah di Indonesia yang pertama itu ilegal binary option. yang kedua orang gak tahu resikonya dan diiming-imingi ini itu gampang tinggal pencet aja. selanjutnya juga yang ketiga kalau orang itu nggak paham kalau ini itu judi finansial.

Kalau platformnya benar, nggak manipulasi chart, itu sebenarnya sama aja kayak option. Option kan ya ada orang yang trading untuk dapat sesuatu yang lebih di masa depan. jadi dibilang spekulasi Iya ada spekulasinya tapi



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dibilang trading menurutku kalau platformnya bener itu trading. Nah masalahnya Sebenarnya sekarang platformnya bener atau enggak, dia manipulasi chart atau enggak. dan menurutku enggak perlu manipulasi chart kita juga udah pasti kalah sih. Susah banget binary option kita dibatasin 5 menit kita harus menebak di atas atau di bawah, itu susahnya setengah mati sih susah banget hampir Impossible. jadi itu juga yang orang gak paham. misalnya orang datang ke Las Vegas, Udah tahu kan itu judi jadi dia udah siap kalah. ah mereka udah siap kalah mungkin 100 banding 1. tapi kalau di sini enggak ada persiapan kayak gitu, enggak ada persiapan mental seperti itu. jadi itu juga yang orang enggak paham. selanjutnya indrakenz juga enggak terbuka kalau dia dapat afiliasi. Nah jadi kan sebenarnya kalau ada kombinasi itu semua yang bikin orang itu marah, padahal sebenarnya affiliate fee menurut aku Aku cukup positif asal terbuka dan sama-sama pengen maju. kadang-kadang kan misalnya Oh ini ada yang kalah (trabar: trading bareng) abis itu Ya Aku nggak tahu ya mereka sengaja atau enggak tapi misalnya ada yang kalah itu kan keuntungan buat mereka dan itu sesuatu hal yang yang jadinya nggak etis ngambil kekalahan orang lain instead of menang. Bukannya kalau menang bagi-bagi ini mah kalau kalah bagi-bagi jadi ada sense untuk nyurangin orang lain. Nah jadi habis itu flexing nya juga kan, flexingnya menjanjikan suatu masa depan. Ayo orang-orang ikutan trading kayak saya binary option apapun platformnya mungkin platform yang enggak bener indrakenz yang salah diarahin, di luar itu intinya dia ngasih persepsi kalau orang itu di binomo bisa sukses kaya dia. Jadi menurut aku kombinasi itu semua sih yang membuat orang itu marah dan menganggapnya itu penipuan jadi baru polisi melakukan tindakan ekspresif.

Aku nggak merhatiin sih pasal dari kasusnya itu apa tapi pasalnya Yang utama pasti bukan penipuan Tapi promosi aplikasi ilegal. karena aplikasinya ini enggak punya izin. Even kita punya binance Itu bisa kita promosiin dan bisa kena juga. Jadi sebenarnya terkait izinnya juga.

Peneliti : Saran untuk OJK Dan BEI terkait strategi edukasi untuk mencegah hal hal ini terjadi kembali





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PM : Menurut aku mungkin bisa lebih ekspresif ya. kan ini Ada banyak ya, info tentang penipuan scammer yang nipu-nipu di ATM, Mungkin bisa lebih dibikin advertisement yang sifatnya lebih relevan sama penipuan yang ada di masyarakat. Banyak tuh pertama dari telegram terus kedua pura-pura jadi customer service, habis itu ada influencer yang dicatat namanya terkait investasi, aduh banyak banget deh mereka juga lebih kreatif dibanding kita. mungkin itu yang maksudnya, advertisement dan supaya orang tahu ternyata modus penipuan itu ada ini ini ini.

Sekarang kan canggih ya ya. Walaupun aku kerja di fintech tapi masih ada aja kok orang fintech orang karyawan bank yang ketipu. Even temenku Waktu itu kita sempat sama di industri keuangan dia aja nanya ini gue dapat kontak dari customer servicenya Indo Premier sekuritas waktu itu. tapi dia beneran abis komplain terus dia di kontak. jadi dia merasa itu beneran. Terus dia disuruh input pin, Coba deh lihatin ini Bener atau nggak sih. ya nggak mungkinlah ah tiba-tiba dia minta pin mau customer service sebagai apapun pasti bohong. Ini kan Orang yang kerja di go-pay di fintech, Gimana kalau orang lain. Jadi challengingnya luar biasa sih buat mencegah penipuan ini.

Peneliti : Pandangan terkait strategi edukasi yang efektif

PM : Efektif kombinasi dari konten dan visual sih ya. Sebenarnya konten itu kan udah banyak banget ya bisa kita akses di mana mana. jadi kita tuh terlalu banyak konten yang kita konsumsi sampai kayaknya otak kita susah untuk memilih konten mana yang menarik. Nah itu siap PR nya buat nyari stand pointnya supaya kontennya yang diproduksi itu bisa grab attention. karena kan banyak tuh konten cuma tulisan aja, orang Malas baca. Jadi perlu dibuat dengan cara yang lebih relevan dari sisi visual, konten, dan point of viewnya juga. Jadi misalnya kita mau ngomongin investasi bodong, enggak bisa cuma deskriptif aja misalnya begini begini begini. Jadi mesti nyuguhin point of view yang Gampang dikonsumsi sama masyarakat.

Peneliti : Tolak ukur strategi tersebut efektif atau enggak



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PM : Sebenarnya efektif mungkin dari reachnya juga ya. Jadi kayak ada 1 konten Aku suka ternak uang, Nah itu kan kayak enak aja dilihatnya. mereka bisa nyuguhinnya pas, Relevan lah sama anak muda. nggak perlu banyak mikir kitanya, nggak perlu banyak yang dipaksa masuk otak.

Peneliti : Pencapaian

PM : Mungkin jadi Narasumber di podcast BSI. Tapi sebenarnya bukan yang membanggakan sih itu menurutku aku maksudnya kontennya promosi gitu, maksudnya itu awalnya jadi narasumber tapi ujung-ujungnya promosi. mungkin lebih ke coverage kali ya, jadi exposurenya itu bukan Cuma di media lokal aja tapi di internasional juga. waktu itu Tentang crypto Syariah, aku di interview sama blablabla us, tim dari us dateng ke indo ngeinterview Orang DSN ternyata itu lumayan senior. Sama satu lagi dia trader juga, tapi ini trader nya itu dia itu jualan punya warung kopi, jadi dia itu tempat nongkrong sopirnya si orang vize/??? yang di Indonesia. itu aja sih liputan, Itu aku Happy si bisa diliput sama vize/???. Mungkin satu lagi sama media di Australia tapi aku lupa itu apa. Dan satu lagi halalvestor itu pernah masuk di refinitiv, kayak research Company yang lumayan Prestige di industri. jadi coverage2 kayak gitu sih yang menurut aku aku jadi achievement so far. Sebenarnya belum puas masih banyak yang perlu diachieve.

Peneliti : Self assessment

PM : Pasti ada sih apalagi kalau kita lihat content creator yang lain yang bikin kontennya lebih menarik, jadi bahan assessment dan inspirasi juga. Oh ternyata kayak gini efektif ya Orang itu banyak pengen tahu ya kalau kontennya kayak gini. Dari 1-10 mungkin aku masih di titik 5 kali ya. Sebenarnya pengen ya untuk lebih fokus edukasi tapi karena ada kegiatan lain juga Jadi mungkin belum bisa terlalu fokus Jadi sebenarnya mungkin kaya nanti malam tuh aku ada rencana pengen Pergi ini nanti malam ke rumah orang tua kebetulan mereka nggak tinggal di Indonesia. Aku udah pengen bikin konten di sana pasti orang tertarik kan kalau misalnya di sana tuh ada apa aja sih. Palingan kayak gitu sih nyambi di tengah-tengah kegiatan sebisa mungkin aku pikirin aku bisa bikin edukasi apa.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Responden 5: DP**

Peneliti : Kegiatan sehari-hari

DP : Sebenarnya kalau dibilang full time influencer atau content Creator itu bukan pekerjaan utama saya karena pekerjaan utama saya kan dosen. jadi kalau Dosen Seharusnya kan sudah tahu kesehariannya Karena sekarang kan sedang mengerjakan skripsi. kebetulan dalam 2 tahun Ini di tempat kami itu masih kuliahnya full online, semester ini ada yang Hybrid, Jadi sebenarnya kesehariannya yang mirip seperti dosen. untuk content Creator ataupun influencer sendiri Ini adalah pekerjaan side Hustle istilahnya atau pekerjaan tambahan. Jadi ya untuk saya pribadi biasanya Saya mengerjakan misalnya untuk menulis Script ataupun untuk mencari ide untuk video biasanya setelah pekerjaan utama saya selesai biasanya saya sempatkan waktu untuk mencari ide untuk menulis konten. saya pribadi sebenarnya dosen di Teknik Sipil bukan di ekonomi Jadi kenapa kok Teknik Sipil Larinya jauh ke investasi sebenarnya sama seperti kita belajar musik kan nggak harus dari sekolah musik dulu untuk bisa belajar musik. Dan kalau investasi sendiri kan sebenarnya bukan dari jurusan ekonomi yang akan perlu investasi semua orang perlu investasi. kebetulan pada saat studi lanjut Sebelum jadi dosen saya baca-baca buku tentang investasi dan investasi seperti apa sehingga ada hal yang bisa dibagikan kepada orang-orang.

Peneliti : Sudah berapa lama mengenal dan belajar investasi

DP : Saya 2013 pertama kali investasi di saham, kemudian 2017 di p2p lending, 2018 di reksadana. Setelah itu ya nyobain instrumen investasi karena kerjanya sebagai content creator, salah satu scope pembahasan saya adalah nyobain aplikasi investasi baru. Misalnya aplikasi investasi reksadana, tabungan Online, beli obligasi ritel dan sebagainya saya Cobain. Nah Saya tahunya itu dari baca buku secara jujur, Kenapa saya tahu itu di 2013 Saya mau nikah Jadi mau nggak mau saya harus punya pengetahuan untuk belajar investasi karena yang nanti Hidupnya akan dijalani bukan lagi sendiri tapi aku sama keluarga jadi saya baca buku dan kebetulan aja



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

buku yang saya baca itu tentang saham, bukan tentang deposito Reksadana, tapi tentang saham dan investasi pertama saya memang di pasar saham Individual. Setelah selesai saya investasi saham Ia memang banyak belajar dari buku, saya coba cari strategi investasi saham yang cocok buat saya ya kebetulan strategi investasi yang cocok untuk saya lebih ke value investing, investasi saham jangka panjang istilahnya. tapi setelah itu saya banyak baca buku tentang personal Finance, mendengarkan podcast dan juga melihat channel YouTube di luar negeri kebanyakan karena di Indonesia waktu itu belum terlalu banyak yang ada.

Peneliti : Kenapa di 2013 memutuskan untuk investasi

DP : Karena cepat atau lambat kita akan sadar Ketika nanti kita sudah bekerja kita akan dapat uang. cepat nilai dari uang kita itu setiap tahunnya akan menurun karena harga barang akan bakal naik karena inflasi jadi memang perlu ada semacam perencanaan atau kita taruh ke instrumen investasi supaya nilai uang itu justru berkembang di atas inflasi. kalau ditanya Kapan titik poin sadarnya Saya nggak bisa ingat secara spesifik, tapi Ketika kita kerja mau nggak mau kita tahu kalau uang ini nggak mungkin di tabungan terus karena tabungan sudah kena potong admin kemudian returnnya juga di bawah inflasi bahkan beberapa tabungan Bank besar juga hampir enggak ada returnnya mungkin 0,1%. jadi mau nggak mau perlu nyari sesuatu.

Memang orangtua saya pribadi berinvestasi tapi generasi diatas Saya kan generasi baby bloomers, Orang tua saya investasinya di properti dan deposito. jadi memang sedikit banyak melihat dari orangtua kalau ada uang yang biasanya diinvestasikan di properti dan kadang-kadang orang tua kasih saran kalau ada uang ditabung untuk beli tanah atau beli properti. dari situ Jadinya sadar untuk bisa investasi cuma memang instrumen pertama kali adalah saham, karena saham tidak perlu uang yang banyak untuk investasi beda dengan properti. DP Rumahnya bisa gede dan kita juga perlu nyicil untuk bisa beli properti.

Peneliti : Di platform media sosial mana saja edukasi?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

DP : Karena basic-nya saya itu tidak ada planning untuk menjadi semacam influencer atau content creator, Beda misalkan dengan teman-teman lain, misalnya sempat dimension Pak Rivan ataupun Felicia, beberapa konten kereta ini kan di Jakarta juga ya mungkin mereka punya rok model kumpul bareng tapi kalau saya di Surabaya, ya jadi saya tidak punya planning harus posting. Kalau secara teori memang kalau bisa kita posting di berbagai kesempatan yang ada dengan berbagai format yang cocok. misalnya kayak di tik tok itu formatnya yang short. Di Instagram formatnya yang blog atau mikro Story. YouTube video yang panjang. Saya dari awal karena memang niatnya itu sekedar sharing aja jadi saya tidak planning seperti itu. saya 90-95 persen lebih banyak mainnya itu di YouTube Alasannya karena saya bikin channel YouTube ini sendiri karena tidak ter planning, karena Saya pernah ngajar satu mata kuliah di pascasarjana tentang ekonomi teknik dan saya menjelaskan tentang compounding interest / bunga berbunga Tapi biasanya kalau orang kan ada teori aja ya Misalnya i nya 7% nya, dll. Saya tunjukkan secara real misalnya rate of return 10% di dunia nyatanya Investasinya tuh instrumen apa sih. Nah saya sempat Tunjukkan investasi di p2p lending atau di saham. Dan disitu ternyata mahasiswa cukup antusias dan cerita kalau memang nggak banyak.. Saya akan menunjukkan website untuk investasinya cara untuk investasinya step by step-nya pilihan-pilihan yang ada. nah Ada yang nyeletuk beberapa orang Kenapa kok ndak di rekam aja coba di upload di YouTube karena tidak banyak orang yang melakukan ini di Indonesia pada saat itu. saya coba iseng upload ternyata setelah 20 video ada 1/2 video yang naik Iya bersyukur juga sampai sekarang yang ada yang nonton dan terbangun komunikasi di YouTube sampai sekarang. jadi kalau dibilang 95% ada di YouTube, di Instagram Ada tawaran dari brand untuk semacam endorse atau Partnership deals Mereka mintanya di Instagram akhirnya mau nggak mau saya coba sharing di Instagram tapi saya memang tidak se enjoy Dibanding di YouTube. karena di Instagram itu Punya semacam algoritma yang beda dengan YouTube. kalau di YouTube mungkin seminggu sekali kita sudah cukup tapi kalau di Instagram mungkin terlalu banyak aktivitas dan perlu

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

di berbagai ini misalnya di feeds harus ada, di story harus ada. Tapi kalau di YouTube fokusnya memang dipublish video.

Peneliti : Sejak kapan mulai edukasi?

DP : 27 Oktober 2019, video Pertama saya upload. Pure karena Mahasiswa saya ada yang nyeletuk aja. Jadi waktu awal semester gasal 2019-2020 itu kan bulan Agustus Waktu itu saya ngajar mata kuliah ekonomi teknik, dari situlah beberapa mahasiswa saya Ketika mendengarkan penjelasan menyarankan saya untuk coba upload di YouTube saya. waktu itu memang saya bahasnya tentang p2p lending dan p2p lending baru pada saat itu. Dan video pertama saya tentang p2p lending.

Peneliti : Konten seperti apa yang dibagikan?

DP : Ketika bikin channel youtube yang saya lakukan adalah amati, tiru, modifikasi. Karena dari saya juga searching2 Kita nggak bisa membuat semacam satu konsep yang beda sendiri dari yang lain YouTube itu ada algoritma yang bekerja. waktu itu Saya tertarik dengan 1 channel di luar namanya Joseph Kalsel konsepnya adalah dia investasi saham, dia punya portofolio investasi kemudian dia sharing perjalanan dia tiap minggunya seperti apa. Itu yang saya coba tiru sampai saat ini meskipun agak mix dengan konsep lainnya. jadi ada satu format dimana saya itu investasi untuk dana pensiun dan saya mengalokasikan uang saya setiap bulannya untuk investasi ke dana pensiun, disitu saya ceritakan progress dari investasi Saya dari awal sampai saat ini seperti apa itu rutin mungkin setiap seminggu sekali turutin itu ada 1 topik, plus saya jawab pertanyaan-pertanyaan Para subscriber dan membahas Isu yang lagi hangat sekarang. Ketika saya lagi investasi dana pensiun pasar saham turun karena adanya inflasi, saya Biasanya sisipkan di satu video. Itu yang Pertama dan di dalam dana pensiun saya saya eksklusif kan Reksadana kalau bagi saya pribadi investasi di saham itu kurang begitu bagus untuk kita tunjukkan paham Individual, takut dianggap pom pom atau seperti apa. Sedangkan kalau reksadana itu kan diversify. Kalau kita beli misalnya Reksadana indeks ya isinya 30 saham dan kita nggak bisa pompom reksadana karena kan ga realtime dan dikelola manajer investasi. Nah itu yang saya pilih sebagai



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

alat edukasi saya ya untuk saya buat format dari YouTube luar negeri yang namanya joseph calson tadi. Menceritakan proses portofolio investasi.

Yang kedua kontennya berupa review aplikasi investasi jadi untuk reksa dana sendiri kan ada agen penjual reksadana kayak bibit bareksa ajaib dan kawan-kawan biasanya saya review, ada juga tabungan online Bank digital yang cepat bukannya dan kasih keuntungan yang tinggi seperti seabank saya review itu. Dan juga beberapa aplikasi seperti p2p lending, deposito bpr.

Yang ke3 tentang personal Finance Gimana caranya bisa mencapai kebebasan finansial untuk cara hidup hemat, frugal living, cara money management, budgeting dan seterusnya.

Biasanya 3 ini aja jarang melenceng dari konten pilar yang utama ini.

Peneliti : Pembahasan lumayan beragam, proses kreatif?

DP : Untuk saat ini semuanya Sendiri Ya memang pada akhirnya tidak seproduktif konten creator yang lain, misalnya lihat Felicia Putri, Satu minggu bisa 3 kali di YouTube dan di Instagram dan tiktok juga ada. Saya paling bisa 1 minggu maksimal 1 kali. untuk prosesnya sendiri kalau dulu rapi ya ditulis scriptnya Syuting kemudian editing. kalau sekarang Karena sudah dapat basis komunitas yang setia nonton sekarang lebih otodidak aja. Misalkan kemarin hari Senin kepikiran apa kemudian cuma bisa bikin pointer pointer biasa Untuk apa yang mau diomongkan setelah itu malamnya langsung recording Di keesokan harinya mulai dari sore sampai malam editing dan langsung Post. Sekarang workflow nya jadi lebih sederhana dibandingkan dulu, dulu kalau lagi males gitu bisa Jadi scriptnya molor sampai berhari-hari kerjanya karena ngerasa nggak sempurna dan sebagainya. kalau sekarang sudah lebih so far ada yang nonton kok. Memang pada akhirnya growthnya lagi agak terbatas karena hanya beberapa orang tertentu yang suka dengan format ini Dan hormat saya enggak sekreatif teman-teman content Creator lainnya. Sebenarnya ada waktu kalau mau dicoba Sabtu Minggu kan ada waktu ya Jadi nggak ada alasan untuk nggak create konten.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Oh iya Dan juga dosen kan waktunya fleksibel Jadi ya kadang-kadang ada waktu kosong di tengah-tengah kadang-kadang lembur juga tapi biasanya saya usahakan nggak ngambil waktu kerja.

Peneliti : Analisa kenapa growthnya terbatas?

DP : Kalau saya lihat sendiri karena. saya sepanjang 2 tahun terakhir mengambil fokus untuk investasi dana pensiun di reksadana dan dalam 2 tahun terakhir ini kan yang lagi hype itu di crypto, bitcoin. Saya rasa porsi saya berkurang viewersnya Karena lebih melihat aset-aset yang lagi hype. Biasanya memang yang lagi hype seperti itu. Kemudian yang kedua kalau dari saya pribadi baik dari thumbnail ataupun title tidak terlalu clickbaity. Itu juga yang menjadi analisa saya kok nggak begitu growth karena mungkin reksadana gitu2 aja dan juga ada instrumen investasi lain yang lagi hype / naik, jadi banyak kesana. Kalo kita bicara spesifik di 2022, Konten kreator lain yang cerita ke saya kalau lagi turun juga Meskipun mereka variatif pembahasannya. kita berpikiran mungkin karena pasar saham sudah naik Pada akhir tahun lalu dan awal tahun ini, dan juga beralih ke work from office, Jadi waktu nonton di rumah sudah berkurang.

Peneliti : Evaluasi?

DP : Sebenarnya semua konten kreator punya tolak ukur keberhasilan dalam pembuatan konten atau membesarkan channelnya. Salah satu tolak ukur yang dilihat adalah pertumbuhan channel-nya seperti apa apa dan viewsnya seperti apa. Bisa dibilang Salah satu cara untuk growth terus adalah publish content yang sesuai dengan hype yang ada ataupun isu yang ada seperti apa atau aset yang lagi hype kemudian publish. Saya inget dulu beberapa banyak yang publish tentang crypto currency, waktu bitcoin lagi 30rb 40rb. Kemudian banyak yang publish tentang beli saham US. sebagai content creator saya pribadi ada value yang ga bisa diubah. Saya pribadi saya nggak invest di crypto, jelas saya ga mungkin bahas crypto. Prinsip saya adalah saya bahas apa yang saya investasikan. Kalau seandainya saya tidak srek di investasi tersebut misalnya di crypto / saham us, saya nggak investasikan karena saya mau subscriber yang lihat saya tau value saya apa. Dari situlah memang ada keterbatasan dalam menjalankan strategi apa untuk





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mengembangkan. Saya tau misalnya saya bahas ini jadi lebih naik viewsnya. Atau kalo bikin titlenya lebih clickbait jadi lebih menarik. Cuma ya ada value yang kita pegang sebagai content creator. Saya berdamai ketika pada akhirnya ada penurunan saya fine aja, karena pekerjaan utama saya bukan content creator juga.

Peneliti : Value apa saja yang ada di diri dan yang diajarkan?

DP : Jadi sebenarnya di konten, kalau kita bicara 2 hal, 1 sebagai content creator, 2 sebagai investor. Content creator sendiri harusnya kalo saya baca proposal skripsi, ada poin-poinnya. Ada suatu saat fase dimana kita didatengin brand dan diapproach oleh brand. Itupun yang saya alami sepanjang 1-2 tahun belakangan ini, ketika channelnya sudah lebih dari 10rb atau 20rb, ada beberapa brand yang mengkontak lewat email. Ada yang sempat disebutkan di proposal skripsi, binomo. Ada agensi bukan dari binomo langsung, yang menawarkan partnership. Mungkin ada 5-6 kali di email. Tapi pada saat itu ya saya tolak karena memang saya tidak tau skema afiliator dan kalau seandainya binomo itu bener2 pure judi, kaya forex dalam mindset saya, dimana saya ga invest ke forex. Karena saya punya value apa yang kita bagikan, subscriber adalah pemberian/ titipan ke kita maka kita harus jaga. Ada banyak pada akhirnya tawaran2 endorsment itu saya filter, karena value saya adalah ketika saya melakukan sesuatu adalah itu yang saya bagikan, bukan yang tidak saya lakukan malah saya bagikan. Karena bahaya ketika kita menjadi content creator, kita mempromosikan produk yang saya pribadi tidak saya pakai. Itu value pertama saya sebagai content creator. Saya hanya akan membagikan yang memang apa saya lakukan, walk the talk. Dan ada juga beberapa tawaran dari crypto currency, ada banyak. Tawaran partnership. Tapi karena saya ga percaya crypto, karena saya sebagai investor. Kalau crypto adalah investasi yang ideal bagi seorang investor, maka saya ga terima. Forex juga banyak yang dateng untuk menawarkan partnership, tapi saya ga merasa forex adalah instrumen investasi yang sesuai value saya. Itu sih kalau bicara tentang value.



Kalau kita bicara value sebagai investor, setidaknya kita harus bisa membedakan mana yang investasi, trading, spekulasi, money game. Ketika pembahasannya sudah mengarah kepada trading / investasi jangka pendek atau spekulasi, saya hindari untuk membahas konten tersebut. Mungkin ada konten kreator lain yang membahas tentang terjadi perang, ada inflasi, maka investor harus jual dulu atau gimana. Saya lebih menekankan untuk punya long term vision kalau investasi di dana pensiun. Ga perlu panik untuk jual, melakukan timing the market istilahnya dan itu yang saya bagikan ketika saya menjadi seorang investor. Saya tidak mencoba untuk membuat mereka panik di dalam konten saya. Meskipun kesannya banyak lebih clickbaity ya misalnya pasar saham sudah hancur habis dunia ini atau gimana, ada beberapa headline even dari media massa besar yang kaya gitu. Nah saya biasanya hindari pembahasan2 seperti itu saya selalu embrace kalo investasi jk panjang khususnya di pasar saham pasti ada penurunan. Penurunan tidak terjadi hari ini saya, 2020 penurunan, 2008, 2001. Dan kalau mau investasi yang bener kita jangan sedikit2 kalo turun cutloss/jual terus beli di bawah, karena itu strategi yang susah untuk menebak puncak dan titik terbawah dari suatu pasar. Nah itu yang saya coba embrace sebagai seorang investor, pandangan pribadi yang saya anggap benar, dan mencoba untuk tidak mengajak mereka untuk spekulasi / berpikir jangka pendek ataupun bahkan menyarankan mereka untuk aplikasi money game, itu yang tidak saya lakukan.

Value = long term vision

Peneliti : Clickbait, kenapa tidak clickbait?

DP : Youtube itu sebenarnya menyarankan kita untuk clickbait, karena algoritma youtube salah satunya adalah impression click through rate, dari 100 thumbnail yang dimunculkan di homepage orang yang nonton youtube, ada berapa banyak yang click. Misalnya 100 orang ditampilkan video youtube saya, yang klik 5, berarti ctr nya 5%. Semakin tinggi impression ctr semakin bagus. Tapi youtube juga punya matriks lain untuk punish video2 yang clickbait. Cara dia punish adalah durasi nonton itu pendek, kurang dari 50% / 40%, maka itu jadi poin negatif. Jadi youtube

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

itu konsepnya adalah videonya harus clickbait, title dan thumbnailnya, tapi memang ketika orang nonton ya ga clickbait. Contoh bagusya mister bizz, itu channel youtube yang growth nya no 1. Misalnya dia bikin squid game netflix di dunia nyata. Dan pada akhirnya dia bikin squid game dengan biaya yang habis banyak sampai milion dollars. Itu clickbait, tapi pada saat kita nonton itu benaran dilakukan.

Nah kenapa kok saya ga melakukan itu? Karena title2 clickbait tadi itu kadang susah atau bertentangan dgn apa yang saya bagikan. Misalnya saya bilang wah pasar saham hancur apa atau gimana, itu kadang2 hal jadi headline di media massa. Sebenarnya bukan concern saya sebagai long term investor. Tapi judulnya mau ga mau sebagai seorang konten kreator harus dibikin menarik. Misalnya pasar saham lagi menarik, ini yang saya lakukan. Itu masih mengundang orang untuk bertanya2 apa yang saya lakukan. Mungkin persepsinya bisa jadi saya jual / apa padahal isinya ketika saya jelaskan saya ga ngapa2in sebenarnya. Even ada 1 video yang saya bilang investasi saya di reksadana turun banyak, ini yang saya lakukan. Padahal ketika saya menjelaskan adalah tidak ada, maksudnya saya do nothing dengan penurunan ini, prepare aja untuk penurunan di masa2 yang akan dtg sbg investor jk panjang. Kalo semacam twist kalimat di title saya memang lakukan sedikit ya cuma untuk topiknya saya ga pilih yang terlalu click bait. Karena memang itu ga saya lakukan di saya pribadi.

Peneliti : Growth youtube dari awal, gimana bisa mencapai 140rb?

DP : Jadi growth dari youtube sebenarnya adalah kontribusinya seberapa cepat dan banyak video kita dipromosikan oleh youtube. Itu kunci dari growth youtube. Kita bikin video yang ditonton oleh banyak orang ataupun yang memenuhi matriks YouTube, maka YouTube akan semakin menyebarkan video kita. pada saat awal bikin channel YouTube growthnya pasti sangat lambat. Alasannya adalah kita bukan siapa-siapa. YouTube belum tahu kita ini punya otoritas untuk menyampaikan topik apa, jadi untuk mendapatkan 100 subscriber pertama itu 3 bulan seingat saya.

27-10-2019: 0 Subs

01-12-2019: 100 Subs



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

24-01-2020: 1000 Subs

17-04-2020: 10,000 Subs

2019 itu tanggal 27 bulan Oktober Saya masih 0 subscriber, Butuh Waktu 2 bulan untuk mencapai 100 subscriber. Kalau rate saya sekarang 1 bulan itu 2500. Tapi kalau dilihat disini untuk dapat 100 subscriber pertama itu perlu waktu mungkin satu setengah sampai 2 bulan. dari 100 ke 1000 itu ternyata jauh lebih cepat nggak sampai 2 bulan aja. jadi memang paling susah dari YouTube itu adalah gimana caranya dari yang nobody menjadi Somebody. Dan itu kadang-kadang kita nggak tahu formulanya apa Saya sempat juga cerita ke temen-temen yang mau jadi content creator kadang kita ini hanya satu sampai dua video saja untuk viral. 1/2 video itu didapatkan dari berapa? Nggak ada yang tau. Saya hitung dua video saya yang naik itu video saya yang ke-6 dan yang ke-18. dan itu pun naik ketika sudah 1 bulan atau 2 bulanan naik secara bertahap. Denada satu video saya yang melejit dan video ini saya nggak sangka sangka karena saya bikinnya nggak banyak persiapan, yaitu review aplikasi bibit. itu saya posting di Desember 2019 sebelum bibit mengundang brand Ambassador Raditya Dika sama Deddy Corbuzier. saya keangkat itu. mungkin search di YouTube jadi banyak dan video saya salah satunya yang ditonton orang. Lah itu sih kalau bicara tentang growth biasanya di awal sampai 1000 subscriber lah atau sampai 10.000 subscriber sangat tergantung dari luck atau keberuntungan yang nggak tahu gimana caranya. Kadang kalau disuruh biasa yang nggak yakin bisa jadi seperti ini juga. nah tapi setelah 10.000 ke atas Biasanya kita sudah ada pattern pertumbuhan. Untuk saat ini pattern pertumbuhan saya Saya jadi sama pada saat saya 10.000 subscriber, Nggak ada kenaikan. jadi untuk saat ini pertumbuhan saya sekitar 2.500. dulu pada saat 10.000 20.000 dan seterusnya itu bahkan mungkin 30.000 (subscriber) bisa sampai 3.000-4.000 perbulan. Sekarang cuma 2500. Udah mungkin karena investornya yang di topik saya sudah berkurang (yang baru), Sehingga pertumbuhan dari subscriber juga berkurang dan untuk views sendiri Sekitar 175.000 sampai 200.000 perbulan. Justru malah tidak ada pertumbuhan dibandingkan ketika masih



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10.000 subscriber. Stagnan juga pertumbuhannya, tapi Emang dari 0 sampai 10.000 tergantung luck, video mana yang pada akhirnya diterbangkan oleh youtube / dipopulerkan oleh youtube.

Jadi di youtube itu sendiri ada channel yang membahas gimana caranya kita bikin video untuk growing di youtube. Mungkin ada 5 content creator yang menceritakan bagaimana mengembangkan small channel menjadi bertumbuh. Message sama yang mereka sampaikan adalah buat aja 20-50 video pertama untuk bisa menemukan jati diri sebagai content creator. At least kalo misalnya gagal, skill untuk bikin video / edit video sudah naik. Nah dari itu baru kelihatan kita itu yang berkembangnya pada saat memberikan topik apa. Jadi memang di 50 konten pertama, content creator perlu eksplorasi. 1-1nya cara bagi saya pribadi untuk content creator supaya tetap konsisten adalah buat video meskipun videonya ga sukses, jangan punya ekspektasi yang terlalu tinggi untuk menjadi konten kreator. Pada saat awal saya membuat video, saya memang ga ada ekspektasi untuk dapat benefit dari uang. Oleh karena ini saya menyarankan untuk yang ingin menjadi content creator jangan langsung all out, all in, beli peralatan kamera dll. Tetapi stay dengan pekerjaan utama. Content creator ini sebagai side hustle, kita bisa kerjakan sampingan. Sambil kita lihat progresnya seperti apa perlu apa nggak ketika naik misalnya bikin tim atau tetap stay kayak gini. nah itu sih kesulitannya, kalau kita kerja pada panduan jenjang karir seperti apa, hrd yang nilai, ada kpi. Tapi kalau di YouTube kita bisa nebak algoritmanya kayak gini tapi ternyata hasilnya enggak sesuai dengan yang kita mau, Kita Sudah bikin topik dengan detail risetnya, thumbnailnya kita bikin bagus, titlenya menarik, ternyata ngga disebarin sama youtube. Itu sebenarnya misteri dan yang membuat ada konten kreator sana di luar investasi yang akhirnya henggang, karena burnout. Karena mungkinnya kalah sama konten2 rekeh, pada akhirnya keluar. Karena memang algoritma youtube ini sangat susah untuk ditebak dan bisa berubah sewaktu-waktu.

Peneliti : Strategi/ konsep edukasi lain?



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DP : Selain dari sosial media biasanya setiap kali undangan untuk menjadi pembicara itu saya terima dan justru saya senang itu adalah ketika yang ngundang itu dari kampus. jadi mungkin juga ini yang menyebabkan Kenapa saya juga sering diundang di kampus karena ketika panitianya nanya ke saya berapa tarifnya saya bilang bebas, Jadi saya nggak matok tarif tertentu seperti saya matok tarif ke brand. Ada beberapa mahasiswa yang mengikuti kita nggak punya budget Saya biasanya tetap ok. karena visi saya untuk edukasi, jadi menurut saya mahasiswa adalah yang masih belum terpapar dengan banyaknya edukasi yang salah, itu salah satu tempat edukasi yang bagus. Jadi selain dari sosial media 1 cara saya adalah ketika ada kesempatan untuk berbicara di tempat lain / webinar biasanya saya selalu terima. selain dari situ nggak ada, saya nggak punya grup berbayar, ga jual kelas, biasanya hanya dari publish konten di youtube dan sesekali di story dan ig feeds. Selain itu ga ada.

Peneliti : Tantangan yang dirasakan selama mengedukasi?

DP : Internalnya biasanya burnout. Merasa capek. Alasannya adalah ketika kita sudah punya ekspektasi tertentu akan channel kita let say misalnya, saya juga nyari2 pada saat itu kenapa rata2 youtuber burnout, karena memang dari awal kita disuguhkan matriks untuk menilai keberhasilan kita, dan itu sama youtube dibebankan di studio youtube analytics. Sayangnya di univ ga ada yang ajarin kaya gini, kalo ada bagus banget.

Beberapa yang bisa dilihat yaitu rank 10 video terakhir. Ketika kita posting video, dan video kita masuk ke ranking 10 kita akan down, waduh views saya kok cuma 2000 views ya masuk 10 terakhir, apa yang salah dari saya. Kemudian impression ctr, dari thumbnail ada berapa yang klik, ternyata yang goto masuk idx lebih tinggi dari biasanya, yaitu 9.6%. Ada juga matriks, viewsnya lagi turun / nggak, watchtime, salary. Kadang2 ini bikin down ketika bulan ini lg ada penurunan.

Saya coba tunjukkan beberapa video yang gagal ketika sudah dipublish Ini viewsnya 6rb, kadang2 kita ngerasa apa yang salah ya padahal saya sudah buat title yang seharusnya bagus, saya bikin sebagus mungkin. Tapi



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kadang2 ada topik edukatif yang kurang disukai sama orang kaya ga clickbait, itu yang kadang2 bikin burnout.

Kita juga bisa liat secara detail analisisnya, ternyata viewsnya dibawah rata2 biasanya, watch timenya juga di bawah dibandingkan video2 lain. Kita ditunjukkan yang lengkap.

Algoritmanya seperti itu.

Cara youtube untuk menyebarkan video kita ada beberapa cara.

Yang pertama browse feature, ketika kita buka youtube ada 8 kotak yang bersaing untuk muncul di homepage kita dr berbagai macam channel. Nah browse feature adalah youtube yang memunculkan di dalam homepagenya orang2. Jadi ketika orang2 menjadi subscriber saya, pasti pertama kali yang youtube akan sebarakan ke homepagenya orang2 yang nonton saya.

Suggested video adalah ketika kita nonton, ada up next biasanya / rekomendasi2 yang di sebelah kanan.

Youtube search adalah ketika kita ketik keyword tertentu, let say seabank, kita munculnya di atas. Orang misalnya ngetik apa sih di channel, kemudian orang ngeklik saya.

Pada awal2 ketika bikin youtube, yang dominan itu eksternal. Misalnya kita publish di discord, whatsapp, instagram linknya. Ketika sudah bertumbuh, proportion of total traffic pasti lebih rendah karena youtube yang nanti akan blow up viewnya kita. Kalau ternyata videonya bagus, hanya ditonton oleh subscriber aja tapi juga disebarkan ke orang2 yang mungkin ga kenal kita lewat up next, orang yang mungkin nonton felicia topiknya kebetulan saya sama dengan idenya felicia saya akan dikasihkan. Ataupun ketika orang sedang cari seabank, orang yang gatau saya, tiba2 bisa ngeklik video saya karena video saya di atas.

Beberapa contoh video yang sukses kalau seandainya mau dicek itu kurang lebih dr suggested video atau dr youtube search, itu contoh beberapa video yang sukses. Video pertama totalnya ada 700rb sekian views yang dominan suggested video. Jadi ketika orang nonton videonya bibit orang lain, kemungkinan besar akan direkomendasikan video ini (saya). Karena suggested video yang tinggi. Tapi yang indopremier, itu yang paling tinggi



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

adalah youtube search, org klik misalnya ipot / cara beli saham di ipot, itu video saya yang di atas. Nah itu sih yang sebenarnya membuat channel kita bisa berkembang dr algoritma youtube yang mengembangkan, membuat video saya muncul di searching paling atas, atau disebarakan melalui suggested video. Dan saya juga sempet cerita ada matriks yang namanya average view duration. Matriksnya itu akan jadi kaya gini (48:36).

Video kita boleh clickbait, tapi kalau rata2 yang nonton kurang dari 20% sama youtube juga ga akan disebarakan. Sebenarnya cuma 2 ini aja. 1 click through rate, seberapa banyak video kita diklik ketika ditampilkan dan average view durationnya seberapa panjang.

Karena lengkap banget, bisa encouraging kita ketika lagi sukses/ bertumbuh, tapi bisa juga discourage.

Peneliti : Apakah di instagram bapak melakukan evaluasi yang sama?

DP : Di instagram ga lengkap sama sekali. Di youtube ini yang saya tampilkan mungkin baru 10%, ada yang lebih lengkap lagi.

Peneliti : Apakah ini yang membuat bapak burnout?

DP : Ketika kita posting 1 jatuh, posting 1 lagi jatuh, padahal kita merasa sudah mempersiapkan sebaik mungkin.

Peneliti : Tantangan/hambatan saat pembuatan konten?

DP : Kalo ide video ga bakal abis, apalagi saya punya format perkembangan dana pensiun. Jadi setiap minggu pasti angka2 itu berubah. Apalagi ketika setiap minggu ada perubahan/ fluktuasi, jadi ga akan pernah habis dan topik / pernyataan dari subscriber ga akan habis2 untuk saya bahas. Cuma masalahnya willingness untuk bikin video bisa terhambat karena burnout tadi. Strategi saya adalah menyederhanakan workflow. Kalo dulu saya lebih perfeksionis, skripnya jadi lebih dulu, syutingnya harus gini gini gini. Tapi sekarang yang penting lebih ke arah pointer2 aja. Mungkin karena sudah jadi kebiasaan juga mungkin dr segi quality tidak sebagus dulu tapi masih ttp mereka bisa nangkap, subscriber bisa nangkap apa yang saya maksud. Tapi mungkin penyampaianya ga serapi dulu

Peneliti : Tantangan eksternal yang menghambat?





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DP : Hate speech jujur jarang banget. Mungkin karena kontennya juga ga terlalu kontroversial. Tapi ketika saya bahas beberapa instrumen investasi seperti tabungan/ deposito/ p2p lending, akan ada 1 atau 2 orang dari 100 org yang angkat isu riba. Nah itu yang sering saya dapatkan. Beberapa ada yang kasar. Bilang kamu ga takut dunia nanti. Padahal kan tujuannya bukan itu, saya hanya sharing pengalaman investasi, masyarakat indonesia kan harusnya beragam. Itu 1 / 2 hate speech yang saya dapet, tapi setelah itu biasanya ga ada, ga ada yang signifikan.

Kelemahan kita sbg manusia adalah, cuma ada 1 atau 2 tapi 2 itu yang biasanya kita perhatikan. 98 lainnya ga kita perhatikan. Itu yang menjadi tantangan gatau akan menjadi mental issue atau ngga untuk temen2 lain. Sama kaya ngajar di kelas, rata2 merhatiin. Tapi dosen bisa marah ke 1-2 orang yang ga merhatiin, akhirnya moodnya dibawa sampe selesai ngajar. Itu tantangan bagi konten kreator.

Peneliti : Apa yang dilakukan terhadap hate speech?

DP : Dulu suka balesin komentar, tapi bukan khusus hate speech. Di channel saya 95%an saya balesin komennya. Kalo sekarang tinggal klik kanan terus hide user from this channel, selesai. Soalnya saya belajar kalau mau debat ga akan ada pemenangnya. Jadi saya langsung hide user aja. Saya kan ga promote ya robotrading, binomo, dll makanya ga kena hate speech. Saya sendiri sbg investor yang invest di saham dan rd saham, saya pola pikirnya lebih konservatif. Mungkin kalo ada saham ini lg naik ayo kita beli/ jual, nope, saya konservatif. Sehingga saya ga perlu ngeluarin topik2 yang tendensius atau ambisius yang pada akhirnya salah yang saya bahas. Let say ayo beli saham ini karena akan naik sampe segini karena ada isu ini, saya jarang, hampir ga ada topik seperti itu. Ketika ada konten kreator lain promote ttg buka lapak, banyak yang bilang buka lapak akan ke 1000, skrg hanya 200. Akhirnya di komentar mereka banyak yang hate speech. Tapi viewsnya banyak.

Saya kenapa ga bertumbuh karena memang minim yang begitu, karena saya megang value. Bahkan ada beberapa brand yang bahas ttg ipo goto, dr sekuritas. Pada akhirnya saya ga bahas karena saya ga akan pernah mau



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

beli saham ipo. Itu value sbg seorang investor. Karena prinsip value investing beli saham bagus di harga murah. Ipo ga mungkin dijual di harga murah, pasti mahal.

Peneliti : Penilaian mengenai peluang medsos sbg sarana edukasi

DP : Saat ini dunia digital berkembang, dulu kalo org mau dapat info kebanyakan dr tv. Kalo skrg sudah punya smartphone, under 5jt sudah punya spek yang bagus, paket data skrg murah. Org2 sudah bergeser. Mungkin yang 40-50 tahun ke atas masih lihat tv. Tapi kalo anak muda generasi milenial gen z sudah pindah ke smartphone dan sosial media. Jadinya peluang bagi kita yang let say nobody untuk bisa menjadi konten kreator dan menyebarkan edukasi itu jauh lebih besar dibanding yang dulu. Even bei kalau mau memanfaatkan sosial media, ataupun perusahaan sekuritas, yang ada kaitannya dgn bei, pasti sangat besar dibandingkan dulu. Costnya tuh lebih murah. Iklan di tv mahal bgt bisa puluhan juta dlm slot sekian detik. Kalau di socmed mau konten 1 jam, ½ jam, bikin iklan, youtube dan ig ada fitur promote yang mungkin lebih murah. Peluangnya sangat terbuka lebar tapi saking lebarnya ada banyak pesaing juga. Manusia ga bisa bertambah secara eksponensial. Manusia itu ya sehari 18 jam ya cuma 18 jam. Konten bertambah banyak dan gimana caranya konten bisa ditonton oleh target audience, itu tantangan selain td peluang bagi siapapun yang mau promosi, untuk bisa bikin konten yang sesuai dgn valuenya mereka, tp mereka harus bisa menyesuaikan cara main dgn sosial media, algoritma td bekerja gimana. Let say kalo skrg youtube lebih suka video yang 10 menitan ke bawah, ya mau ga mau org yang 30-50 menit unless mereka artis, ya mereka harus ngikutin cara mainnya. Peluangnya lebar bgt, cuma saking lebarnya org jd mudah create content dan publish, pesaingnya jd lebih banyak.

Peneliti : Gimana cara untuk mengoptimalkan peluang yang besar?

DP : Pertama kita harus punya value yang bisa kita bagikan ke orang lain. Memang benar title dan thumbnail punya peranan besar, tp kalo orang ga dapet value dr kita, itu juga percuma. Konten is king. Pertama kita harus kuatkan apa yang bisa kita bagikan, value dr konten kita, yang ketika



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mereka sudah menyediakan waktu sekitar 10 menit, mereka dapat sesuatu dr konten kita. Nah itu yang harus kita punya. Konten kreator harus terus update ilmu, kalo dia mau bahas investasi memang dia harus jd investor, sehingga ada sesuatu yang bisa diceritakan, dan harus yang benar sehingga tdk menimbulkan kontroversi dan dicancel oleh society.

Yang kedua memang harus belajar cara main algoritma dr sosial media. Karena kita kan numpang untuk posting di sosial media. Jadi kita ga bisa blame the platform, kenapa saya sudah bikin 50 konten tp ga ke boost. Ya kalau nomor 1 sudah oke, cara kita packagingnya dgn title, thumbnail, penyajian kita di 1 video boring / ngga, ada yang bisa dicut ga, editing kalo dikasih soft touch animasi dikit2 jadi lebih menarik, atau kualitas audio, kamera, dll itu yang perlu ditingkatkan.

Yang ketiga, harus konsisten ya mau ga mau kita mau bikin konten sebgus apapun kalo postingnya 2 bulan sekali agak susah, kecuali kalo bener2 yang wah banget. Memang harus konsisten, semakin konsisten kita posting, mungkin dari 50 video, video ke 47 atau ke 39 yang kita ga duga2 yang akan ditonton sama org2. Dari situ kita punya strategi oh ternyata orang2 banyak suka ketika saya bahas ttg reksadana. Berikutnya saya akan perbanyak konten2 ttg reksadana karena mungkin orang banyak dapet value dr kita.

Yang keempat, kita perlu sadar kalau konten kita sbenernya bisa dimonetize lewat adsense. Tapi sebenarnya ada sumber2 lain selain adsense yang kita bisa gunakan. Kalo saya pribadi ada adsense nominalnya sekian per bulan, tapi di sisi lain ada sumber pendapatan lain. Misalnya dari sisi sponsorship / partnership kita bisa memanfaatkan. Itu bisa mengurangi burnout. Artinya kalo secara views gagal tapi masih ada sumber income lain dari si sponsor. Kemudian yang berikutnya ada juga referal marketing. Jd kalo kita mengenalkan aplikasi investasi itu ada kode referal yang bisa diisi dan bisa jadi pendapatan tambahan bagi kita. Berikutnya dapet dari undangan sbg pembicara, yang kecil2, kemudian kalau seandainya kelas bisa jual kelas. Nah itu sih. Sadari kalo jadi konten kreator ada sumber pendapatan lain yang bisa mensupport kita ketika youtube sbg platform



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

“mematikan” growthnya kita. Sehingga kita yang sudah terlanjur bikin team masih bisa ttp jalan dan memberi edukasi yang bagus.

Peneliti : Pandangan mengenai influencer yang akhir2 ini bermunculan?

DP : Bagi saya mereka bermunculan, saya mewakili mereka, itu bukan sesuatu yang bisa kita hindari. Karena ini adalah bagian dr perkembangan industri digital. Jadi pasti akan bermunculan. Masalahnya memang ga hanya di influencer. Media yang konvensional pun banyak yang isinya ga sesuai ataupun media yang muncul tp isinya hoax, bahkan dr media besar. Memang dari kitanya yang harus bisa belajar untuk filter dgn cara memperkuat literasi keuangan. Karena susah bagi kita untuk bisa membendung influencer yang buruk. Kita harus mengenali sendiri mana influencer yang baik dan yang buruk. Begitupun dgn investasi, yang baru pun akan bermunculan. Tapi gimana caranya kita ga terjebak di investasi bodong, ya kita harus memperkuat pengetahuan kita sendiri. Gimana caranya tau media massa ada yang hoax ada yang ngga, kita harus memperkuat pengetahuan kita pribadi. Tanggapan saya ga bisa terelakkan si influencer ini. Satu2nya cara supaya ga terjebak influencer yang ga bagus ya keluar dari sosial media, masalahnya bisa ga keluar dari sosial media? Susah pasti kalo skrg ini apalagi kalo gen z yang hidupnya dari kecil sudah pake sosial media.

Peneliti : Apakah seorang influencer khususnya di bidang investasi harus memiliki kriteria tertentu?

DP : Sebenarnya saya juga agak bingung terminologi influencer ini pertama siapa yang mencetuskan / mengeluarkan, siapa yang mengatakan org ini adalah influencer org ini adalah bukan. Karena kita pun org biasa sebenarnya influencer bagi org sekitarnya. Ayah influencer buat anak2nya. Masalahnya mungkin di socmed pasti salah satu kriteria utamanya adalah yang liat, yang dengerin, yang ngikutin untuk bisa jd seorang influencer. Ada banyak teori yang nyeritain untuk jumlah followers tertentu maka namanya adalah mikro influencer, nano, mega, saya pribadi gatau ttg kategori seperti itu dan saya juga gatau apakah perlu ada kriteria untuk dari sisi metriks2 karena jumlah followers pun bisa dibeli skrg, murah untuk



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dibeli, tapi saya ga pernah beli followers ya. Tapi iklan2 untuk beli followers banyak kita temui di kolom komentar artis dlsb. Jadi saya gatau kriteria brp jumlah followers minimum untuk bisa dikatakan dia itu menginfluence atau tidak. Tapi yang paling penting sebenarnya adalah apa yang mereka omongkan, itu yang menurut saya paling penting. Mungkin ada yang subcribernya hanya 5rb/10rb tp yang diomongkan make sense dan memberikan value bagi org yang mendengarkan itu bisa dikatakan influencer juga. Ada yang punya followers/subcriber 1juta tapi isinya ga karu2an ya bukan influencer yang baik.

Peneliti : Apakah latar belakang influencer penting?

DP : Harusnya penting. Karena kalo bukan dr latar belakang yang bagus, misal mereka pernah scheme dsb otomatis biasanya dr konten2 yang disebarakan ada udang dibalik batu, mengarah ke ini itu, misalnya diarahkan ke kelas pd akhirnya kelasnya ada penipuan. Latar belakang menurut saya penting cuma bukan berarti org yang punya latar belakang bagus sekalipun misalnya s3 di luar negeri, univ terkenal, itu bisa lebih bagus dibanding org yang cuma investor biasa, yang dapat dr perjalanan investasi, yang mungkin punya tempramen / behaviour di pasar saham yang lebih bagus, kaya pak lo kheng hong, dia kan nobody. Dia orang miskin bahkan sampai bisa sukses ini. Org2 yang punya latar belakang yang lebih tinggi, startnya lebih banyak wealthnya dibanding pak lkh justru kalah.

Peneliti : Apakah lisensi/ sertifikasi penting?

DP : Masalahnya lisensi tsb sesuai dgn bidangnya mereka. Misalnya CFA untuk menjadi research analyst di sekuritas, CFP untuk financial planner. Nah ada CFA dan CFP yang pd akhirnya jd konten kreator, tapi ketika menjadi konten kreator/influencer harus mengikuti sertifikasi tersebut. Tapi mereka ikut sertifikasi tsb untuk jadi profesional di bidangnya. Dan it happens ketika mereka dapat sertifikasi tsb mereka jd konten kreator. Menurut saya ga wajib, cuma ketika mereka punya gelar CFP CFA kita jd tau mereka ada kompetensi. Bukan berarti ketika punya kompetensi apa yang mereka omongkan selalu bener, ada kalanya salah. Cuma setidaknya tau aja oh ini ada gelarnya.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Kolaborasi, awal kolaborasi dgn radit & rivan kurniawan, tujuan?

DP : Dari bang radit jujur saya ga nyangka. Waktu itu bang radit sempat posting di story 1 video saya ttg expense ratio di reksadana. Itu kaget sih siapa sih, kita ini semacam rakyat jelata dinotice sm org yang tinggi. Awalnya kaya gitu aja. Terus entah kenapa triggernya kalo ga salah, saya sempet kasih ekspresi di insta storynya, ga lama setelah itu saya gatau apakah itu bang radit / timnya lewat akunnya bang radit, kontak saya ajak kolaborasi. Keliatannya dr pembahasannya seolah2 seperti first person. Pd intinya mau ajak kolaborasi untuk bahas reksadana, dana pensiun. Jadi ga ada planning apa2 dr saya pribadi jujur. Ketika ada kesempatan itu saya coba terima. Beliau kasih kisi2 apa yang mau dibahas. Janjian kapan, waktu itu karena saya ga di jakarta, saya pake zoom.

Kalo sama pak rivan ada staffnya dia yang dm / whatsapp. Janjian untuk tukar konten. Setelah itu kita tukar konten, ga ada yang spesial juga. Karena saya tergolong pasif. Sama pak kevas efander jg dr beliaunya yang approach saya. Karena saya ga ada visi seperti mereka untuk ngembangin channel ya. Kalo mereka sbg fokus di sosial media ada tim dan fokus untuk ngembangin itu. Kalo saya untuk 1 minggu survive 1 konten aja sudah bagus bagi yang part timer. Nah kebanyakan memang yang ngundang dr pihak yang lain bukan dr saya. Dari dm awalnya, tukar no whatsapp, janjian, akhirnya kenalannya pd saat itu, pas ngobrol lgsg bikin konten.

Peneliti : Apakah ada influencer lain yang mengajak kolaborasi ditolak sama bapak?

DP : Paling ada 1-2 yang email saya tapi saya ga bales. Tapi tawaran kolaborasi ga banyak juga sih. Lebih banyak tawaran jadi pembicara. Yang saya tolak memang ada 1 influencer yang lebih ke arah crypto, jd saya ga bales, ga jd top priority untuk bales. Ada 1 lagi yang bingung aja sama influencer ini secara collabnya mau bahas apa. Ga ada titik temu valuenya mau bahas apa. Yang pasti jumlah subscriber bukan jd tolak ukur. Karena saya ada diundang oleh channel youtubanya gereja, dan saya oke2 aja. Subscribernya malah ga sampe 100 ya oke kok untuk collab. Tapi kalo saya rasa ini akan berpotensi digiring ke pertanyaan2 yang pd akhirnya saya ga



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

enak untuk jawabnya, saya ga terima. Ada yang ngajak collab saya namanya pink, dulu ga sampe 1k, atau bahkan belum buka sama sekali. Yang pasti jumlah subscriber bukan jd tolak ukur.

Peneliti : Pandangan bapak terhadap strategi edukasi bei dan ojk. Apakah bapak mengikuti?

DP : Jujur saya follow akunnya dan ngeliat kontennya sesekali, tp saya ga ngikuti edukasinya secara detail. Cuma tau aja mereka ada channel idxchannel, kemudian ada akun instagram, tapi saya ga ngikuti. Karena kontennya ga relate dgn saya pribadi. Konten yang mereka jelaskan kan very basic untuk investor pemula, cara buka rekening, saham itu apa, yang itu mungkin sudah dapatkan ketika investasi saham beberapa tahun lalu. Saya juga ga ngikutin kurang personal touchnya, lebih ke arah normatif, kaya kita baca berita biasa, ga ada personality. Misalnya saya mau ngikutin org, personality punya peranan penting juga. Let say felicia putri, mindsetnya dia sbg seorang investor saya juga follow, ada keterikatan dgn prinsip2 yang dia punya, celetukan / apa yang dia lontarkan. Kalau BEI lebih normatif, kaya baca detik.com. Ga ada ikatan batinnya, mungkin karena institusi. Tapi agak ga adil kalo dibilang kekurangan, karena kontennya memang untuk investor pemula. Untuk saya kurang relate.

Peneliti : Saran?

DP : Ga sesuai style aja kayanya. Kalo saya liat ya oke sebenarnya, dari sisi visual ada sisi improvement, atau mungkin waktu itu saya liat di cabang yang lebih ga ada improvement. Sudah lebih bagus, ada beberapa meme yang mereka kasih. Ada kan orang yang suka konten kreator a tapi ga suka konten kreator b. Kalo saya liat sudah lumayan ada improvement. Videonya juga sudah ngundang influencer tapi ga terlalu banyak. Mungkin saran saya lebih banyak mengundang komunitas saham atau komunitas konten kreator yang dianggap bisa merepresentasikan rakyat jelata. Karena kadang influencer bisa menjadi jembatan, karena bahasanya lebih mirip atau lebih banyak berinteraksi jadi lebih tau masalah2 yang ada. Sehingga lebih tepat sasaran kontennya.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peneliti : Masukan kepada bei berkaitan dgn munculnya investasi2 bodong, money game?

DP : Permasalahannya adalah apakah mereka lihat atau tidak, edukasi ataupun larangan2 dr ojk. Saya pribadi pernah melihat satgas investasi. Di satgas investasi ada daftar investasi bodong, tapi saya yakin 1 dari 10 teman saya yang follow investasi, belum tentu tau website itu. Taunya mungkin dr berita mainstream ataupun youtube. Saya lihat beberapa bulan terakhir sudah bagus mengundang pakar2, pak roy sakti, atau pakar apa yang vokal nah itu juga tetap bisa diteruskan atau semacam dibuat ada program khusus entah sebulan sekali yang memang mengundang orang2 yang punya massa. Dan ketika org2 yang punya massa itu diposting di platform video tertentu, karena yang diundang adalah tokoh maka bisa jadi viewsnya akan lebih tinggi dan lebih menyebar ke orang2 yang belum tau channel2 dari ini. Jadi memang sama seperti iklan. Sekarang iklan2 ga hanya di tv aja masuk, tapi di slot2 influencer, iklan apapun yang dulu sering dilihat di tv sekarang kebanyakan bisa masarin, bukan tanpa alasan ya karena memang influencer sbg pihak yang lebih dekat dgn komunitas. Dulu orang direct ke tv / direct melalui websitenya mereka. Skrg cara itu sudah kurang karena jarang org yang direct lihat ke situsnya ojk atau apa, atau di channelnya institusi tersebut. Kebanyakan org2 tersebut lihat ke influencer dan itu bisa dimanfaatkan.

Peneliti : Program / strategi edukasi yang efektif di socmed?

DP : Ini cocoknya ditanyain ke content strategy karena mereka tau dgn tipe seperti apa akan menghasilkan insight seperti apa. Kebetulan saya kerjasama dgn brand, ada bagian KOL/ key opinion leader. Jd mereka tau kira2 campaign yang bakal sukses kaya gimana, dgn metrik2 tertentu kaya gimana. Jujur kalo saya pribadi agak susah untuk memberikan jawaban yang mungkin jawaban saya juga akan salah ya. Jadi kalo ditanya konten apa yang bisa dikasihkan, menurut saya konten2 yang bisa relate dgn masyarakat pd saat ini. Kadang2 yang dibahas bukan isu2 yang relate. Dan dgn format yang lg kekinian. Mungkin kalo mau lihat beberapa contoh ya bisa cek di akun bibit, ternak uang, cara mereka menyampaikan itu relate





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan pakai bahasa yang kadang2 tuh lg trending. Itu bisa. Kemudian bisa melibatkan yang non investasi. Misalkan stand up comedian dgn bahasanya mereka, dgn personanya mereka, untuk bisa memberikan edukasi juga. Cuma saya gatau yang saya omongkan efektif / ngga karena harusnya ada yang lebih jago lagi untuk ngukur2 itu.

Peneliti : Pencapaian yang diperoleh?

DP : Dari sisi kepuasan batin, pencapaian saya bisa kasih edukasi ke org2 yang sebelumnya belum tau investasi. Pencapaian terbesar saya adalah ketika bacain komentar org2 yang grateful karena saya mereka terbantu. Itu juga yang menyemangati saya untuk keluar dr burnout. Ada beberapa yang bilang saya ga kenal investasi, kelilit utang, selalu ngabisin uang, skrg mereka berubah. Itu menurut saya kepuasan batin nomor 1. Di samping hal2 lainnya yang bisa diukur dgn mata.

Kemudian pencapaian yang saya juga lumayan seneng ketika dapat silverplay button, narasumber – recognition sbg youtuber ga nyangka bisa diberikan kesempatan seperti ini. Itu piagam biasa tp ketika saya ngeliat itu bukan silver play buttonnya, tapi usaha dan perjuangannya itu keliatan di situ, struggle, dll. Jadi semacam penanda sudah dipercaya sejauh ini.

Yang berikutnya punya kesempatan2 untuk bekerjasama dgn orang ataupun institusi tertentu. Yang terakhir ada bukatalks. Agak kaget juga diconsider untuk bisa masuk di bukatalks, beberapa brand juga kaya bibit dan brand lain yang ngajak collab. Padahal saya nobody.

Yang paling utama ya pencapaian batin ketika bacain komentar org2 yang grateful dgn konten sy.

Peneliti : Self assessment

DP : Saya masih di scale 7. Yang saya kagumi beberapa konten kreator contohnya felicia putri, itu story flownya bagus, terstruktur, kemudian visual animasinya jauh dr sy. Tapi saya jadi inget kalo memang setiap konten kreator punya strength dan weaknessnya sendiri. Saya weaknessnya lebih ke arah story telling saya tidak serapi konten kreator lain, dan ga punya tim untuk ngedit sebgus itu. Jadi sebisa saya, saya lakukan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kalo untuk frekuensi konten saya merasa kurang banyak dalam artian paling 1 bulan cuma bisa 5x. Mungkin kalo bisa diimprove 1 minggu 2x. Kalo di scale, mungkin 7 untuk frekuensi.

Untuk isi penyampaian, kadang2 ada topik yang bisa lebih detail nyampeinnya, tapi orang bakal bosan. Nah gimana caranya balance antara detail dan enak ditonton itu juga tantangan bagi saya.

Rata2 raw footagenya saya bisa sampe 30 menit, sering jadi 11 menit. Jadi cuttingnya banyak banget. Jadi ada beberapa penjelasan sy, let say mau jelasin ttg bobot saham di reksadana. Saya donlot gambar, donlot excel dll tapi akhirnya dicut hanya muncul di hasil akhir, karena belajar dr analitics untuk tipe2 kaya gitu rada turun. Kayanya masih mencari balance gimana caranya dgn waktu yang memang youtube prefer 10-15 menit, itu bisa ttp compact dan jelas.

Maybe kurang variasi penyampaian konten juga, ga sebanyak konten kreator lain. Ya itu tadi karena memang beberapa hal yang ga saya coba dan gamau saya coba. Saya kurang banyak eksplorasi.

Peneliti : Rencana ke depan

DP : Jujur saya ga ada plan, ga seambisiun konten kreator lain yang punya tim. Saya yakin mereka punya plan tertentu ingin bertumbuh sekian banyak dll, kalo saya lebih ke arah jalan mengikuti arus karena saya punya pekerjaan utama ga ada waktu yang bisa didedikasikan, kedua ga begitu ambisius. Kenapa orang ambisius? Karena mereka ingin edukasinya tersebar / ingin uangnya? Kadang2 itu bisa tipis. Orang bisa ambisius untuk bikin konten untuk dapet uang yang banyak. Saya ga ada motivasi banyak untuk dapet uang dr konten kreator, jadi saya ga ada ambisi untuk punya growth, partnership dr brand, dll. Jadi planning kedepannya ya tetep konsisten. Karena tetap konsisten aja sudah challenge untuk yang 2 tahun bikin channel youtube.



Lampiran 5 Lembar Bimbingan Penulisan Skripsi

**LEMBAR BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI**

NIM : 1804441021  
 Nama : Rizka Ismi Khoiriah  
 Program Studi : Manajemen Keuangan  
 Nama Dosen Pembimbing : Anis Wahyu Intan Maris, S.E., M.S.M.

No	Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
1.	8 Maret 2022	Arahan awal terkait penulisan Bab I s.d. Bab III	
2.	30 Maret 2022	Bimbingan, <i>review</i> , dan pemberian <i>feedback</i> Bab I s.d. Bab III	
3.	13 April 2022	Bimbingan Bab II	
4.	15 April 2022	Bimbingan, <i>review</i> , dan pemberian <i>feedback</i> hasil revisi Bab I s.d. Bab III	
5.	16 April 2022	Bimbingan Bab III	
6.	13 Mei 2022	<i>Review</i> dan fiksasi <i>Interview Guideline</i>	
7.	25 Juli 2022	Bimbingan olahan data bab IV	
8.	2 Agustus 2022	Bimbingan, <i>review</i> , dan pemberian <i>feedback</i> hasil revisi Bab IV s.d. Bab V	

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9.	3 Agustus 2022	Bab I s.d. Bab V disetujui untuk sidang skripsi	
----	----------------	---	--

Menyetujui

KPS Manajemen Keuangan,

Depok, 3 Agustus 2022



Ratna Juwita, S.E., M.S.M., M.Ak.

NIP. 198607272019032006



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

