

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Untuk perancangan media informasi ini, metode pengambilan data yang digunakan adalah *hybrid*, yaitu penggabungan dari data kualitatif dan kuantitatif untuk meningkatkan kebenaran data dan melakukan verifikasi data. Wawancara akan dilakukan dengan narasumber ahli dan non-ahli sebagai teknik pengumpulan data kualitatif. Sedangkan penyebaran kuesioner akan dilakukan kepada target audiens sebagai teknik pengumpulan data kuantitatif.

3.1.1 Metode Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah teknik pengumpulan data yang hasil akhirnya berasal dari olahan statistik dan dapat dihitung dengan angka (Sujarweni, 2014). Dalam merancang kampanye website simulasi investasi bodong sebagai pencegahan tingginya kasus investasi bodong di Indonesia, maka penelitian terhadap target audiens perlu dilakukan agar langkah-langkah yang diambil dalam merancang media informasi ini menjadi tepat sasaran dan berguna bagi target audiens. Maka dari itu, disebarkannya kuesioner secara *online* melalui Google Form.

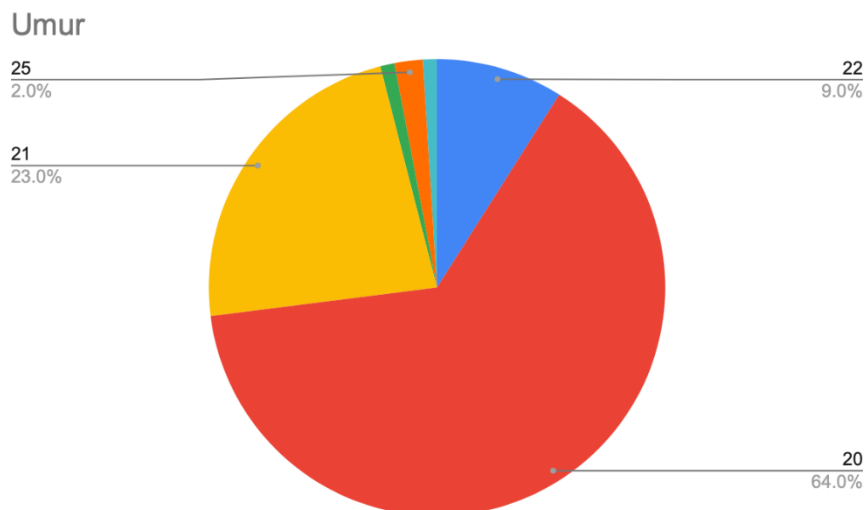
Kuesioner ini bersifat campuran, dimana terdapat beberapa pertanyaan dengan jawaban tertutup dan juga jawaban terbuka sehingga para target audiens dapat menyampaikan pendapat mereka dengan lebih leluasa. Kuesioner disebar pada 21 Februari 2022 hingga 23 Februari 2022. Kuesioner disebar dengan menggunakan *non-random sampling* dimana hanya mereka yang tertarik untuk berinvestasi saja yang dapat mengisi kuesioner ini. Dikarenakan perancangan ini ditujukan kepada mereka yang berusia 20-29 tahun dengan pendidikan terakhir SMA, D3, atau S1/D4 yang merupakan warga negara Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2021), populasi target audiens berusia 20-29 tahun adalah sebanyak 44.958 jiwa, maka besaran sampel yang perlu dikumpulkan dalam penyebaran kuesioner adalah

sebanyak 100 responden dengan 10% derajat ketelitian. Berikut merupakan penjabaran dari perhitungan besaran sampel dengan menggunakan rumus Slovin.

$$\begin{aligned}
 S &= N : 1 + (N \times e^2) \\
 &= 44.958 : 1 + (44.958 \times (10\%)^2) \\
 &= 99,78 \text{ responden} \\
 &= 100 \text{ responden (setelah pembulatan)}
 \end{aligned}$$

3.1.1.1 Karakteristik Target Audiens

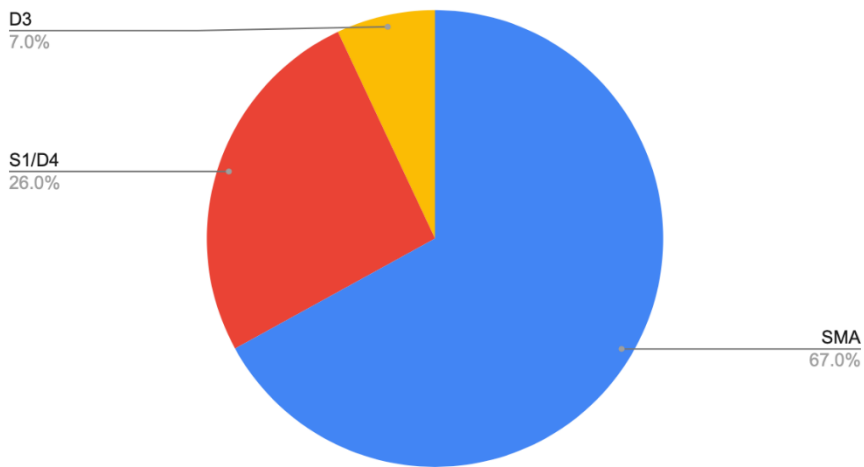
Berdasarkan kuesioner yang telah disebar, target audiens yang terkumpul 68% perempuan dan 32% laki-laki. Usia responden sesuai dengan target audiens dari perancangan ini, yaitu 20 tahun (64%), 21 tahun (23%), 22 tahun (9%), 25 tahun (2%), dan yang terakhir adalah 23 tahun (1%) dan 24 tahun (1%).



Gambar 3.1 Usia Responden

Dikarenakan hampir semua target audiens berusia 20-21 tahun, maka kebanyakan dari mereka (67%) memiliki pendidikan terakhir di jenjang sekolah menengah atas. Sedangkan 26% responden memiliki pendidikan terakhir di jenjang S1 atau D4. Dan 7% berpendidikan terakhir di jenjang D3.

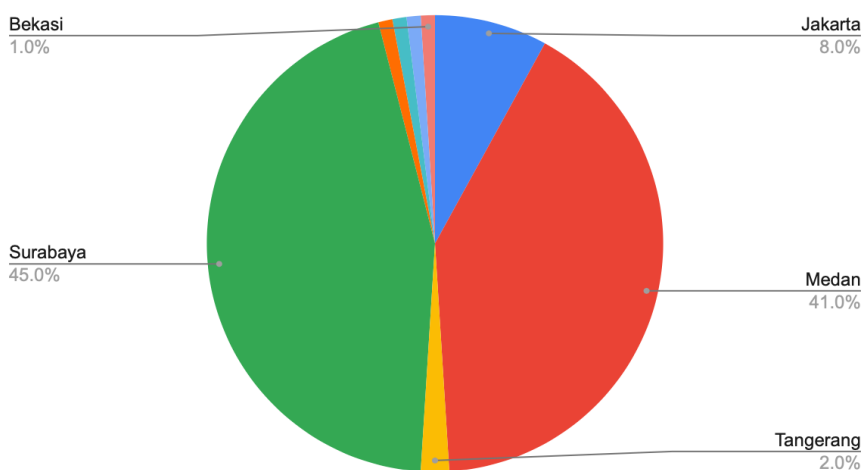
Pendidikan Terakhir



Gambar 3.2 Pendidikan Terakhir Responden

Target audiens mayoritas berasal dari kota-kota besar di Indonesia. 45% responden berdomisili di Surabaya, 41% responden berdomisili di Medan, dan 8% responden berdomisili di Jakarta. Sedangkan 2% responden berdomisili di Tangerang, 1% di Bekasi, Depok, dan Jambi.

Domisili

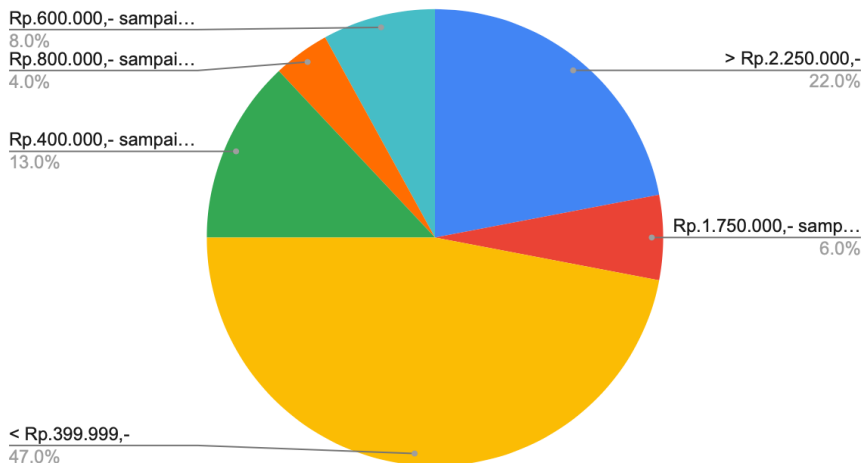


Gambar 3.3 Domisili Responden

Sedangkan untuk pendapatan, 47% responden berpenghasilan di bawah Rp.399.999,00, 22% berpenghasilan di atas Rp.2.250.000,00 setiap bulannya. dan 13% berpenghasilan

Rp.400.000 hingga Rp.599.999,00 setiap bulannya. Selain itu 8% responden berpenghasilan Rp.600.000,00 hingga Rp.799.999,00 setiap bulannya. 6% responden berpenghasilan Rp.1.750.000,00 hingga 2.249.999,00 dan 4% responden berpenghasilan Rp.800.000,00 hingga Rp.1.749.999,00 setiap bulannya.

Pendapatan Perbulan



Gambar 3.4 Pendapatan Target Audiens

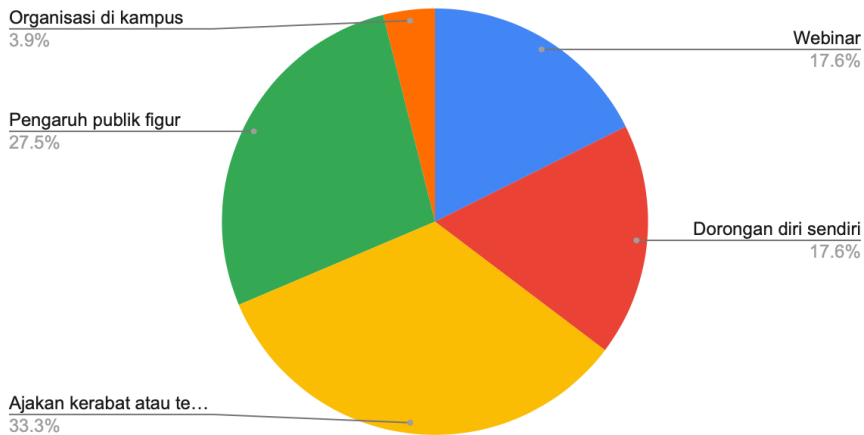
3.1.1.2 Pengalaman Target Audiens terhadap Investasi Online

1) Target Audiens yang Belum Pernah Berinvestasi

Kebanyakan dari target audiens (57%) belum pernah melakukan investasi *online* namun tertarik untuk mencobanya. Ketertarikan tersebut muncul dari ajakan teman atau kerabat (33,3%) dan banyak juga target audiens yang tertarik berinvestasi akibat dari pengaruh publik figur (27,5%). Selain dari ajakan teman dan juga publik figur, banyak responden yang tertarik untuk berinvestasi dari webinar (17,6%) dan juga dorongan dari diri sendiri (17,6%).

Selain itu juga organisasi di kampus berpengaruh dalam membuat target audiens tertarik terhadap investasi (3,9%).

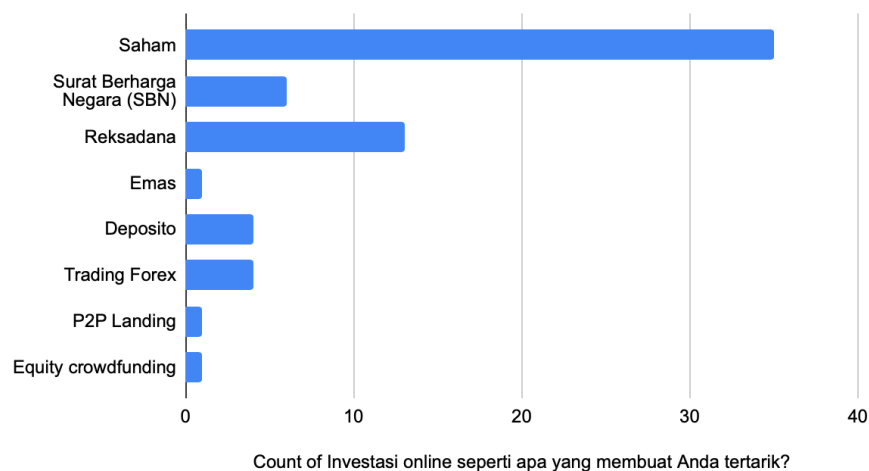
(Belum Berinvestasi) Berawal darimanakah ketertarikan Anda untuk berinvestasi online?



Gambar 3.5 Awal Ketertarikan Terhadap Investasi

Jenis investasi yang membuat mereka tertarik adalah berinvestasi pada saham (dipilih 35 kali). Saham memiliki resiko yang lebih tinggi bagi para investor karena tidak berada di bawah lembaga pemerintah seperti reksadana. Selain saham, para responden juga tertarik dengan reksadana (dipilih 13 kali). Selanjutnya adalah investasi Surat Berharga Negara (SBN) sebanyak 6 orang, deposito dan *trading forex* dipilih sebanyak 4 kali. Emas, P2P Lending, dan *equity crowdfunding* dipilih sebanyak 1 kali.

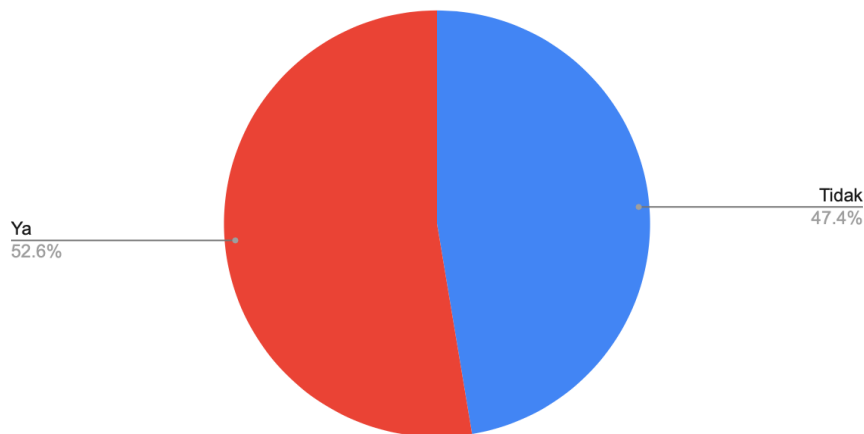
Investasi online seperti apa yang membuat Anda tertarik?



Gambar 3.6 Jenis Investasi yang Diminati

Walaupun saham memiliki resiko yang tinggi, sebanyak 52,6% responden yang belum pernah berinvestasi beranggapan bahwa investasi merupakan upaya untuk mendapatkan keuntungan yang banyak dengan waktu yang sangat cepat. Sedangkan 47,4% responden tidak berpendapat seperti demikian.

(Belum Berinvestasi) Apakah menurut Anda berinvestasi dapat memberikan keuntungan yang tinggi dalam waktu yang cepa...

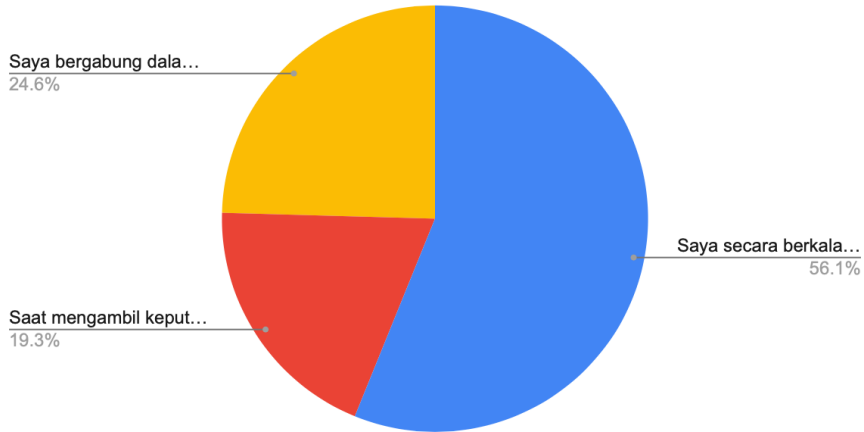


Gambar 3.7 Ketertarikan Investasi Online bagi yang Belum Berinvestasi

Dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi, para responden (56,1%) akan menganalisis pertumbuhan perusahaan. Namun, tidak sedikit juga para target audiens yang belum pernah berinvestasi akan mengambil keputusan dalam investasi berdasarkan keputusan atau mengikuti saran dari teman atau kerabat (24,6%). Dan juga masih ada target audiens yang menggunakan firasat pribadi saat mengambil keputusan dalam berinvestasi (19,3%).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

(Belum Berinvestasi) Pilih salah satu pernyataan yang paling menggambarkan Anda

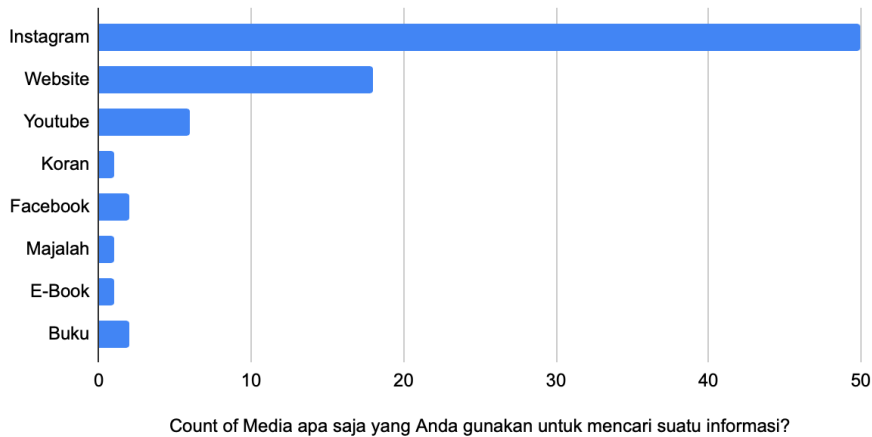


Gambar 3.8 Pemikiran Target Audiens yang Belum Berinvestasi

Dalam kuesioner juga ditanyakan mengenai media yang sering digunakan oleh para target audiens. 96,5% menjawab bahwa media yang paling sering digunakan adalah media digital. Sedangkan 1,8% responden masih menggunakan media konvensional. Target audiens juga diberi pertanyaan mengenai media yang digunakan saat ingin mencari informasi mengenai sesuatu. Jawaban para target audiens adalah Instagram (dipilih 50 kali), disusul oleh *website* (dipilih sebanyak 18 kali), dan juga YouTube (dipilih 6 kali). Selain itu juga terdapat Facebook dan buku yang dipilih sebanyak 2 kali. Dan majalah, koran, *e-book* yang dipilih sebanyak satu kali.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

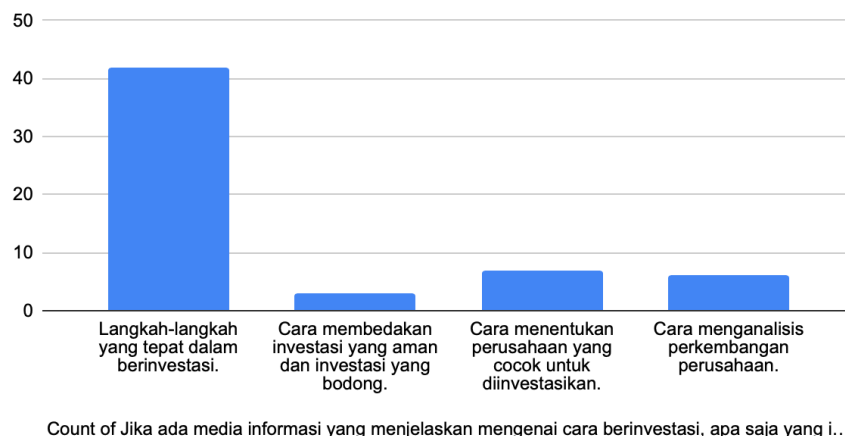
(Belum Investasi) Media apa saja yang Anda gunakan untuk mencari suatu informasi?



Gambar 3.9 Media yang Digunakan bagi Mereka yang Belum Berinvestasi

Menurut 98,2% target audiens, media informasi mengenai investasi dibutuhkan oleh mereka sebagai pemandu dalam berinvestasi bagi pemula. Dan jika kedepannya akan dibuat media informasi mengenai investasi, para target audiens berharap akan adanya materi-materi yang memberikan informasi berupa langkah-langkah yang tepat dalam berinvestasi dan cara menentukan perusahaan yang cocok untuk diinvestasikan.

(Belum Berinvestasi) Jika ada media informasi yang menjelaskan mengenai cara berinvestasi, apa saja yang ingi...

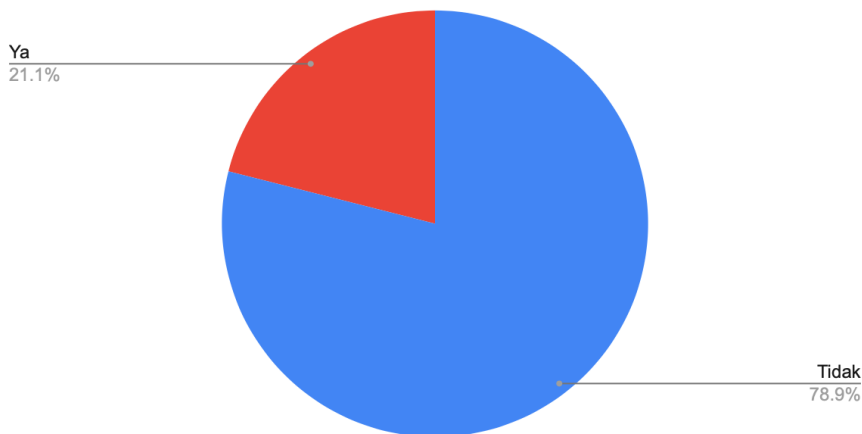


Gambar 3.10 Isi dari Media Informasi yang Diinginkan

NUSANTARA

Selain meliputi hal-hal tersebut, para target audiens juga memerlukan informasi mengenai cara membedakan investasi yang aman dan investasi bodong. Hal tersebut terbukti dari data hasil penyebaran kuesioner yang mengatakan bahwa 78,9% responden belum bisa membedakan investasi aman dan bodong.

(Belum Berinvestasi) Apakah Anda tau cara membedakan investasi yang aman dan investasi bodong (penipuan)?



Gambar 3.11 Responden dalam Membedakan Investasi Bodong dan Aman

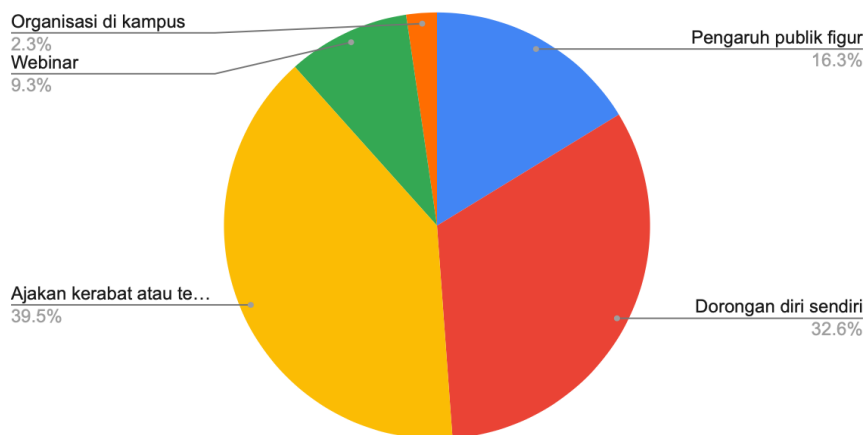
Sedangkan untuk 21,1% responden dapat membedakan investasi bodong dengan cara-cara sebagai berikut:

- a) Mencari tahu dari tanggapan orang lain yang sudah berinvestasi (*testimonial*).
- b) Mencari sumber yang terpercaya mengenai investasi tersebut.
- c) Menggunakan analisis pribadi dan juga firasat pribadi.
- d) Investasi bodong tidak memiliki izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- e) Perusahaan memiliki lisensi yang jelas.
- f) Perusahaan investasi yang aman adalah yang memiliki penanggungjawab dan memiliki sampel dari pemerintah.
- g) Investasi bodong pada umumnya memaksakan untuk memberikan penawaran yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi juga.

2) Target Audiens yang Sudah Pernah Berinvestasi

Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 43% responden sudah mulai berinvestasi. Sama seperti para responden yang belum mulai berinvestasi, responden yang sudah pernah berinvestasi dahulunya memulai investasi dikarenakan ajakan kerabat atau teman (39,5%) dan juga dorongan dari diri sendiri (32,6%). Selain itu juga sebanyak 16,3% responden dipengaruhi oleh publik figur, 9,3% dari mereka memiliki ketertarikan terhadap investasi berawal dari webinar dan 2,3% dari organisasi kampus.

(Sudah Berinvestasi) Berawal darimanakah ketertarikan Anda untuk berinvestasi online?

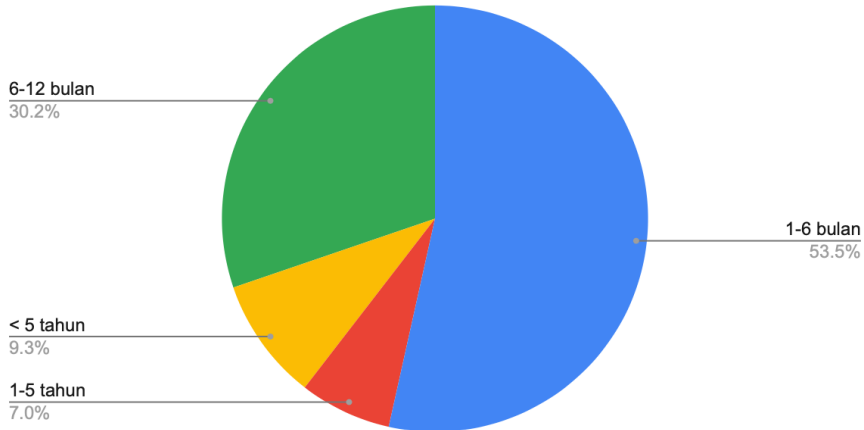


Gambar 3.12 Awal Ketertarikan Investasi Online bagi yang Sudah Berinvestasi

53,5% responden memulai berinvestasi sejak 1 hingga 6 bulan yang lalu. Sedangkan 30,2% responden sudah berinvestasi selama 6 hingga 12 bulan. Bahkan 9,3% responden sudah di atas 5 tahun. Dan 7% dari responden sudah berinvestasi selama 1 hingga 5 tahun.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

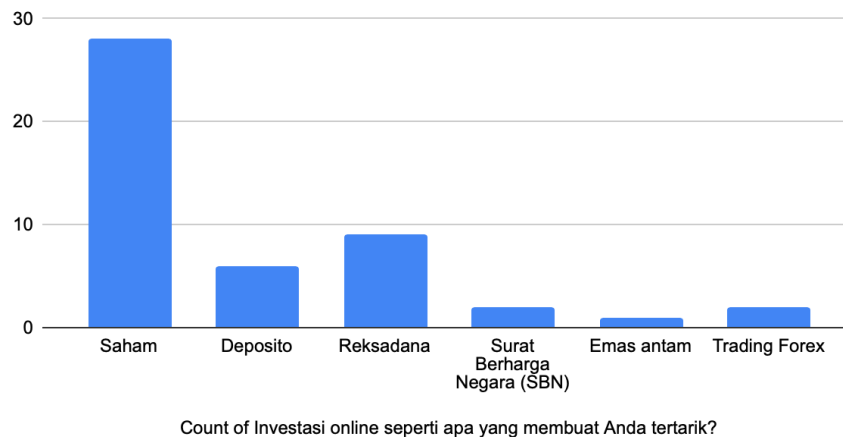
(Sudah Berinvestasi) Sudah berapa lamakah Anda berinvestasi?



Gambar 3.13 Durasi Responden dalam Berinvestasi

Para responden memulai investasi mereka di saham (28 kali), reksadana (9 kali), deposito (6 kali), Surat Berharga Negara (SBN) dan *trading forex* dipilih sebanyak 2 kali. Sedangkan untuk emas dipilih sebanyak satu kali.

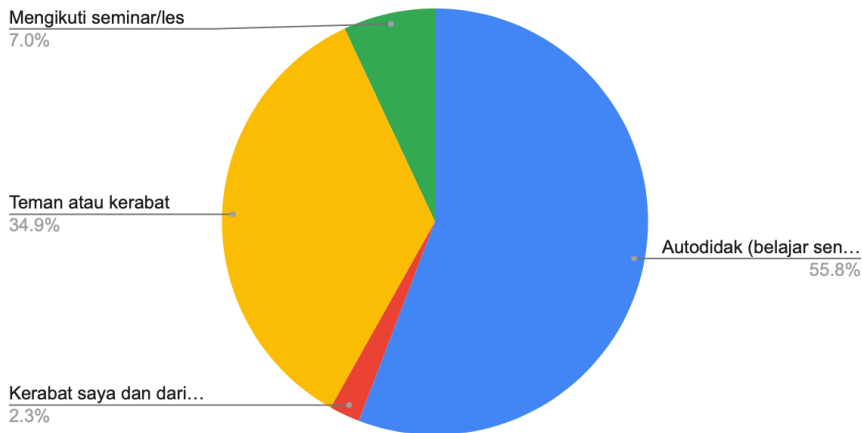
(Sudah Berinvestasi) Investasi online seperti apa yang membuat Anda tertarik?



Gambar 3.14 Jenis Investasi yang Diminati

Dan 55,8% dari responden mempelajari cara berinvestasi secara mandiri atau autodidak, selain itu 34,9% responden mempelajarinya melalui teman atau kerabat mereka. 7% responden mengikuti seminar atau les dan 2,3% responden mempelajari dari *internet*.

(Sudah Berinvestasi) Darimanakah Anda mempelajari cara berinvestasi?

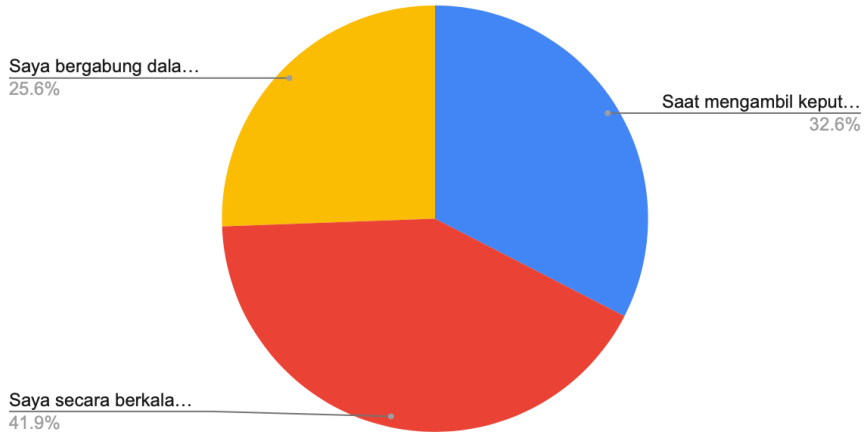


Gambar 3.15 Cara Responden Mempelajari Investasi

Bagi para responden yang telah berinvestasi, 48,8% responden mengatakan bahwa investasi adalah cara memperoleh keuntungan dengan cepat dan mudah. Sedangkan 51,2% dari mereka mengatakan sebaliknya. Berinvestasi tidaklah mudah dikarenakan sebanyak 41,9% responden menganalisis secara berkala perkembangan perusahaan yang diinvestasikan. Tetapi berdasarkan hasil kuesioner, masih banyak responden (32,6%) yang hanya menggunakan firasat pribadinya dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi. Serta 25,6% responden masih mengikuti keputusan dari kerabat atau teman yang mengajak mereka untuk berinvestasi.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

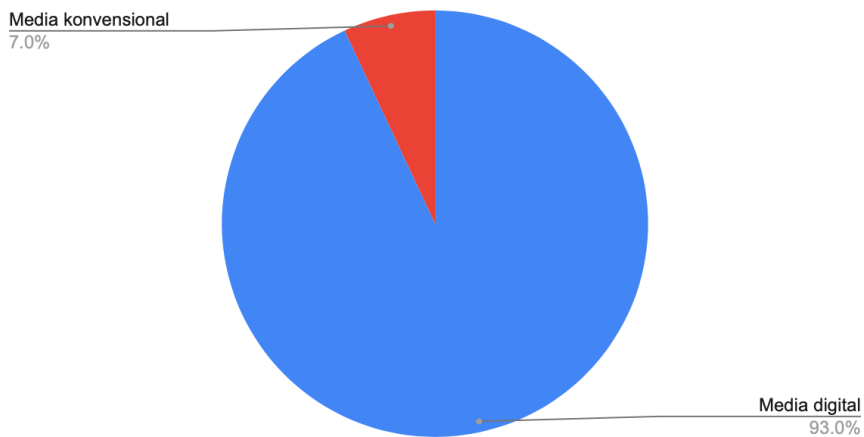
(Sudah Berinvestasi) salah satu pernyataan yang paling menggambarkan Anda



Gambar 3.16 Pemikiran Target Audiens yang Sudah Berinvestasi

Di saat para responden ingin mencari informasi mengenai sesuatu, 93% dari mereka mencarinya melalui media digital sedangkan 7% dari mereka menggunakan media konvensional.

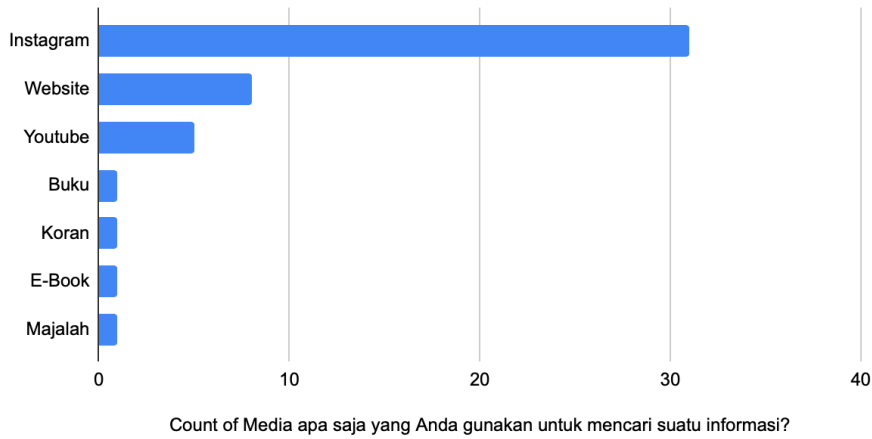
(Sudah Berinvestasi) Media apa yang sering Anda gunakan sekarang?



Gambar 3.17 Media yang Digunakan Responden

Para responden paling banyak menggunakan Instagram yang dipilih sebanyak 31 kali, *website* dipilih sebanyak 8 kali, dan YouTube dipilih sebanyak 5 kali. Sedangkan buku, koran, *e-book*, dan majalah dipilih sebanyak 1 kali setiap medianya.

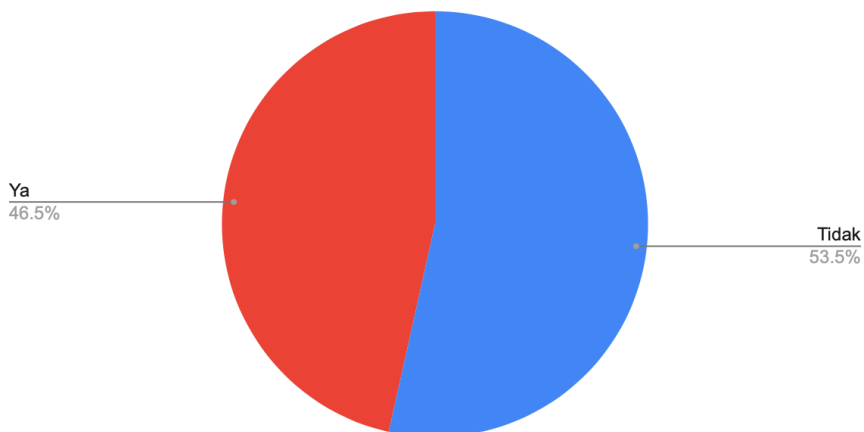
(Sudah Berinvestasi) Media apa saja yang Anda gunakan untuk mencari suatu informasi?



Gambar 3.18 Pemikiran Target Audiens yang Sudah Berinvestasi

Berdasarkan hasil kuesioner, 16,3% responden pernah tertipu saat berinvestasi. Dan juga walaupun sudah berinvestasi sejak lama, sebanyak 53,5% responden masih belum bisa membedakan investasi aman dan investasi bodong. Namun, beberapa responden dapat membedakan investasi bodong dari melihat izin perusahaan di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI). Selain itu, jika perusahaan menawarkan keuntungan yang tidak masuk akal, para responden tidak akan berinvestasi di sana.

(Sudah Berinvestasi) Apakah Anda tau cara membedakan investasi yang aman dan investasi bodong (penipuan)?



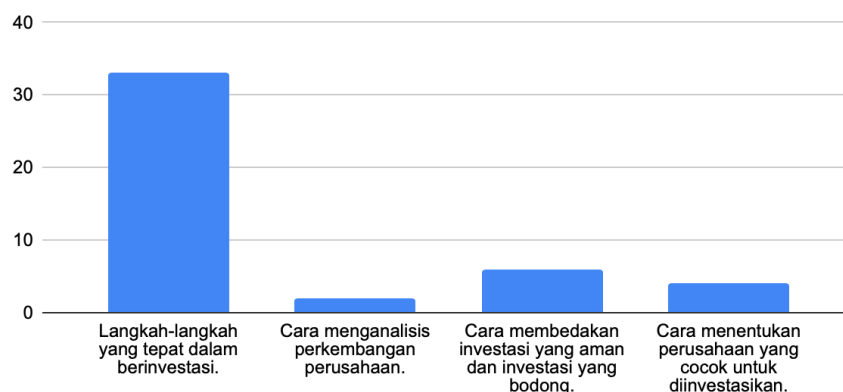
Gambar 3.19 Membedakan Investasi Bodong

Berdasarkan hasil kuesioner, para responden menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan sebelum memulai berinvestasi pada suatu perusahaan, sebagai berikut:

- a) Melakukan riset secara *online* terhadap perusahaan sebelum akhirnya berinvestasi.
- b) Memperhatikan dengan seksama bunga yang ditawarkan pada investasi tersebut.
- c) Menganalisis perusahaan untuk melihat kredibilitasnya.
- d) Melihat kondisi pasar saham.
- e) Melihat apakah perusahaan tersebut diberi izin oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (BAPPEBTI)

Jika terdapat suatu media informasi yang memuat mengenai cara berinvestasi, maka menurut para responden berikut adalah hal-hal yang perlu dimasukkan yaitu langkah-langkah yang tepat dalam berinvestasi (dipilih 33 kali), cara membedakan investasi yang aman dan bodon (dipilih 6 kali), cara menentukan perusahaan yang cocok untuk diinvestasikan (dipilih 4 kali), dan juga cara menganalisis perusahaan (dipilih 2 kali).

(Sudah Berinvestasi) Menurut Anda, hal-hal apa saja yang penting untuk diketahui saat berinvestasi?



Count of Menurut Anda, hal-hal apa saja yang penting untuk diketahui saat berinvestasi?

N U S A N I A R A

Gambar 3.20 Membedakan Investasi Bodong

3.1.1.3 Kesimpulan Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat disimpulkan beberapa hal seperti berikut:

- 1) Ketertarikan target audiens dalam berinvestasi dimulai dari ajakan kerabat atau teman dekat. Banyak dari mereka tidak memulai ketertarikan mereka dari dorong diri sendiri, sehingga mereka tidak mempelajari perusahaan yang mereka investasikan dan hanya mengikuti saran dari teman atau kerabat mereka. Beberapa dari mereka juga mempelajari investasi secara autodidak, dimana tidak ada petunjuk yang tepat dalam memulai berinvestasi.
- 2) Masih banyak target audiens yang menganggap bahwa berinvestasi merupakan cara untuk mendapat keuntungan dengan cara yang mudah dan cepat. Selain itu banyak dari mereka yang menggunakan firasat diri sendiri dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi. Dengan karakteristik seperti demikian, membuat mereka tidak menganalisis data perusahaan ataupun terbuai dengan perusahaan-perusahaan yang menawarkan *high return* yang tidak masuk akal. Pada akhirnya target audiens menjadi rawan terkena investasi bodong.
- 3) Banyak target audiens yang tidak memiliki dasar pengenalan investasi yang benar karena mereka mempelajari investasi secara autodidak atau dari kerabat atau kenalan.
- 4) Bagi para target audiens yang sudah berinvestasi dengan durasi waktu satu hingga dua belas bulan, masih banyak dari mereka yang tidak mengetahui cara membedakan investasi aman atau investasi bodong.
- 5) Beberapa target audiens dapat mengetahui investasi yang aman dan bodong dengan cara melakukan pengecekan terhadap surat izin perusahaan yang tersedia di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Izin Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjadi salah satu faktor

utama bagi banyak target audiens untuk memutuskan apakah ingin berinvestasi pada suatu perusahaan atau tidak.

- 6) Media yang sering digunakan oleh para target audiens dalam mencari suatu informasi adalah media digital, yaitu Instagram, *website*, dan YouTube. Hal tersebut dapat mengartikan bahwa para target audiens menyukai sesuatu yang interaktif dan informasi yang disertai dengan foto sebagai elemen visual.
- 7) Keberadaan media informasi diperlukan sebagai panduan bagi mereka yang baru ingin berinvestasi ataupun sudah berinvestasi namun tidak mengetahui cara membedakan investasi bodong atau aman. Media informasi ini dapat mempermudah para target audiens dalam menganalisis perusahaan investasi dan juga membuat mereka menjadi lebih mudah untuk mengakses informasi perusahaan.
- 8) Konten-konten yang ingin diketahui oleh para target audiens mengenai investasi adalah langkah-langkah yang tepat dalam berinvestasi dan cara menentukan perusahaan yang cocok untuk diinvestasikan.

3.1.2 Metode Kualitatif

Menurut Creswell (2016), metode pengumpulan data kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang bersifat eksploratif sehingga peneliti dapat memahami karakteristik suatu target audiens lebih dalam. Karakteristik ini berupa tingkah laku, sifat, ataupun minat mereka. Dalam perancangan media informasi mengenai *review* skala keamanan investasi *online* sebagai pencegahan tingginya kasus investasi bodong di Indonesia.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara dilakukan kepada narasumber ahli dan non-ahli agar didapatkannya pandangan ahli mengenai cara menghindari investasi bodong. Narasumber ahli pada perancangan media informasi

ini adalah seseorang yang sangat mengerti seluk-beluk investasi dan diakui oleh suatu lembaga atau perusahaan. Tujuan dari wawancara adalah untuk melakukan verifikasi terhadap teori-teori yang telah dikumpulkan pada bab sebelumnya mengenai investasi. Selain itu, wawancara ini berguna untuk mendapatkan informasi-informasi yang belum dapat ditemukan melalui studi pustaka dan sumber sekunder.

Sedangkan untuk narasumber non-ahli dilakukan agar mendapatkan pandangan target audiens lebih dalam dan menanyakan hal-hal yang tidak bisa ditanyakan dalam kuesioner. Narasumber non-ahli pada perancangan ini adalah seseorang target audiens yang baru saja memulai berinvestasi dengan kurun waktu 1-2 bulan dan selain itu juga terdapat seseorang yang sudah berpengalaman di investasi dengan kurun waktu 5 tahun.

1) Wawancara kepada Dani Setiawan

Wawancara dilakukan secara *online* dengan Dani Setiawan selaku Senior Investment Specialist di Mirae Asset Sekuritas Indonesia. Mirae Asset Sekuritas Indonesia adalah perusahaan di bidang investasi yang menawarkan berbagai macam layanan investasi. *Job description* dari pekerjaan narasumber adalah mengedukasi para calon nasabah mengenai cara berinvestasi di pasar modal.



Gambar 3. 21 Wawancara kepada Dani Setiawan

Pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun sebagai pedoman wawancara adalah sebagai berikut:

- a) Secara garis besar, apakah literasi mengenai investasi di Indonesia sudah tergolong baik? Apakah masih banyak remaja Indonesia yang perlu diedukasi mengenai investasi?
- b) Berdasarkan pengetahuan Anda, skema investasi bodong seperti apa yang marak di Indonesia?
- c) Apakah pernyataan “Lembaga investasi yang tidak aman itu memiliki umur yang singkat,” itu benar? Dan mengapa?
- d) Apakah memungkinkan bagi seseorang yang pernah tertipu investasi bodong untuk kembali tertipu untuk kedua kalinya?
- e) Pola pikir seperti apa yang harus diubah oleh remaja Indonesia agar tidak terjerumus investasi bodong?
- f) Jika terdapat suatu media yang mengajarkan remaja-remaja Indonesia mengenai skema-skema investasi bodong akan membantu mereka untuk terhindar dari hal-hal tersebut?
- g) Banyak remaja Indonesia yang menjadi enggan untuk berinvestasi dikarenakan maraknya investasi bodong. Bagaimana cara Anda untuk meyakinkan mereka untuk berinvestasi walaupun investasi bodong kasusnya masih banyak di Indonesia?
- h) Media apa yang cocok untuk memberikan informasi bagi orang-orang yang baru saja memulai investasi untuk menentukan investasi yang cocok bagi mereka?

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, narasumber menyatakan bahwa *financial literacy* dari remaja-remaja Indonesia sangatlah rendah. Terdapat dua macam melek finansial, yaitu literasi dan inklusi. Literasi merupakan kemampuan para remaja dalam memahami investasi, sedangkan inklusi adalah penerapan dalam berinvestasi. Di Indonesia, tingkat inklusi lebih tinggi dibandingkan literasi, sehingga menunjukkan bahwa remaja Indonesia cenderung lebih sering mencoba suatu produk terlebih dahulu sebelum memiliki informasi yang mendalam

mengenai produk tersebut. Yang menjadi alasan mengapa literasi finansial remaja Indonesia rendah adalah dikarenakan tidak adanya lembaga yang tepat untuk mengedukasi mereka dalam berinvestasi. Salah satunya adalah sekolah, yang tidak mengajarkan mengenai pengelolaan uang pribadi.

Narasumber juga menjelaskan mengenai skema investasi bodong yang paling marak terjadi di Indonesia yaitu MLM (Multi-Level Marketing). MLM adalah sistem pemasaran dengan cara merekrut satu member ke member lainnya. Tidak semua MLM merupakan skema investasi bodong, namun banyak investasi bodong yang berkedok sebagai MLM. Ciri-ciri investasi bodong adalah investasi yang menjanjikan keuntungan yang tetap di tiap bulannya, serta mewajibkan calon member untuk merekrut member lainnya. Pada umumnya calon nasabah akan mengajak kerabat terdekat atau teman-teman mereka untuk mengikuti investasi bodong tersebut.

Ciri-ciri investasi bodong selanjutnya adalah tidak memiliki umur panjang. Rata-rata dari investasi bodong tidak memiliki umur lebih dari 5 tahun sehingga sebelum melakukan investasi, diharapkan calon nasabah mencari data perusahaan untuk mengetahui berapa tahun perusahaan tersebut telah berdiri.

Pola pikir yang perlu ditanamkan agar tidak terkena tipu investasi bodong adalah high risk, high return. Untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi, maka akan terdapat resiko yang tinggi juga. Namun, untuk mengedukasi mengenai literasi keuangan masih tergolong sulit menurut narasumber. Selain itu, informasi-informasi yang beredar di internet tidak terjamin validitasnya. Maka dari itu dibutuhkannya suatu media yang dapat mengedukasi para remaja Indonesia agar melek finansial.

Narasumber juga menjelaskan mengenai platform investasi yang aman berciri khas memiliki pengawasan dari OJK dan SWI.

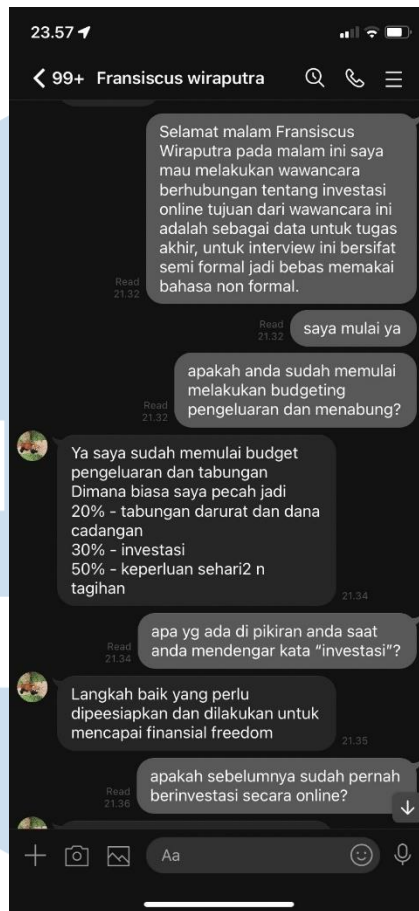
Untuk mengetahui informasi-informasi mengenai investasi, terdapat beberapa situs resmi yaitu bursaefekindonesia.idx.co.id dan ojk.go.id.

2) Wawancara kepada Fransiscus Wiraputra

Narasumber non-ahli yang sudah memiliki pengalaman dalam berinvestasi adalah Fransiscus Wiraputra yang berusia 27 tahun berdomisili di Jakarta Timur. Fransiscus memiliki penghasilan berkisaran Rp.10.000.000,00 setiap bulannya. Wawancara dilaksanakan melalui LINE Chat pada Kamis, 3 Maret 2022. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pendapat dan pandangan investor yang sudah melek finansial, hal tersebut untuk menentukan apakah narasumber memulai investasi dikarenakan dorongan pribadi atau dari pengaruh orang lain. Selain itu wawancara ini untuk mengetahui pengalaman narasumber di bidang investasi dan bagaimana cara mereka memilih perusahaan yang akan mereka investasikan. Dan juga untuk mengetahui media apa yang diminati oleh target audiens dan informasi seperti apa yang menurutnya penting untuk diketahui berdasarkan pengalaman dalam berinvestasi.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.22 Wawancara kepada Fransiscus Wiraputra

Sebelumnya telah disusun pedoman pertanyaan untuk ditanyakan kepada narasumber, sebagai berikut:

- a) Apakah Anda sudah memulai melakukan *budgeting* pengeluaran dan menabung?
- b) Apa yang ada dipikiran Anda saat Anda mendengar kata “investasi”?
- c) Apakah sebelumnya Anda sudah pernah berinvestasi secara *online*?
- d) Apa sajakah *platform* investasi yang Anda ketahui?
- e) Apa yang menjadi alasan Anda untuk memulai berinvestasi?
- f) Apa saja kendala atau pertimbangan Anda untuk menentukan instrumen investasi?

- g) Hal-hal apa saja yang menurut Anda menyebabkan seseorang menjadi takut untuk memulai berinvestasi?
- h) Menurut Anda, apakah investyasi merupakan cara Anda menjadi kaya?
- i) Jika Anda ingin mengetahui sesuatu informasi, maka dimanakah Anda akan mencarinya? Dan mengapa?

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, narasumber menyatakan bahwa ia sudah melek finansial, dimana ia telah memulai *budgeting* untuk pengeluaran dan pemasukkannya dengan cara 20% dari gajinya dimasukkan sebagai dana darurat dan cadangan, 30% untuk investasi, dan 50% untuk keperluan sehari-hari. Dengan begitu, narasumber mengeluarkan banyak uang untuk berinvestasi dan menggunakan investasi menjadi salah satu pemasukkan utamanya. Menurutnya, berinvestasi adalah suatu langkah yang tepat untuk dilakukan agar dapat mencapai finansial *freedom* dan dapat digunakan untuk mengembangkan dana bagi masa depan dan usaha. Namun, investasi bukanlah satu-satunya cara untuk menjadi kaya. Investasi bertujuan untuk pengembangan dan pengelolaan dana sehingga dapat memiliki *passive income*.

Narasumber memiliki pengalaman yang banyak di bidang investasi. Ia sudah pernah berinvestasi dalam saham, reksadana, Obligasi Negara Ritel (ORI), dan juga robot *forex*. Narasumber juga memiliki pengetahuan yang luas mengenai *platform-platform* perusahaan investasi *online*, seperti Mirae Asset, BNI Sekuritas, Welma, Bibit, Metatrader, dan Indodax.

Dalam berinvestasi, narasumber menemukan beberapa hal yang menjadi pertimbangan dalam menentukan instrumen investasi, yaitu apakah informasi yang tersedia di *internet* mengenai instrumen investasi tersebut beredar secara luas dan banyak, apakah prosedur dalam memasukkan dana dan juga penarikannya

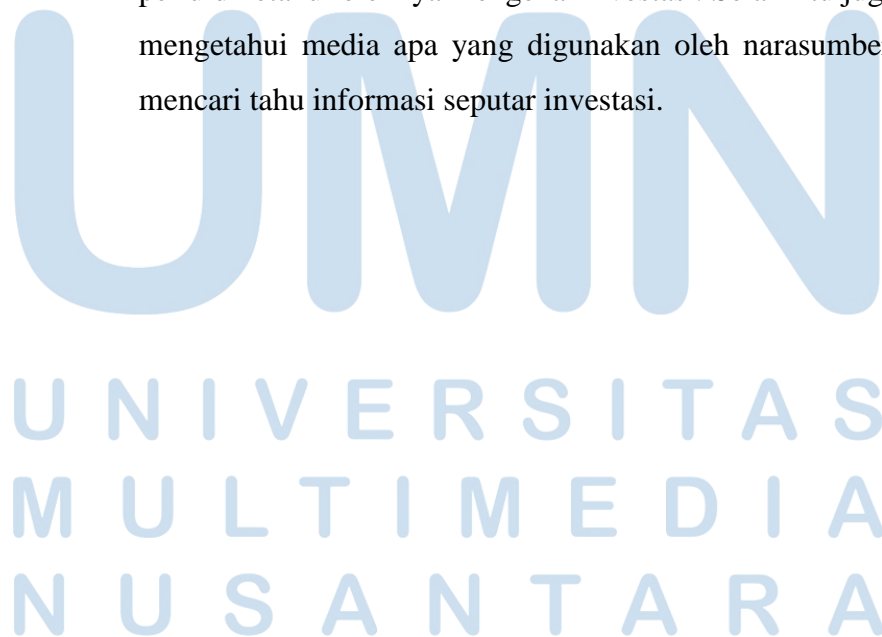
mudah, dan juga apakah instrumen tersebut memiliki izin yang jelas dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

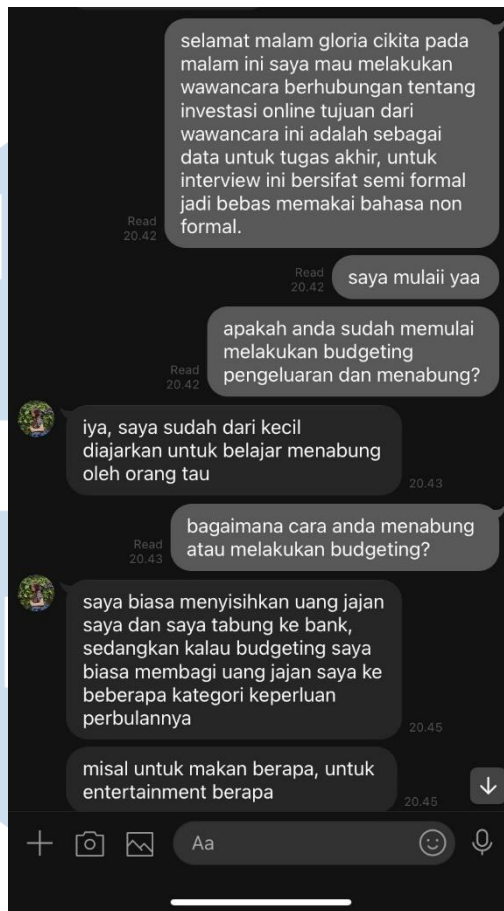
Menurut pengalaman narasumber, yang membuat orang-orang menjadi takut untuk memulai berinvestasi adalah adanya resiko kehilangan dana yang telah dimasukkan, kurangnya pemahaman mengenai investasi apa saja yang bisa dilakukan, dan juga maraknya investasi bodong yang sedang terjadi.

Narasumber juga ditanyakan mengenai media informasi yang digunakan untuk mengetahui mengenai investasi. Narasumber menggunakan *website* dan juga YouTube.

3) Wawancara kepada Gloria Cikita

Narasumber non-ahli yang baru saja berinvestasi bernama Gloria Cikita yang berusia 21 tahun berdomisili di Denpasar, Bali. Gloria memiliki penghasilan dikisaran Rp.4.000.000,00 setiap bulannya. Wawancara ini dilakukan secara *online* melalui LINE Chat pada Kamis, 3 Maret 2022. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui pendapat dan pandangan narasumber yang sudah memulai berinvestasi (*investor* pemula) dan juga hal-hal apa yang perlu diketahui olehnya mengenai investasi. Selain itu juga untuk mengetahui media apa yang digunakan oleh narasumber untuk mencari tahu informasi seputar investasi.





Gambar 3.23 Wawancara kepada Gloria Cikita

Berikut merupakan daftar pertanyaan yang telah disusun untuk ditanyakan kepada narasumber:

- a) Apakah Anda sudah mulai melakukan *budgeting* pengeluaran dan pemasukan?
- b) Bagaimana cara Anda menabung atau melakukan *budgeting*?
- c) Apa yang ada dipikiran Anda saat Anda mendengar kata “investasi”?
- d) Apakah Anda sebelumnya sudah pernah berinvestasi secara *online*?
- e) *Platform* investasi *online* apa sajakah yang Anda ketahui?
- f) Apakah Anda pernah takut menggunakan *platform* investasi *online*?
- g) Hal apa saja yang membuat Anda takut dalam berinvestasi?

- h) Apakah sebelum memakai suatu *platform* investasi *online* Anda memperhatikan keamanan *platform* tersebut?
- i) Apakah akan lebih membantu jika ada media informasi yang membahas keamanan *platform* investasi *online* sebelum memilih *platform* investasi *online* untuk berinvestasi?
- j) Jika Anda ingin mengetahui suatu informasi mengenai investasi, dimanakah Anda akan mencarinya? Dan mengapa?

Berdasarkan wawancara kepada Gloria Cikita selaku narasumber yang baru saja berinvestasi (*newbie*), dikatakannya bahwa ia sudah sedari kecil diajarkan menabung oleh orang tua. Narasumber menabung dengan cara menyisihkan uang jajan dan ditabung ke bank. Sedangkan untuk *budgeting*, narasumber akan membagikan uang jajannya setiap bulan ke dalam beberapa kategori sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut narasumber, investasi merupakan sesuatu kegiatan yang berhubungan dengan mengelola uang. Narasumber juga mengatakan bahwa ia sudah pernah melakukan investasi *online* dan *platform* investasi yang diketahuinya adalah ajaib dan deposito di Bank Central Asia (BCA), dan BPR Lestari. Narasumber melakukan investasi dengan adanya ketakutan dikarenakan pengetahuannya yang minim dalam berinvestasi. Ia merasa kesulitan dalam memahami aspek dasar dalam berinvestasi dan juga langkah-langkah yang tepat. Selain itu narasumber juga tidak mengetahui trik dalam berinvestasi dan istilah-istilah dalam investasi. Maka dari itu, narasumber menyatakan bahwa jika ada media informasi yang membahas keamanan *platform* investasi *online* itu sangat membantunya. Namun ia berharap media tersebut menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh orang awam.

Sebelumnya narasumber menggunakan *internet* sebagai media untuk mengetahui informasi tentang investasi karena mudah

diakses. Selain itu juga narasumber bertanya kepada teman atau kenalan yang sudah memiliki pengalaman dalam berinvestasi.

3.1.1.2 *Focus Group Discussion*

Focus Group Discussion (FGD) dilakukan pada Jumat, 4 Maret 2022 melalui Zoom Meetings. *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan terhadap tujuh partisipan, yaitu Benedictus Steven (21 tahun berdomisili Jakarta) , Austin Mikha (21 tahun berdomisili Jakarta), Bopang (21 tahun berdomisili Jakarta), Gian (21 tahun berdomisili Jakarta), Zico (21 tahun berdomisili Jakarta), Wenry (21 tahun berdomisili Jakarta), dan Rico (21 tahun berdomisili Jakarta). Partisipan yang berada dalam *Focus Group Discussion* (FGD) adalah mereka yang telah berinvestasi. Gian, Bopang, Zico, Rico sudah berinvestasi di atas 6 bulan. Sedangkan Steven, Mikha, dan Wnry berinvestasi dalam kurun waktu di bawah 6 bulan. *Focus Group Discussion* (FGD) pada penelitian ini bertemakan investasi bodong.



Gambar 3.24 *Focus Group Discussion*

Saat ditanyakan mengenai pendapat mengenai mengapa investasi bodong belakangan ini menjadi sesuatu yang marak terjadi, Bopang dan Mikha mengatakan bahwa masyarakat Indonesia memiliki tingkat literasi terhadap investasi sangat rendah. Selain itu menurut Gian, pemerintah kurang memberikan edukasi mengenai investasi. Selain itu menurut Zico, remaja sekarang banyak yang berinvestasi hanya karena tidak ingin tertinggal *trend*.

Saat ditanyakan pendapat mengenai pernyataan bahwa “Investasi adalah cara cepat untuk kaya”, hanya Bopang saja yang setuju akan pernyataan tersebut dikarenakan menurutnya jika sejak awal investor sudah memiliki modal yang banyak, maka keuntungan yang dapat pasti juga banyak. Sedangkan partisipan lainnya seperti Mikha, Wenry, dan Gian yang mengatakan bahwa yang dapat mendapatkan keuntungan dengan banyak adalah para *traders* yang sudah mempelajari pasar dan dalam mempelajari pasar membutuhkan waktu yang tidak singkat. Zico juga menambahkan bahwa untuk mendapatkan keuntungan yang besar, investor perlu menunggu waktu yang lama agar harga investasi menjadi meningkat.

Dan saat ditanyakan mengenai tujuan dalam berinvestasi, Bopang, Steven, Mikha, dan Zico mengatakan bahwa investasi dilakukan untuk mempertahankan kekayaan serta menambahkan pendapatan. Gian dan Wenry juga berkata bahwa investasi merupakan tabungan dan jaminan di hari tua mereka.

Selanjutnya, partisipan diberikan pertanyaan mengenai pernah atau tidakkah mereka terkena penipuan investasi bodong. Semua partisipan menyatakan bahwa mereka belum pernah mengalaminya. Mereka juga diberi pertanyaan, “Menurut kalian apakah ada informasi yang beredar mengenai investasi yang aman dan benar?” Steven dan Bopang mengatakan bahwa mereka menggunakan internet dan *website*. Sedangkan Mikha, Gian, dan Zico menggunakan *platform* sosial media. Mikha dan Zico menggunakan TikTok. Gian menggunakan YouTube. Tetapi Wenry dan Rico mengatakan bahwa mereka jarang menemukan informasi seputar investasi yang aman dan benar.

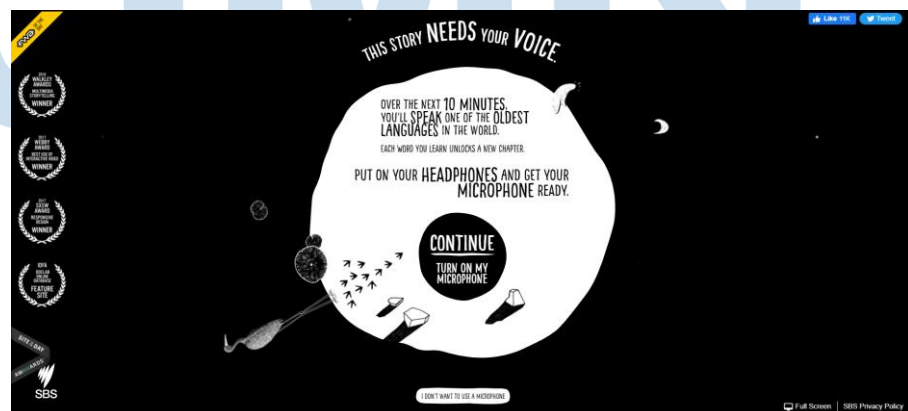
Lalu, para partisipan ditanya mengenai bagaimana cara mereka membedakan investasi bodong dengan yang aman. Beberapa partisipan mengikuti arahan teman mereka yang sudah percayai, seperti Rico, Steven, dan Mikha. Sedangkan Bopang dan

Zico menganalisis perusahaan yang akan diinvestasikan dan mencari informasi-informasi mengenai perusahaan tersebut di bidang finansial. Dan menurut Zico, Wenry, Rico, dan Mikha, cara mengetahui perusahaan bodong adalah dengan mencari informasi seputar perusahaan tersebut.

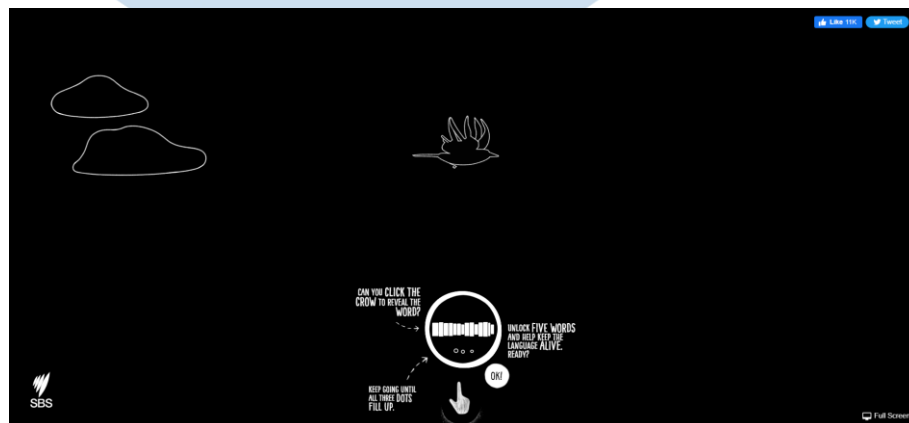
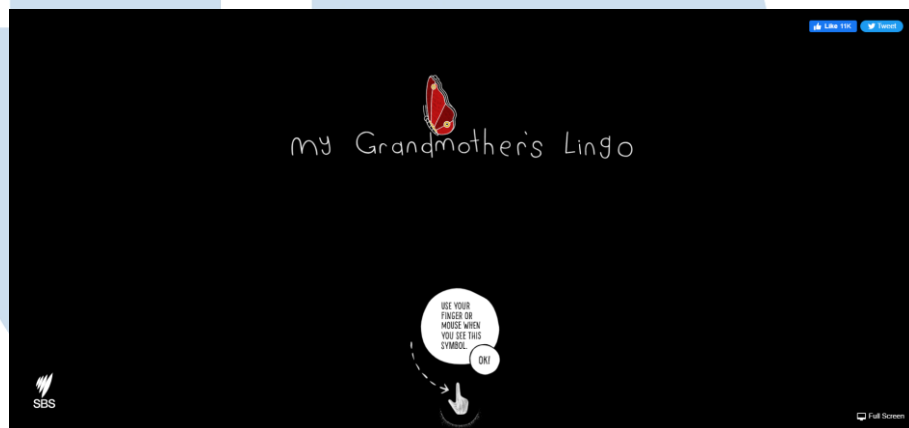
3.1.1.3 Studi Refrensi

Studi refrensi dilakukan oleh penulis agar dapat menangkap cara dan refrensi tentang media persuasi sebagai acuan dari segi desain dan visual berserta dengan elemen-elemennya. Pada studi referensi ini , penulis menggunakan website dari *mygrandmotheslingo*.

Website *mygrandmotheslingo* adalah sebuah website dari Australia yang ingin mengajarkan dan membudayakan sebuah bahasa yang hamper jarang digunakan disana yaitu adalah bahasa daerah asal Australia yaitu bahasa Marra. Pada website terdapat beberapa *chapter* dimana kita harus mengucapkan bahasa Marra menggunakan mic untuk melanjutkan jalan cerita, yang menyebabkan terjadi interaktifitas yang baik untuk menarik perhatian *user* selain tui di setiap layar menggunakan tampilan layout yang simple dan tidak menyusahkan user dalam pengoperasian website.selain itu untuk tampilan flow yang tidak terlalu bercabang juga memudahkan penyampaian informasi yang ingin disampaikan tanpa harus bermain secara berkali-kali..



Website *mygrandmotheslingo* juga memberikan tutorial penggunaan website untuk memudahkan user melakukan interaksi pada website. Pada tampilan website dominan dengan warna hitam putih dengan kontras pada poin yang ingin disampaikan sehingga *user* dapat dengan mudah mengenali poin yang ingin di *highlight* dengan cerita menarik dengan asal usul dan alasan mengapa website ini dibuat.

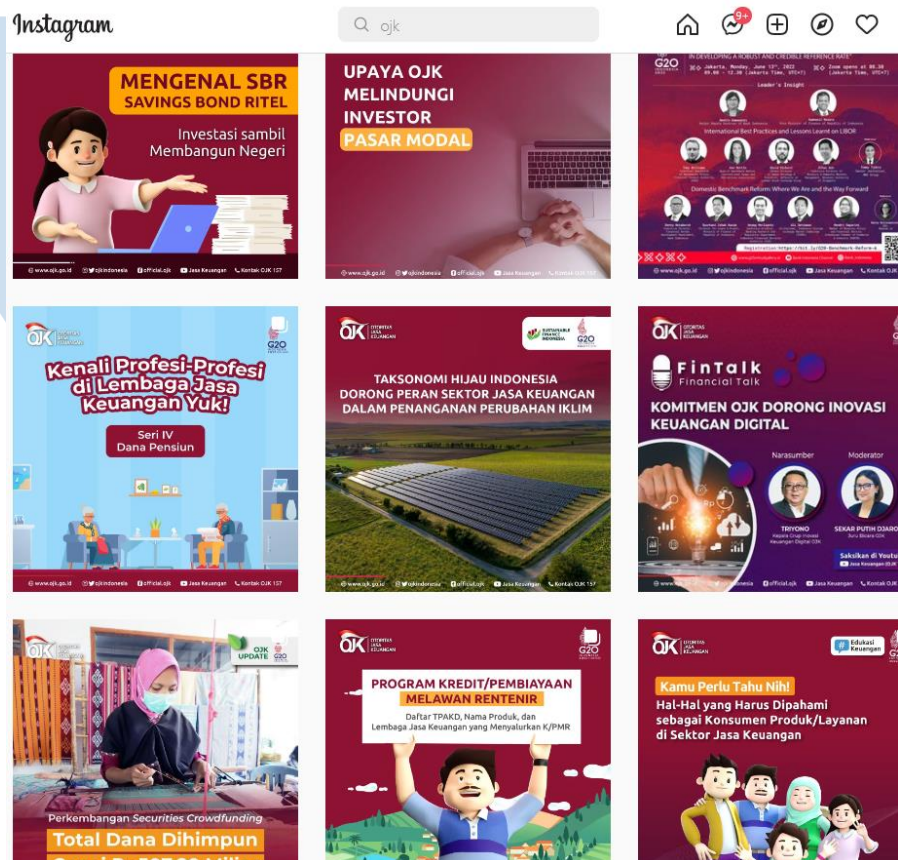


3.1.1.3 Studi Eksisting

Studi referensi merupakan metode untuk mencari informasi yang telah ada sebagai referensi, dilakukan agar dapat membandingkan beberapa media agar memberikan sudut pandang baru dalam segi perancangan konten informasi. Pada studi eksisting kali ini, penulis menggunakan akun *Instagram* dari Otoritas Jasa Keuangan.

Instagram feeds dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dibuat dengan menampilkan informasi terkait kebijakan ekonomi dan juga

investasi selain itu pada akun feeds mereka juga memuat banyak informasi seperti webinar, tata cara menggunakan website OJK, pengenalan lembaga keuangan, *fun fact* mengenai finansial dan masih banyak lagi. Selain itu instagram feeds juga menggunakan headline yang jelas dan tegas sehingga mudah tertarik untuk membaca slide atau post berikutnya. Pada feeds OJK juga menampilkan social media lain yang digunakan oleh OJK.



3.1.1.5 Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data kualitatif yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa hal yang dapat disimpulkan:

- 1) Masih banyak target audiens yang mengikuti ajakan teman atau kerabatnya untuk berinvestasi. Beberapa dari mereka juga bergantung kepada teman atau kerabatnya dalam mengambil keputusan.

- 2) Investasi menjadi salah satu cara bagi para target audiens untuk menabung, mendapatkan pendapatan yang lebih, dan menuju *financial freedom*.
- 3) Para target audiens memerlukan edukasi seputar investasi yang baik dan benar karena berdasarkan wawancara dan FGD, beberapa narasumber kurang mendapatkan informasi seputar hal tersebut.
- 4) Untuk menghindari investasi bodong, dibutuhkan suatu media informasi yang memuat skala keamanan suatu perusahaan yang ingin diinvestasikan.
- 5) Media informasi yang dibuat mengenai investasi harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh target audiens.
- 6) Media yang digunakan oleh para target audiens adalah media digital, berupa TikTok, YouTube, dan juga *website*.

3.2 Metodologi Perancangan

Dalam merancang perancangan kampanye website simulasi investasi bodong sebagai pencegahan meningkatnya kasus investasi bodong di Indonesia, digunakan metode perancangan yang ditulis oleh Landa (2013) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solution*. Dalam buku tersebut, perancangan dibagi ke dalam lima tahapan, yaitu:

- 1) Orientasi
Pada tahapan ini, dikumpulkannya informasi-informasi seputar investasi dan juga target audiens. Tahapan ini meliputi pengumpulan data kualitatif, kuantitatif, dan juga studi pustaka.
- 2) Analisis
Setelah mengumpulkan data, langkah selanjutnya adalah analisis. Tahapan ini adalah tahapan pengolahan data seputar investasi dan target audiens yang berguna untuk mengetahui permasalahan yang ada secara detail agar desain yang dibuat nantinya akan tepat sasaran.
- 3) Pengonsepan

Langkah selanjutnya adalah pengonsepan desain, dari segi warna, tipografi, *grid* yang cocok dengan perancangan media informasi mengenai *review* skala keamanan investasi *online* sebagai pencegahan tingginya kasus investasi bodong di Indonesia. Konsep tersebut berasal dari kesimpulan analisis. Setelah konsep telah ditentukan, maka konsep tersebut akan dijadikan sebagai pedoman dalam mendesain.

4) Desain

Pada tahapan desain, dirancangnya media informasi dari sketsa alternatif hingga digitalisasi. Dalam langkah ini, konsep desain yang ditetapkan sebelumnya, diterapkan kepada setiap detail dalam perancangan.

5) Implementasi

Setelah melakukan sketsa dan digitalisasi, langkah terakhir adalah membuat perancangan media informasi mengenai skala *review* skala keamanan investasi *online* dan diimplementasikan secara nyata.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA