

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Iklm investasi di Indonesia pasca periode pandemi Covid-19 semakin menunjukkan tren yang positif, ditandai dengan meningkatnya intensitas aktivitas pasar modal sepanjang 2022. Sebelumnya, pada masa pandemi Covid-19, aktivitas pasar modal mengalami penurunan karena adanya sentimen dan kepanikan investor sehingga membuat mereka lebih ingin atau memilih untuk menarik dananya dari pasar modal. Sebagian besar investor mengambil sikap *wait and see* karena khawatir dengan kondisi pasar modal (Pratama, 2022). Penarikan dana yang dilakukan ini berdampak pada harga saham yang mengalami penurunan.

Namun, Per 28 Desember 2022, Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatatkan bahwa kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) telah menyentuh level 6.850,52, meningkat 4,09 % dari 30 Desember 2021. Pertumbuhan tersebut juga menembus rekor baru pada level 7.318,016 per 13 September 2022. Sementara itu, kapitalisasi pasar per 28 Desember 2022 mencapai 9.509 triliun rupiah atau naik 15,2 % dibandingkan posisi akhir tahun 2021 yaitu 8.256 triliun rupiah. Kapitalisasi pasar menembus rekor baru sebesar 9.600 triliun rupiah pada 27 Desember 2022. Dengan demikian, tren positif ini dapat mendorong masyarakat untuk berinvestasi.

Seiring dengan intensitas aktivitas pasar modal, maka pertumbuhan jumlah investor di pasar modal ikut meningkat. Per 28 Desember 2022, jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai 10,3 juta investor atau meningkat 37,53 % dari akhir 2021 yang sebelumnya berjumlah 7,49 juta (BEI, 2022). Jumlah tersebut terdiri dari investor pemilik saham, surat utang, reksa dana, dan Surat Berharga Negara dengan 81 % didominasi oleh investor domestik. Menurut Direktur Utama BEI, Iman Rachman, dominasi tersebut dapat memperkuat perekonomian nasional karena kepercayaan investor terhadap industri pasar modal dan iklim investasi sudah kembali (Binekasri, 2022).

Berdasarkan penelitian Septyanto (2013), peningkatan jumlah investor di pasar modal didorong oleh beberapa faktor seperti informasi, *news*, politik, risiko, keamanan, rumor, isu, kebijakan, pasar global, dan pertimbangan keyakinan pelaku pasar dalam niat berinvestasi. Perilaku investor dalam mengambil dan menimbang keputusan investasi saham diproyeksikan dari intensi investor individu dalam memilih saham. Intensi ini terlihat dari estimasi *return* saham yang dihitung menggunakan berbagai informasi (Masrurun & Yanto, 2015). Adapun tujuan akhirnya adalah untuk memaksimalkan utilitas atau memaksimalkan manfaat, kegunaan, dan kepuasan yang dirasakan investor terhadap suatu produk investasi (Septyanto, 2013).

Bertambahnya jumlah investor tersebut juga didasarkan pada kesadaran akan pentingnya berinvestasi saham. Bagi masyarakat atau investor, investasi saham penting karena bermanfaat untuk mengantisipasi kebutuhan mendadak di masa yang akan datang, untuk mengembangkan atau menambah aset kekayaan, untuk mengatasi adanya inflasi, dan untuk mengantisipasi ketidakpastian masa datang (Auliya, 2019). Bagi negara, perkembangan positif dari pasar saham pastinya akan meningkatkan sumber modal dalam negeri. Apabila sumber modal dalam negeri meningkat, diharapkan akan ada dana untuk melakukan pembangunan ekonomi sehingga perekonomian negara dapat berkembang positif (Sulistyowati & Rahmawati, 2020).

Dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah investor pasar saham, BEI dan *stakeholders* berupaya untuk terus melakukan sosialisasi, edukasi, dan literasi kepada masyarakat. Per 28 Desember 2022, telah berlangsung 11.253 kegiatan edukasi disertai dengan jumlah peserta mencapai lebih dari 1,7 juta orang (BEI, 2022). Mahasiswa menjadi salah satu sasaran utama BEI untuk mewujudkan peningkatan jumlah investor di kalangan muda (Firdaus et al., 2022). Salah satu bentuk edukasi pasar modal bagi mahasiswa adalah melalui kerja sama BEI dengan perguruan tinggi yang diberi nama Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah sarana untuk memperkenalkan pasar modal sejak dini secara teori ataupun praktiknya kepada dunia akademisi. Sarana berkonsep *3 in 1* ini merupakan kerjasama antara BEI,

perguruan tinggi, dan perusahaan sekuritas yang ke depannya akan menyediakan *real time information* untuk belajar menganalisis aktivitas perdagangan saham dan diharapkan dapat menjadi jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan beserta praktiknya di pasar modal. Sasaran sarana ini sejalan dengan kampanye yang digaungkan oleh BEI yaitu “Yuk Nabung Saham”. Hal ini karena salah satu target pasar kampanye tersebut adalah mahasiswa yang dianggap literasi keuangannya lebih mumpuni (Halpiah, 2021).

Sesuai dengan catatan KSEI, usia investor pasar modal Indonesia saat ini didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Menurut *Beresford Research*, generasi milenial adalah generasi kelahiran 1981 – 1996 atau berusia 27 – 42 tahun, sedangkan generasi Z adalah generasi kelahiran 1997 – 2012 atau berusia 11 – 26 tahun (Research, 2023). Ketertarikan generasi muda untuk berinvestasi didasari oleh keinginan untuk merancang rencana investasi sejak dini yang bisa meminimalisasi risiko-risiko keuangan di masa yang akan datang seperti krisis finansial dan kebutuhan dana yang besar dalam waktu singkat (Rahadi & Stevanus, 2020). Selain itu, era globalisasi saat ini memudahkan generasi milenial dan generasi Z mengakses informasi lembaga keuangan, pasar modal, dan sektor keuangan hanya melalui *smart gadget* (Halpiah, 2021).

Menurut Islah dan Adrianto (2021) media menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi dunia pasar saham karena digunakan investor sebagai sumber informasi utama ketika ingin mengetahui informasi dan berita suatu emiten. Informasi dan berita dari media merupakan sumber yang memberikan sinyal untuk mempengaruhi reaksi investor terhadap keputusan yang akan diambil. Perilaku investor dalam mengambil keputusan sangat dipengaruhi oleh informasi yang diterima (Sari et al., 2019). Oleh karena itu, media digunakan sebagai sarana untuk memperoleh informasi mengenai investasi (Pratiwi et al., 2021).

Berdasarkan *American Press Institute*, informasi dan berita merupakan produk jurnalisme. Romli (2021) berpendapat bahwa informasi didefinisikan sebagai pengetahuan yang didapatkan melalui pengalaman dan pembelajaran yang telah diolah menjadi bentuk data untuk diberitahukan kepada orang lain untuk memberikan pengetahuan atau keterangan, tetapi informasi itu belum tentu benar

adanya. Sementara itu, berita diartikan sebagai laporan peristiwa, situasi, dan kondisi yang terjadi pada saat itu dan kebenarannya sudah diverifikasi oleh wartawan serta harus disampaikan secepatnya kepada masyarakat. Kesimpulannya, informasi adalah kabar, keterangan, dan pemberitahuan, sedangkan berita adalah informasi tentang sebuah peristiwa yang dipublikasikan di media massa.

Di Indonesia terdapat beberapa media yang fokus menyajikan berita seputar ekonomi dan bisnis secara komprehensif. Beberapa media tersebut adalah *CNBC Indonesia, Kontan, Warta Ekonomi, Bisnis Indonesia, Info Bank, Investor Daily*, dan lainnya. Sementara itu, media yang tidak fokus menyajikan berita seputar ekonomi dan bisnis tetap memiliki bagian untuk membahas hal tersebut. Contohnya adalah *CNN Indonesia, Kompas, Tempo, Republika, Kumparan*, dan lainnya. Penyajian berita ekonomi dan bisnis di media *online* tersebut menjadi pengetahuan dan penalaran masyarakat dalam membeli barang atau memanfaatkan jasa (Abrar, 2017).

Selama mengakses konten berita, pembaca akan mengalami terpaan media. Terpaan media adalah intensitas keadaan khalayak yang terpapar pesan-pesan media. Terpaan Media juga diartikan sebagai kegiatan melihat, membaca, dan mendengar pesan-pesan media. Selain itu, terpaan media merupakan suatu usaha mencari data khalayak tentang penggunaan media yang dilihat dari jenis media, frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan atensi masyarakat terhadap program yang dilihat (Ardianto et al., 2014).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti memilih meneliti pengaruh terpaan berita investasi di media *online* dan media sosial terhadap tingkat minat berinvestasi mahasiswa Jabodetabek. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) per Desember 2022, statistik pasar modal Indonesia wilayah Jabodetabek menempati posisi pertama dalam sebaran investor domestik yaitu sebesar 69,05 %. Banyaknya jumlah investor tersebut membuat peneliti memilih sampel penelitian mahasiswa Jabodetabek. Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui apakah terpaan berita investasi dapat menumbuhkan minat berinvestasi pada mahasiswa Jabodetabek.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Apakah terdapat pengaruh terpaan berita investasi di media *online* dan media sosial terhadap tingkat minat berinvestasi mahasiswa Jabodetabek?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penetapan rumusan masalah penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai hal tersebut sebagai berikut.

- 1) Seberapa besar tingkat pengaruh terpaan berita investasi di media *online* dan media sosial terhadap mahasiswa Jabodetabek?
- 2) Seberapa besar tingkat minat berinvestasi mahasiswa Jabodetabek?
- 3) Seberapa besar pengaruh terpaan berita investasi di media *online* dan media sosial terhadap tingkat minat berinvestasi mahasiswa Jabodetabek?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

- 1) Mengetahui seberapa tinggi terpaan berita investasi di media *online* dan media sosial terhadap mahasiswa Jabodetabek.
- 2) Mengetahui seberapa tinggi minat berinvestasi mahasiswa Jabodetabek.
- 3) Mengetahui seberapa tinggi pengaruh terpaan berita investasi di media *online* dan media sosial terhadap tingkat minat berinvestasi mahasiswa Jabodetabek.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian terpaan berita (*news exposure*) mengenai investasi di media *online* dan media sosial dengan indikator *news and information consumption*, *social media use for news*, dan *social media use for information* terhadap minat berinvestasi bagi mahasiswa, utamanya di Jabodetabek. Selain itu, penelitian ini juga

diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang meneliti topik terpaan berita (*news exposure*) di media *online* dan media sosial.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi media atau redaksi dalam memproduksi konten berita investasi yang menarik dan mudah dipahami oleh mahasiswa supaya dapat menumbuhkan minat berinvestasi. Selanjutnya, bagi jurnalis agar dapat mengetahui konten berita investasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa sehingga dapat menarik perhatiannya.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan dan menjawab keingintahuan masyarakat dalam hal investasi berdasarkan efektivitas konten berita yang ditujukan kepada masyarakat. Selain itu, penelitian ini diharapkan sebagai sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai terpaan berita bagi masyarakat.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada objek penelitian karena hanya berfokus pada mahasiswa di wilayah Jabodetabek saja, tidak mengambil objek penelitian mahasiswa secara menyeluruh. Selain itu, jumlah responden mahasiswa fakultas ekonomi atau bisnis dan mahasiswa fakultas nonekonomi tidak seimbang.