

## BAB III

### ANALISIS

#### 3.1 Analisis Tahap Awal

Analisis data menggunakan metode triangulasi sumber data. Berikut uraian data :

##### 3.1.1 Wawancara

Telah dilakukan wawancara pada tanggal 6 April 2021 melalui media instagram kepada salah satu narasumber kunci yaitu Ibu Ellen May. Ibu Ellen May ( 37 tahun, ahli saham : Solo), sudah di dunia saham kurang lebih 13 tahun. Ibu Ellen May mengatakan bahwa banyaknya pemula yang mengalami kerugian di pasar saham akibat kurangnya edukasi mengenai pasar saham dan mindset bahwa pasar saham selalu untung. Ibu Ellen May membagikan tips kepada investor pemula yaitu mulai berinvestasi dengan modal kecil dulu dan belajar konsisten dalam berinvestasi.

Telah dilakukan wawancara pada tanggal 26 dan 27 Maret 2021 melalui media aplikasi whatsapp kepada para narasumber pendukung. Disini terdapat 4 orang narasumber pendukung yang memiliki *range* usia 21 – 22 tahun. Ditemukan kesamaan data bahwa keempat narasumber setuju bahwa manajemen keuangan penting dan perlu dipahami dulu sebelum berinvestasi. Dari keempat narasumber mereka sudah mengetahui beberapa analisis saham tetapi masih belum memahami lebih dalam lagi dan masih memerlukan edukasi. Dari hasil wawancara dengan keempat narasumber, mereka merasa memerlukan belajar lebih dalam lagi di pasar saham baik itu analisis fundamental dan analisis teknikal. Keempat narasumber merasa tertarik jika terdapat sebuah aplikasi mengenai edukasi saham.

##### 3.1.2 Observasi Daring

Metode observasi daring ini untuk melihat berita berita dan fenomena dari internet untuk mencari masalah yang menjadi urgensi dan masalah yang dialami oleh investor dalam berinvestasi. Berikut fenomena yang terjadi di internet :

**change.org**

Detail petisi    Komentar    Perkembangan

**Ban Pom-Pomers Saham di Indonesia!**

6.568 telah menandatangani. Mari kita ke 7.500.

menandatangani petisi ini

menandatangani petisi ini

**Tandatangani petisi ini**

4 Feb 2021  
Bahaya, dia membuat rugi puluhan ribu orang. Sahamku nyangkut di sana. Gak bisa dikeluarkan lagi. Tiap hari terus jatuh. Kalo bisa miskinin dia untuk ganti saham semua orang yang kena

4 Feb 2021  
dia itu g share ilmu, cuman menjerumuskan newbie ritel.. kasian niat awal invest malah terjerumus ke saham2 g jelas..

4 Feb 2021  
kalo niat bagi ilmu, kasih ilmu2 nentuin sahamny bukan pom2 saham yg dia punya, orang lain ikutan beli trus kesempatan dia jual...

13 Feb 2021  
Orang ini sudah melanggar kode etik bursa efek, dan juga di luar sana ada orang yg dirugikan dengan postingannya karena mereka tidak mengerti

4 Feb 2021  
Biar organisasi terkait pd aware untuk menindak dan investor ritel baru terhindar dr pom-pomers

4 Feb 2021  
Saya anti pom pomers.. Penjarakan belvin..

5 Feb 2021  
Bantu selamatkan uang ritel

5 Feb 2021  
Benci pompom.. Pdhl gw jg beli bukunya dia. Tiap beli yg dia promoin ga pernah beres

2 minggu yang lalu  
Harus di tindak trgas oleh ojk ini, sangat merugikan masyarakat dan meresahkan

**Gambar 3.1.** Petisi ban pom – pomers saham  
Sumber :change.org. Diakses Rabu, 17 Maret 2021, pukul 14.37 WIB

Dari gambar diatas ditunjukkan adanya petisi kepada salah satu *influencer* saham yang melakukan aksi pom – pom saham. Dimana melalui akun instragam, dia sering melakukan rekomendasi sebuah saham tanpa adanya alasan yang masuk akal. Dan bagi investor pemula yang belum mengerti alasan dalam menentukan keputusan dalam memilih saham, memiliki kebiasaan untuk ikut – ikut dalam membeli saham. Dan akhirnya dalam petisi ini ditunjukkan komentar dari beberapa orang yang merasa dirugikan oleh aksi pom – pom saham ini. Kurangnya edukasi bagi para investor pemula yang menjadi resiko paling besar dalam berinvestasi di pasar saham. Oleh karena itu diperlukan sebuah media edukasi yang memberikan panduan dan pedoman bagi investor pemula dalam berinvestasi di pasar saham.

### 3.1.3 Kajian Dokumen dan Arsip

Dalam video *podcast* ini dijelaskan kesalahan investor pemula antara lain mengenai bagaimana pengelolaan keuangan, belum berani memulai untuk berinvestasi, prinsip investasi yang tersesat, belajar di tempat atau orang yang salah, menginginkan keuntungan dalam waktu cepat, kurang memahami profil

resiko masing masing, dan kurangnya diversifikasi atau meletakkan pada satu tempat saja. Dari beberapa kesalahan diatas dapat disimpulkan bahwa para investor pemula kurang memahami pasar saham sepenuhnya dan hanya ikut ikutan orang saja. Hal ini membuat dibutuhkan sebuah media yang dapat mengedukasi para investor pemula ini agar siap untuk berinvestasi di pasar saham dan tidak mengalami kerugian lagi.

#### **3.1.4 Studi Literatur**

Studi literatur digunakan untuk mencari data mengenai hal – hal berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya. Literaturnya sebagai berikut :

Dari beberapa literatur yang diteliti, ditemukan data bahwa investor pemula wajib memahami pengetahuan keuangan, pengalaman keuangan, sikap pengelolaan keuangan, sikap perencanaan keuangan, dan manajemen resiko sebelum mulai berinvestasi. Terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi perilaku investor dalam proses pengambilan keputusan dalam berinvestasi, salah satunya analisis fundamental yang baik untuk digunakan untuk pemula karena dapat meminimalisir resiko. Kampanye nabung saham merupakan salah satu metode yang disarankan bagi pemula karena kampanye ini bertujuan mengajak orang untuk lebih mau berinvestasi. Dengan cara membeli saham bluechip secara rutin, karena saham bluechip memiliki fundamental yang bagus. Pentingnya investasi ini perlu lebih disosialisasikan lagi kepada generasi muda untuk masa depan mereka dan dapat membantu perekonomian Indonesia baik daerah ataupun nasional. Karena perkembangan teknologi fintech untuk berinvestasi ini masih kurang dimanfaatkan oleh generasi muda. Sehingga aplikasi edukasi tentang saham dirasa dibutuhkan untuk mengedukasi para pemula

#### **3.1.5 Hasil Analisis Tahap Awal**

Dari kumpulan beberapa data diatas ditunjukkan bahwa banyak sekali para investor pemula yang masuk di pasar saham tanpa mempersiapkan diri dengan baik

dan benar sehingga sering mengalami kerugian. Salah satu yang diperlukan sebagai persiapan bagi investor pemula adalah edukasi mengenai pasar saham yang benar dan investor pemula wajib konsisten dalam berinvestasi. Investor pemula sebelum berinvestasi di pasar saham wajib memahami pengelolaan keuangan masing – masing individu, wajib melakukan analisis dalam memilih sebuah saham dan tidak hanya ikut – ikut orang saja.. Oleh karena itu bagi pemula diperlukan sebuah media edukasi yang dapat memberikan edukasi tentang pasar saham.

### 3.2 SWOT

<p style="text-align: center;"><b>STRENGTH</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Media ini tidak memerlukan banyak tenaga</li> <li>2. Media ini di desain menarik dengan pendekatan visual yang memperhatikan gaya desain, tipografi, warna, dan layout</li> <li>3. Mudah diakses dimanapun</li> <li>4. Memberikan pengalaman simulasi kepada pemula dalam berinvestasi</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>WEAKNESS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemungkinan terjadi eror atau maintenance</li> <li>2. Memerlukan akses internet</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>OPPORTUNITY</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pasar saham sedang berkembang pesat di Indonesia dibanding tahun sebelumnya</li> <li>2. Indonesia merupakan negara berkembang</li> <li>3. Masih minim orang yang belum mengenal saham sehingga memberi upside yang masih tinggi</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>TREAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya aktivitas pom pom saham yang dilakukan sejumlah influencernet</li> </ol>

### 3.3 USP

Dari SWOT diatas ditemukan *unique selling propotions* sebagai berikut:

Sebuah aplikasi *fintech* ( *financial technology* ) pembelajaran tentang pasar saham yang edukatif, simple, menarik, dan berwawasan yang murni mengedukasi para investor pemula sesuai dengan perkembangan teknologi dan dapat dipahami dengan mudah.

### 3.4 Sasaran Khalayak

#### 3.4.1 Geografis

- Daerah kota Semarang

#### 3.4.2 Demografis

- Target sasaran berusia 20 - 25 tahun
- Jenis Kelamin : laki – laki dan perempuan
- Kelas Ekonomi Menengah B
- Mahasiswa semester akhir
- *Freshgraduate* yang bekerja

#### 3.4.3 Psikografis

- Suka menabung
- Suka berbisnis
- Mengikuti perkembangan jaman
- Menyukai berita
- Suka membaca buku

### 3.5 Strategi Komunikasi

#### 3.5.1 Strategi 5W + 1H

Pada perancangan visualisasi aplikasi edukasi saham ini, penulis menggunakan metode 5W + 1H. Sebagai berikut :

##### 1. *What*

Media aplikasi ini berupa aplikasi yang mengedukasi para investor pemula dalam berinvestasi di pasar saham.

##### 2. *Why*

Media aplikasi ini dibutuhkan karena banyaknya investor saham di tahun 2021 ini yang masih pemula dan cenderung mengalami kerugian di pasar saham.

##### 3. *When*

Media aplikasi ini dapat digunakan saat seseorang pemula tertarik untuk belajar dan masuk di pasar saham.

##### 4. *Where*



Visualisasi media aplikasi ini bisa digunakan dan diakses dimana saja, tetapi lebih di khususkan di daerah perkotaan, dimana gaya hidup dan perputaraan uang lebih menunjang

**5. Who**

Target sasaran adalah mahasiswa dan *freshgradute* dengan *range* usia 20 - 25 tahun dan sudah bekerja dan berkeinginan untuk menabung.

**6. How**

Visualisasi aplikasi ini di desain dengan mengikuti gaya visual, tipografi, warna, layout, dan ilustrasi yang simple agar memudahkan para pemula untuk belajar berinvestasi di pasar saham

### **3.5.2 Strategi AISAS**

AISAS adalah bentuk penjabaran dari *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Search* (pencarian), *Action* (aksi), dan *Share* (berbagi). Model ini dibuat oleh perusahaan iklan dan public relation di Jepang yaitu Dentsu (Sugiyama dan Andree 2011)

**1. Attention**

Dalam tahap ini untuk mencari perhatian target sasaran diperlukan publikasi melalui media sosial mengenai hal – hal yang berhubungan dengan pasar saham. Penggunaan media sosial seperti instagram sebagai sarana untuk publikasi dirasa tepat karena mayoritas digunakan oleh masyarakat dengan *range* umur 20 – 25. Penggunaan gaya desain pun menggunakan desain yang *simple* dan *flat* agar mudah dipahami.

**2. Interest**

Setelah memperoleh perhatian dari target sasaran dalam tahap sebelumnya, diharapkan target sasaran tertarik dengan konten – konten mengenai aplikasi untuk mengedukasi tentang pasar saham . Mulai dimunculkan iklan yang menunjukkan fitur fitur dan kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi ini.

**3. Search**

Dalam tahap ini, setelah target sasaran mulai tertarik dengan aplikasi dan ingin mengetahui dengan lebih maka bisa mencari lebih lanjut mengenai aplikasi tersebut melalui *Google Play Store* atau *App Store*. Dan kemudian

bisa membaca deskripsi aplikasi lebih lengkap secara verbal dan visual. Sehingga pengguna bisa lebih mengerti kegunaan dari aplikasi ini dan tujuan dari aplikasi ini sendiri. Maka disediakan konten swipe up di media promosi sebelumnya yang langsung menuju ke lama *google play store* atau *apps store*.

#### 4. *Action*

Dalam tahap ini target sasaran sudah yakin untuk mendownload aplikasi dan mulai menggunakan aplikasi.

#### 5. *Share*

Dalam tahap ini target diharapkan sudah mulai belajar bagaimana dalam berinvestasi di pasar modal. Setelah itu target bisa membagikan informasi mengenai aplikasi kepada temannya yang juga ingin mulai untuk belajar dalam berinvestasi di pasar saham. Konten yang diberikan juga berupa tips tips dan cerita inspirasi seputar dunia bisnis dan pasar saham.

### 3.6 Strategi Media

Media yang digunakan dalam perancangan ini :

#### 3.6.1 Media Primer

Media primer yang digunakan dalam perancangan ini adalah media aplikasi. Penulis merancang desain visual *user interface* aplikasi yang berisi seputar edukasi saham untuk pemula. Aplikasi ini nantinya benar benar untuk pemula saja. Dimana desain dibuat *sesimple* mungkin agar mudah dipahami. Aplikasi sebagai media edukasi dirasa cukup tepat apalagi sekarang sedang masa pandemi. Dan aktivitas jual beli saham pun juga melalui aplikasi milik beberapa sekuritas yang diakses secara online. Agar mempermudah bagi para investor.

#### 3.6.2 Media Sekunder

Media sekunder yang digunakan dalam perancangan ini adalah media sosial untuk promosi dan media konvensional seperti billboard. Pertama menggunakan media play store dan apps store sebagai sarana untuk mengenalkan isi dari aplikasi. Selain itu media yang digunakan lainnya sebagai sarana promosi adalah instagram. Dimana media sosial itu yang paling banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Konten dapat berupa ajakan atau

iklan. Kemudian untuk media konvensionalnya bisa merupakan promosi di media seperti billboard untuk menarik perhatian orang.

### 3.7 Perencanaan Biaya Kreatif

Pembuatan aplikasi, pengelolaan server, admin, dan perawatan	Rp. 200.000.000,00
Instagram ads	Rp. 20.000.000,00
Biayan pembuatan konten publikasi instagram	Rp. 5.000.000,00
Memasukan aplikasi ke google play	Rp. 300.000,00
Endorser publik figure	Rp. 20.000.000,00
Billboard dan Banner	Rp. 25.000.000,00
Total	Rp. 270.300.000,00

