



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Sri Rahayu
44217110178

Pengaruh pesan kampanye #YukBelajarSaham oleh akun Instagram @investorsahampemula terhadap perubahan sikap *investing society followers*
Bibliografi: 5 Bab 121 hal + Lampiran + 29 Buku + 7 Internet

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara berkembang, dimana orientasi pengelolaan finansial masyarakatnya masih termasuk dalam kategori *saving society* (menabung). Berbeda halnya dengan negara maju yang sudah termasuk dalam kategori *investing society* (investasi). Hal tersebut dikarenakan masih rendahnya tingkat literasi keuangan di pasar modal Indonesia. Oleh karena itu, Komunitas Investor Saham Pemula (ISP) turut berpartisipasi dalam salah satu program Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan melakukan kampanye #YukBelajarSaham. Kampanye tersebut dilakukan secara *offline* ataupun *online* melalui berbagai media sosial, salah satunya Instagram.

Teori stimulus – respon (S – R) menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat sederhana, serta bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek yang dapat mengubah tindakan komunikasi (*communication act*). Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh sejauh mana pengaruh pesan kampanye #YukBelajarSaham oleh akun Instagram @investorsahampemula terhadap perubahan sikap *investing society followers*.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah penelitian survei pada *followers* akun Instagram @investorsahampemula yang berjumlah 112.000 pengguna pada tanggal 13 September 2019. Peneliti mengumpulkan data secara primer yaitu menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pesan kampanye #YukBelajarSaham memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap perubahan sikap *investing society followers* akun Instagram @investorsahampemula. Hal ini dikarenakan hasil analisis regresi linear sederhana menunjukan bahwa pesan kampanye #YukBelajarSaham memiliki nilai koefisien sebesar 0,571 dan bernilai positif. Dengan kata lain, semakin baik pesan yang disampaikan dalam kampanye #YukBelajarSaham maka tingkat perubahan sikap *investing society follower* juga akan semakin meningkat.

Kata Kunci: Hubungan Komunitas, Pesan Kampanye, Perubahan Sikap



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Sri Rahayu
44217110178

*The Effect Of #YukBelajarSaham Campaign Message by Instagram Account @investorsahampemula Toward Behaviour of Investing Society Followers.
Bibliografi: 5 Bab 121 pages + Attachment + 29 Book + 7 Internet*

ABSTRACT

Indonesia is developing country, where the orientation of society financial management is still included to saving society category. It is different from developed country which has been at investing society category. It is caused of less financial literacy at Indonesia capital market. Therefore, community of Investor Saham Pemula (ISP) takes participation for one of Indonesia Stock Exchange (IDX) program by #YukBelajarSaham campaign. It is worked offline or online by various of social media, such as Instagram.

Theory of stimulus - respon (S-R) shows communication as action-reaction process which is very simple, it also tends feedback and has many effects that can change communication act. To know how big the effect of #YukBelajarSaham campaign by Investor Saham Pemula (ISP) community toward behaviour of investing society followers Instagram account @investorsahampemula.

The research is used eksplanatif with kuantitatif approach. The method of this research is used survey toward followers Instagram account @investorsahampemula totally 112.000 users on the 13th September 2019. Researcher collected the data primerly that is spread of questionnaire through google form for 100 respondents by using sampling purposive technique.

The result of this research showed that the #YukBelajarSaham campaign message has significant effect toward act change of behaviour investing society followers of Instagram account @investorsahampemula. It is caused the result of linear regression analysis showed that the #YukBelajarSaham campaign message has a coefficient of 0,571 and are positive. Therefore, the better of message conveyed in the #YukBelajarSaham campaign, degree of change in the behaviour of investing society followers will also increase.

Keyword: Community Relations, Campaign Message, Change of Behaviour