



**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI *CRYPTOCURRENCY*
(SURVEI PADA *FOLLOWERS @COINVESTASI*)**

SKRIPSI

RIKO ADI NUGROHO

44521010042

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riko Adi Nugroho
NIM : 44521010042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap
Pengambilan Keputusan Investasi *Cryptocurrency* (Survei pada *followers*
@coinvestasi)

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 17 Juli 2025



Riko Adi Nugroho

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Riko Adi Nugroho
NIM : 44521010042
Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Laporan Skripsi
Laporan Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pengambilan
Keputusan Investasi *Cryptocurrency* (Survei pada *followers*
@coinvestasi)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Finy F Basarah, M.Si
NIDN : 0319027704

Ketua Penguji : Mardhiyah, M.I.Kom
NIDN : 0314038802

Penguji Ahli : Drs. Marwan Mahmud, M.Si
NIDN : 0311036703

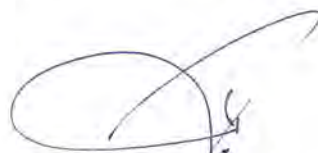
()
()
()

Jakarta, 16 Juli 2025
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riko Adi Nugroho
NIM : 44521010042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi *Cryptocurrency* (Survei pada *followers @coinvestasi*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juli 2025
Yang menyatakan,



Riko Adi Nugroho

ABSTRAK

Nama : Riko Adi Nugroho
NIM : 44521010042
Program Studi : Komunikasi Digital
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Cryptocurrency (Survei Pada Followers @coinvestasi)
Dosen Pembimbing : Finy Fitrya Basarah, M.Si

Media sosial, terutama Instagram, telah berkembang menjadi sumber utama informasi dan edukasi dalam bidang keuangan digital seperti cryptocurrency. Salah satu akun yang aktif adalah @coinvestasi, yang menyampaikan berbagai konten edukatif untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh konten akun Instagram @coinvestasi terhadap pengambilan keputusan investasi cryptocurrency oleh followers-nya.

Pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme dan metode survei digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner disebarakan kepada 100 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram @coinvestasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi cryptocurrency. Persamaan regresi linier yang diperoleh adalah $Y = 2,809 + 0,788X$, dengan korelasi sebesar 0,916 yang menunjukkan hubungan kuat antara kedua variabel.

Hasil uji hipotesis menunjukkan $t\text{-hitung } 22,637 > t\text{-tabel } 1,984$, yang mengindikasikan pengaruh signifikan. Variabel media sosial Instagram dan pengambilan keputusan menunjukkan keterlibatan tinggi responden dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperdalam kajian mengenai mekanisme komunikasi digital. Secara praktis, @coinvestasi disarankan untuk menyediakan informasi lebih kredibel dan interaktif untuk meningkatkan pemahaman dan critical thinking followers dalam investasi cryptocurrency.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Pengambilan Keputusan, Cryptocurrency

ABSTRACT

Name : Riko Adi Nugroho
NIM : 44521010042
Study Program : Komunikasi Digital
Thesis Report Title : Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Cryptocurrency (Survei Pada Followers @coinvestasi)
Counsellor : Finy Fitrya Basarah, M.Si

Social media, particularly Instagram, has become a significant source of information and education in digital finance, including cryptocurrency. One active account in this domain is @coinvestasi, which offers a range of educational content aimed at improving financial literacy. This study seeks to measure and explain the impact of @coinvestasi's Instagram content on cryptocurrency investment decision-making among its followers.

The study employs a quantitative approach within a positivist paradigm and uses a survey method. A questionnaire was distributed to 100 respondents who met the inclusion criteria. The findings suggest that Instagram content from @coinvestasi has a significant influence on cryptocurrency investment decisions. The linear regression equation obtained is $Y = 2.809 + 0.788X$, with a correlation value of 0.916, indicating a strong relationship between the two variables.

The hypothesis testing results show that $t\text{-value} = 22.637 > t\text{-table} = 1.984$, confirming the presence of a significant effect. The analysis of the Instagram variable shows high engagement, with respondents indicating the content positively affects their decision-making process.

Future research should further explore the mechanisms of digital communication in cryptocurrency education. Practically, @coinvestasi is encouraged to provide more credible, interactive, and up-to-date content to enhance followers' understanding and critical thinking in cryptocurrency investment.

Keywords: Social Media Instagram, Decision Making, Cryptocurrency

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT karena dengan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Pengambilan Keputusan Investasi *Cryptocurrency* (Survei pada *followers @coinvestasi*)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Digital Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada beberapa pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta sumbangsih pikiran dan tenaga sehingga proposal ini dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Finy F Basarah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan dan memberikan bimbingan selama jalannya pembuatan skripsi.
2. Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, atas dukungan dan masukan berharga yang telah diberikan.
3. Andi Pajolloi Bate, S.Ikom., M.A., M.B.A., selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua peneliti, Mama Miya dan Bapak Kiswoyo, serta adik peneliti, Nadya Lefina, yang senantiasa mendoakan setiap waktu dan memberikan dukungan penuh, baik secara mental maupun finansial, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik.
5. Teman-teman terdekat yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan moral selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian dan memberikan data yang sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat

mengharapkan kritik, saran, serta masukan dari berbagai pihak yang berkepentingan guna perbaikan dan penyempurnaan penelitian yang akan dilaksanakan. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat menjadi langkah awal yang baik dalam pelaksanaan penelitian lebih lanjut. Penulis berharap, penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang relevan.

Jakarta, 28 Oktober 2022

Riko Adi Nugroho



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis	24
2.2.1 Komunikasi Digital	24
2.2.2 New Media atau Media Baru.....	26
2.2.3 Media Sosial	28

2.2.4 Teori Pengambilan Keputusan	35
2.2.5 Investasi	37
2.4 Hipotesis	39
BAB III	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	43
3.4.1 Definisi Konsep	43
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1 Uji Validitas.....	49
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	51
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	53
3.6.2 Uji Koefisien Korelasi.....	54
3.6.3 Uji Hipotesis.....	54
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 @coinvestasi.....	56
4.1.2 Visi dan Misi @coinvestasi.....	58
4.2 Hasil Penelitian.....	58

4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	58
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Media Sosial Instagram)	60
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y (Pengambilan Keputusan)	68
4.2.4 Analisis Statistik.....	79
4.3 Pembahasan	83
BAB V	89
KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktis.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia	3
Gambar 1.2 Indeks Adopsi Cryptocurrency Global 2024	7
Gambar 1.3 Contoh Konten Cryptocurrency pada Laman @coinvestasi	9
Gambar 3.1 Jumlah Followers @coinvestasi	41
Gambar 4.1 @coinvestasi	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir	39
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	44
Tabel 3.2 Skala Likert	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial Instagram	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan	50
Tabel 3.5 Kriteria Indeks Reliabilitas.....	51
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial Instagram	52
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengambilan Keputusan	52
Tabel 3.8 Tabel Tingkat Korelasi	54
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Pengikut @coinvestasi.....	59
Tabel 4.5 Tanggapan responden atas pernyataan “Akun Instagram @coinvestasi dalam menyampaikan sebuah pesan menggunakan bahasa yang mudah dipahami”	60
Tabel 4.6 Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi tentang investasi cryptocurrency yang dibagikan oleh akun Instagram @coinvestasi akurat”	61
Tabel 4.7 Tanggapan responden atas pernyataan “Akun Instagram @coinvestasi menjadi sumber informasi yang sering dikunjungi karena menyajikan informasi investasi cryptocurrency yang terkini”	61
Tabel 4.8 Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi terkini mengenai cryptocurrency yang diperoleh melalui akun Instagram @coinvestasi menjadi faktor determinan dalam proses pengambilan keputusan investasi”	62
Tabel 4.9 Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi positif di Instagram @coinvestasi memicu tindakan untuk melakukan investasi baru aset cryptocurrency”	63

Tabel 4.10	Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi negatif di Instagram @coinvestasi memicu tindakan penjualan aset cryptocurrency”	63
Tabel 4.11	Tanggapan responden atas pernyataan “Terjadi diskusi aktif mengenai strategi investasi cryptocurrency di antara pengikut akun Instagram @coinvestasi”	64
Tabel 4.12	Tanggapan responden atas pernyataan “Diskusi di Instagram @coinvestasi membantu saya membuat keputusan investasi yang lebih baik”	65
Tabel 4.13	Tanggapan responden atas pernyataan “Keikutsertaan dalam komunitas cryptocurrency di Instagram @coinvestasi memberikan manfaat yang signifikan”	65
Tabel 4.14	Tanggapan responden atas pernyataan “Akun Instagram @coinvestasi, melalui para influencer cryptocurrency yang diikuti, memberikan pengaruh terhadap keputusan investasi”	66
Tabel 4.15	Tanggapan responden atas pernyataan “Rekomendasi investasi dari influencer Instagram @coinvestasi yang saya ikuti cukup meyakinkan”	67
Tabel 4.16	Tanggapan responden atas pernyataan “Partisipasi aktif dalam komunitas cryptocurrency Instagram @coinvestasi memberikan akses pada peluang investasi baru”	67
Tabel 4.17	Tanggapan responden atas pernyataan “Promosi yang dilakukan oleh akun Instagram @coinvestasi secara konsisten memunculkan persepsi adanya potensi keuntungan dalam investasi cryptocurrency”	68
Tabel 4.18	Tanggapan responden atas pernyataan “Postingan di @coinvestasi seringkali memicu minat saya untuk mencoba investasi baru”	69
Tabel 4.19	Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi yang saya dapatkan dari @coinvestasi membantu saya belajar dari pengalaman investor lain yang berhasil”	70
Tabel 4.20	Tanggapan responden atas pernyataan “Saya merasa lebih percaya diri untuk mengambil risiko investasi setelah mengikuti akun @coinvestasi”	70
Tabel 4.21	Tanggapan responden atas pernyataan “Analisis pasar yang disajikan oleh @coinvestasi sangat membantu saya dalam membuat keputusan investasi”	71

Tabel 4.22 Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi yang diberikan oleh @coinvestasi memiliki tingkat akurasi dan kehandalan yang cukup tinggi”	72
Tabel 4.23 Tanggapan responden atas pernyataan “Terdapat kepercayaan tinggi terhadap rekomendasi investasi yang diberikan oleh akun @coinvestasi”	72
Tabel 4.24 Tanggapan responden atas pernyataan “Rekomendasi investasi dari akun @coinvestasi memiliki bobot yang tinggi karena disampaikan oleh seorang ahli”	73
Tabel 4.25 Tanggapan responden atas pernyataan “Informasi yang saya dapatkan dari @coinvestasi membantu saya berpikir secara logis sebelum berinvestasi”	74
Tabel 4.26 Tanggapan responden atas pernyataan “Proses pengambilan keputusan melibatkan perbandingan informasi dari @coinvestasi dengan sumber lain”	74
Tabel 4.27 Rata-rata/Mean Variabel X (Media Sosial Instagram)	75
Tabel 4.28 Rata-rata/Mean Variabel Y (Pengambilan Keputusan)	77
Tabel 4.29 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	79
Tabel 4.30 Tabel Uji Korelasi	80
Tabel 4.31 Hasil Uji Korelasi	80
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.33 Hasil Uji Hipotesis	82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	96
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	102
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS	104
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS	105
LAMPIRAN 5 BIODATA PENELITI.....	105

