

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Tinjauan Pustaka.....	3
F. Kerangka Pemikiran.....	5
F.1. Media Richness Theory	5
F.2. What is Social Media?	6
F.2.1. Trust in Social Media.....	7
F.3. Pasar Modal	8
F.4. Decision Making Process	10
G. Model Penelitian	15
H. Metodologi Penelitian.....	16

G.1. Jenis Penelitian.....	16
G.2. Subjek Penelitian.....	16
G.3. Metode Penelitian	17
G.4. Teknik Pengumpulan Data.....	17
G.5. Teknik Analisis Data.....	18
BAB II	
MEDIA SOSIAL DAN TANTANGAN INFORMASI SAHAM	21
A. Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Baru	21
B. Media Sosial membangun Interaktivitas.....	24
C. Media Sosial dalam Proses Pengambilan Keputusan	27
D. Media Sosial dan Tantangan Persepsi Negatif Investasi Saham	30
BAB III	
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	34
A. Profil Akun @ngertisaham	34
A.1. Awal Berdirinya Akun Instagram @ngertisaham.....	34
A.2. Pendiri dan Admin @ngertisaham	34
A.3. <i>Insight</i> Dasar Akun @ngertisaham	35
A.4. Logo Akun @ngertisaham	35
A.5. Jenis Konten di Akun @ngertisaham.....	36
B. Profil Informan Penelitian.....	40
B.1 Informan 1 Anna Nurjanah	40
B.2. Informan 2 Muhammad Tri Sakti.....	40
B.3. Informan 3 Farid Fausan	41
B.4. Informan 4 Muhammd Saiful Haq	42
B.5. Informan 5 Ahmarwansya Yusuf.....	42
B.6. Informan 6 Dimas Sapta Nugraha.....	43
BAB IV	
TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Temuan Penelitian	44

A.1. Media Sosial dalam Tahapan <i>Problem Recognition</i> /	
Rekognisi Investasi Saham	44
A.1.1. Algoritma Instagram menghasilkan Rekognisi	45
A.1.2. Rekognisi dari Diskusi Media Sosial	46
A.2. Media Sosial dalam Tahapan <i>Information search</i> /	
Pencarian Informasi Investasi Saham	47
A.2.1. Media Sosial sebagai Sumber Informasi Pasca-Rekognisi	47
A.2.2. Media Sosial Mengubah Mindset Investasi Saham	63
A.3. Media Sosial dalam Tahapan <i>Evaluate of Alternatives</i>	
Investasi Saham	66
A.3.1. Media Sosial dalam Memilih Instrumen Investasi	66
A.3.2. Media Sosial dalam Memilih Perusahaan Sekuritas	68
A.3.3. Media Sosial dalam Memilih Saham	69
A.4. Media Sosial dalam Tahapan <i>Purchasing</i> Investasi Saham	71
A.4.1. Media Sosial Menghubungkan dengan Perusahaan Sekuritas	72
A.4.2. Media Sosial Menghubungkan dengan Manajer Investasi	73
A.5. Media Sosial dalam Tahapan <i>Post-Purchase</i> Investasi Saham	73
A.5.1. Pencarian Informasi Pasca-Pembelian	74
A.5.2. Membagikan Pengalaman Berinvestasi Saham	77
B. Pembahasan	79
B.1. Algoritma Media Sosial dan Diseminasi Konten Edukasi Saham	79
B.1.1. Bagaimana Algoritma Instagram Bekerja	79
B.1.2. Algoritma Menghubungkan Antar Pengguna	83
B.1.3. Algoritma Dalam Tahapan Pengambilan Keputusan	
Investasi Saham	84
B.2. Heterogenitas Pola Penggunaan Media Sosial dalam	
Pengambilan Keputusan Investasi Saham	88
B.3. Level <i>Trust terhadap</i> Media Sosial dalam Keputusan	
Investasi Saham	95
BAB V	
PENUTUP	100

A. Kesimpulan	100
B. Saran	103
B.1. Saran Praktis.....	103
B.2. Saran Akademis.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Logo Akun Instagram @ngertisaham.....	35
Gambar 3.2. Konten Berita Keuangan di @ngertisaham.....	36
Gambar 3.3. Konten Perbandingan Analisis Fundamental Perusahaan Publik.....	36
Gambar 3.4. Konten Tutorial Investasi Saham.....	37
Gambar 3.5. Pertanyaan Terbuka Admin Mengenai Investasi Saham.....	37
Gambar 3.6. Postingan Kutipan Motivasi Investasi Saham.....	38
Gambar 3.7. Video Motivasi Investasi Saham.....	38
Gambar 3.8. Postingan Kegiatan Sekolah Pasar Modal.....	39
Gambar 3.9. Postingan Performa Harga Saham Perusahaan Publik.....	39
Gambar 4.1. Postingan Ajakan Membaca Highlight Story.....	50
Gambar 4.2. Highlight Insta Story Akun @ngertisaham.....	53
Gambar 4.3. Kata Kunci Saham dan Hasil Pencarian.....	55
Gambar 4.4. Interaktivitas dalam Kolom Komentar.....	61
Gambar 4.5. Postingan Mengenai Harga saham per-lot.....	64
Gambar 4.6. Pandangan Pemuka Agama mengenai.....	65
Gambar 4.7. Pengikut Akun @ngertisaham Merekomendasikan Perusahaan Sekuritas.....	69
Gambar 4.8. Pertanyaan Terbuka Mengenai Saham Perusahaan Publik.....	70
Gambar 4.9. Postingan Perbandingan Fundamental Perusahaan.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Indeks Literasi Keuangan Indonesia.....	30
--	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1. Durasi Penggunaan Media Sosial Lintas Generasi.....	59
---	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Model Pengambilan Keputusan Konsumen (Kotler, 2012).....	13
Bagan 1.2. Model Penelitian.....	15