

BAB II

OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

A. AsetKu

Investasi menurut OJK merupakan kegiatan menanam modal dalam jangka panjang untuk meraih keuntungan di masa mendatang. Investasi terbagi menjadi beberapa jenis seperti deposito berjangka, emas dan logam mulia, property, saham, dan *peer to peer lending*. Saat ini, tersedia berbagai macam platform yang dapat digunakan masyarakat jika ingin berinvestasi salah satunya adalah AsetKu. AsetKu merupakan salah platform investasi Peer to Peer Lending di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2017. AsetKu menjadi penyedia layanan pinjaman berbasis teknologi yang memiliki beberapa keunggulan seperti, jaminan pihak ketiga yaitu Akulaku, asuransi asset, *risk control* oleh *multi-finance*, serta peminjam uang yang diversifikasi (Instagram @asetku_id)

GAMBAR 3
Logo AsetKu

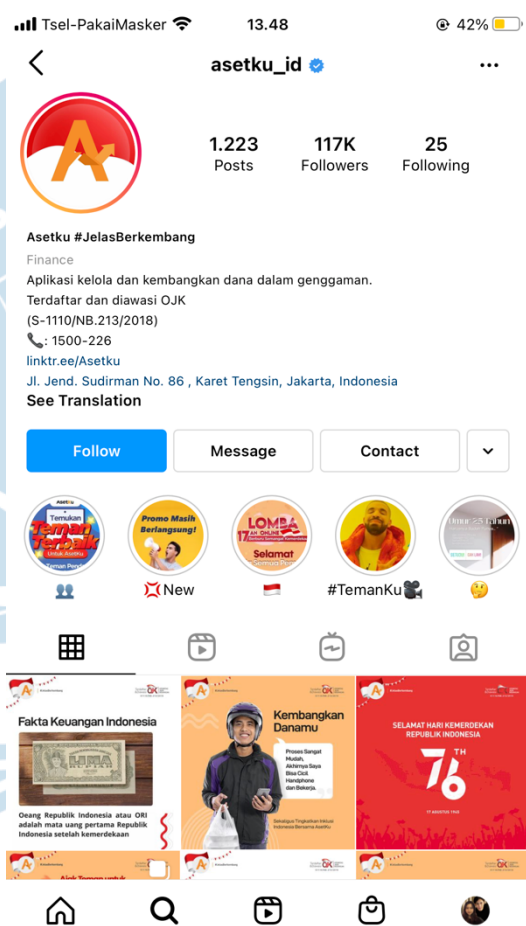


sumber: asetku.co.id

AsetKu gencar melakukan promosi di beberapa media sosial dan paling aktif di Instagram. Hingga kini akun Instagram @Asetku_id memiliki jumlah

pengikut sebanyak 117.000 dan sudah mendapatkan centang biru atau *verified account*.

GAMBAR 4
Tampilan Instagram @asetku_id

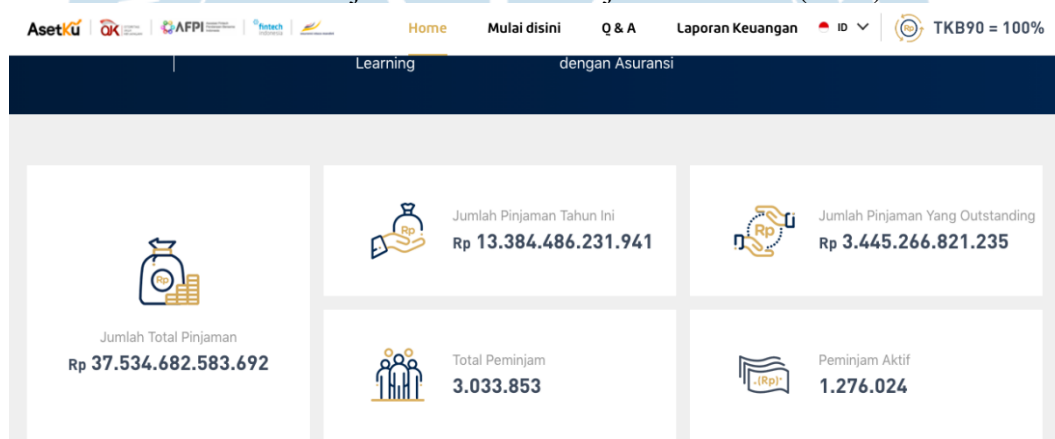


Konten yang ditampilkan di akun Instagram @asetku_id juga beragam. Mulai dari tips menabung, informasi tentang investasi bodong, tips menggunakan uang dengan bijak, hingga gaya hidup publik figure yang dapat ditiru oleh awam. Keragaman konten yang disajikan menjadikan akun Instagram @asetku_id menarik dan tidak membosankan. AsetKu tidak hanya bekerjasama dengan @michimomo, namun juga dengan *influencer-influencer* muda di media sosial seperti Sanly Liu,

Janine Intansari dan Andreas Lukita yang ikut membantu meningkatkan jumlah penggunanya seperti dengan menargetkan generasi muda untuk mulai berinvestasi.

Hingga tahun 2021, perkembangan AsetKu semakin melejit dengan jumlah peminjam mencapai 3 juta orang dengan total pinjaman mencapai 31 Triliun Rupiah. Keberhasilan AsetKu dibuktikan dengan diraihnya penghargaan “The Most Promising P2P Lending Platform Startup at Finfest 2018” oleh Mobiliari Group pada tahun 2018. Hingga sampai tahun 2020 AsetKu sudah berhasil menyalurkan dana sebesar Rp18 Triliun ke penggunanya.

GAMBAR 5
Data Peminjam dan Jumlah Pinjaman AsetKu (2021)



Sumber: asetku.co.id

B. Michelle Hendra @michimomo

Michelle Hendra merupakan sosok yang memiliki banyak keahlian. Sebagai seorang *influencer* asal Indonesia yang awalnya dikenal sebagai blogger yang mengulas tentang *fashion* dan *beauty* melalui laman blog nya, kini ia juga sukses menjadi seorang *food vlogger* dan menjadi *influencer* gaya hidup di laman Youtube dan Instagram (Mecadinisa, 2021). Tidak hanya itu, Michelle Hendra juga kerap membahas hal-hal yang lebih personal seperti percintaan dan *self*

empowerment. Keanekaragaman dan keunikan konten yang dibuatnya menjadikannya sukses di dunia maya dan berhasil menarik perhatian audiens hingga kini akun Instagram miliknya mendapatkan centang biru atau *verified account* dengan jumlah followers mencapai 215.600 dan akun Youtubenanya mencapai 435.000 *subscribers*.

Michelle Hendra tidak hanya sukses di media maya, ia juga melebarkan sayapnya ke layar kaca dengan menjadi host berbagai siaran televisi salah satunya acara TV “Daebak!” bersama dengan Boy William. Namanya semakin dikenal setelah menjadi penerjemah untuk *girlgroup* asal Korea Selatan, BLACKPINK pada acara ulang tahun salah satu *e-commerce* di Indonesia. Prestasi ini kemudian mengundang banyak media salah satunya adalah detik.com yang kemudian penasaran dengan apa saja yang dilakukan @michimomo sehingga dapat menjadi *interpreter* bagi *girlgroup* ternama itu. Kesuksesan tidak hanya diraih melalui dunia hiburan saja, Michelle Hendra juga merintis dunia bisnis dengan mulai membuka berbagai bisnis seperti tempat refleksi dan salon yang menjadikannya pengusaha muda yang sukses.

Wanita kelahiran Jakarta, 15 April 1992 ini semakin menarik untuk diikuti setelah menikah dengan pria keturunan Korea bernama Park Keun Woo. Setelah menikah dengan pria Korea, Michelle kerap membagikan konten-konten seputar Bahasa Korea, Masakan Korea, dan Budaya-budaya Korea yang menarik minat audiens. Menikahi pria Korea juga membuka peluang usaha baru bagi mereka untuk membuka restoran masakan korea bernama “Bamsae” yang terkenal di kalangan *influencer*.

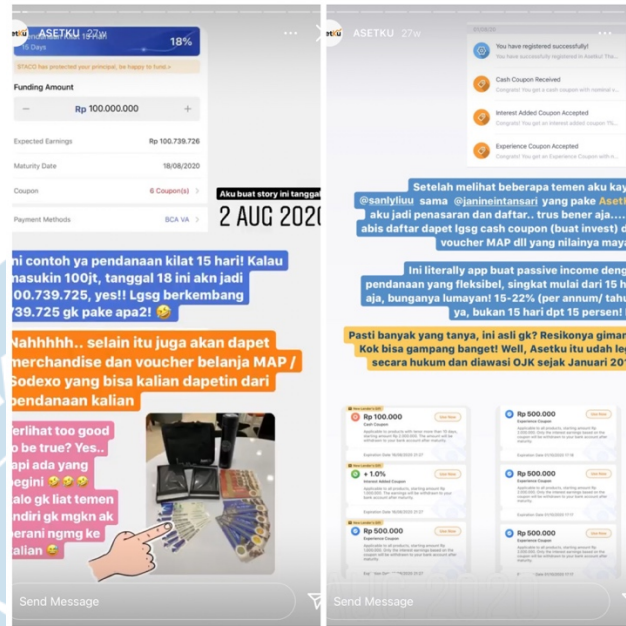
GAMBAR 6
Michelle Hendra



Sumber: Instagram @michimomo

Kesuksesannya di berbagai bidang, tidak hanya menarik banyak audiens yang “penasaran” dengan kehidupan Michelle, tetapi berbagai merk lokal dan multinasional juga tertarik untuk berkolaborasi dengan Michelle untuk menarik pelanggan salah satunya adalah AsetKu. Ia mulai aktif mempromosikan AsetKu di laman Instagramnya sejak Agustus 2020. Sebagai pengusaha sukses, Michelle merasa pengelolaan uang merupakan hal yang penting untuk dilakukan untuk mengatur arus uang, salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan melakukan investasi dengan Aplikasi AsetKu.

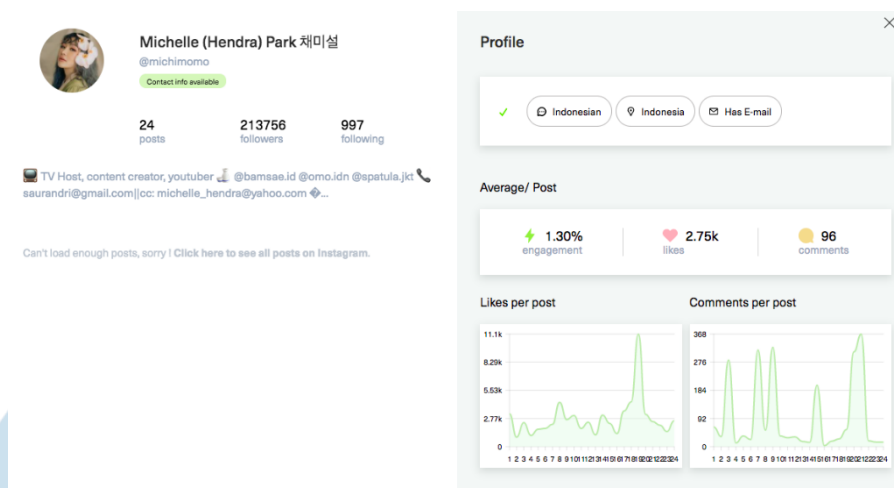
GAMBAR 7
Bentuk Promosi Aplikasi AsetKu pada Instastory @michimomo



Sumber: Instagram @michimomo

Michelle Hendra seringkali berinteraksi dengan pengikutnya seperti mengadakan *giveaway*, hingga membuka sesi tanya jawab pada Instastory miliknya. Hal ini merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan seorang *influencer* untuk mendapatkan *engagement* yang tinggi sehingga menarik merk-merk untuk melakukan kerjasama dengan @michimomo. Kedekatan interaksi yang dilakukan oleh Michelle dapat dilihat melalui inbeat.co dengan hasil 1.30% yang masuk dalam kategori *good engagement*.

GAMBAR 8
Engagement Rate @michimomo

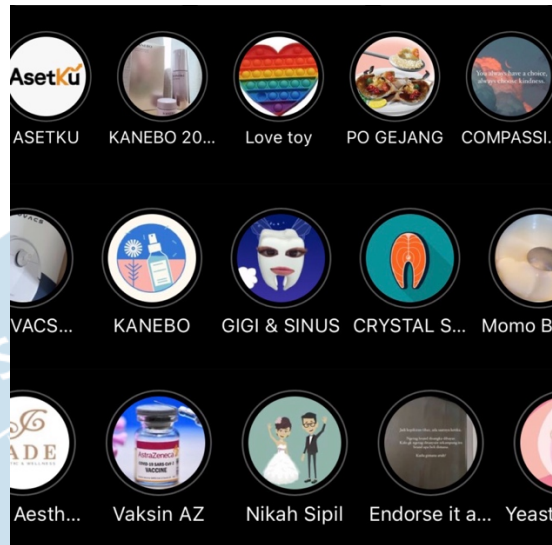


Sumber: inbeat.com

C. Followers Instagram

Sistem sosial dalam media sosial *Instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun lainnya ataupun memiliki pengikut. Sebagai seorang *influencer*, *followers* menjadi komponen penting dalam proses “meng-*influence*” sesuatu. Semakin banyak *followers* yang mengikuti, semakin beragam pula karakter yang dimiliki. Hal itu dapat menjadi modal penting dalam mendapatkan *original insight* terhadap tiap unggahan. Walaupun memiliki jumlah pengikut yang besar, *influencer* tetap harus memperhatikan *engagement* dengan *followersnya* yaitu dengan melakukan interaksi seperti saling membalas komentar sehingga dapat meningkatkan loyalitas *followers* dengan *influencer*. Seperti yang dilakukan @michimomo dengan *followersnya*, ia seringkali melakukan *sharing* dengan *followersnya* terkait berbagai hal yang disimpan pada *highlight* Instastorynya.

GAMBAR 9
Highlight Instastory @michimomo



Sumber: Instastory @michimomo

Berdasarkan temuan data yang dilakukan peneliti terhadap 400 responden, mayoritas *followers* yang dimiliki oleh @michimomo adalah berjenis kelamin perempuan dengan rentan usia paling banyak diatas 26 tahun.