

**Korelasi Antara EPIC Kampanye #AkuInvestorSaham dari BEI
dengan Minat Beli Saham Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Atma
Jaya Yogyakarta**



Skripsi

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom.)**

Oleh :

Dion Chandra

180906653

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN

**KORELASI ANTARA EPIC KAMPANYE #AKUINVESTORSAHAM BEI
DENGAN MINAT BELI SAHAM MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI
ATMA JAYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

disusun oleh:

DION CHANDRA

180906653

disetujui oleh:



Drs. Josep J. Darmawan, MA.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : KORELASI ANTARA EPIC KAMPANYE
#AKUINVESTORSAHAM BEI DENGAN MINAT BELI SAHAM MAHASISWA
PRODI ILMU KOMUNIKASI ATMA JAYA YOGYAKARTA

Penyusun : DION CHANDRA

NPM : 1809006653

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Kamis, 25 Januari 2024

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1 Gedung FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

Drs. Josep J. Darmawan., M.A.

Penguji I

Brahma Putra Pratama, S.S., M.Si.

Penguji II


.....
Irene Santika Vidiadari, M.A

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dion Chandra

NPM : 1809006653

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : KORELASI ANTARA EPIC KAMPANYE
#AKUINVESTORSAHAM BEI DENGAN MINAT BELI SAHAM MAHASISWA
PRODI ILMU KOMUNIKASI ATMA JAYA YOGYAKARTA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun penuciran hasil karya orang lain

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 25 Januari 2024

Saya,



Dion Chandra

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti hantarkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya, peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Korelasi Antara epic kampanye #akuinvestorsaham BEI dengan Minat Beli Saham Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Atma Jaya Yogyakarta” dengan lancar. Penelitian ini disusun sebagai pemenuhan syarat kelulusan akademis dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses penyusunan dan penelitian skripsi ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak yang memiliki peran masing-masing yang penting bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui tulisan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas semua berkat dan perlindungan yang selalu menyertai peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.
2. Ibu Imelda Irawati yang selalu sabar dan setia memberi dukungan serta kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi dan pendidikan,
3. Bapak Wisnu Chandra yang selalu sabar dan setia memberi dukungan serta kesempatan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi dan pendidikan
4. Bapak Josep Joedhi Darmawan selaku dosen pembimbing yang telah

meluangkan waktu dan membimbing peneliti dengan memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran. Terima kasih banyak atas ilmu serta dukungan Bapak selama ini.



**KORELASI ANTARA EPIC KAMPANYE #AKUINVESTORSAHAM BEI
DENGAN MINAT BELI SAHAM MAHASISWA PRODI ILMU
KOMUNIKASI ATMA JAYA YOGYAKARTA**

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya zaman, akses untuk mendapatkan informasi menjadi semakin mudah didapat, hal tersebut menimbulkan beberapa fenomena di mana salah satunya adalah para mahasiswa yang melakukan investasi di pasar modal hanya karena ikut-ikutan teman dan pada akhirnya mengalami kerugian dan berhenti dalam berinvestasi di pasar modal. BEI merupakan pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan/atau sarana, untuk mempertemukan penawaran jual dan beli saham dari pihak-pihak yang ingin memperdagangkan saham tersebut di Indonesia. BEI tentunya ingin menciptakan kondisi di mana anak-anak muda dapat berinvestasi saham secara dini, namun hal tersebut sering kali belum dapat tercapai karena minimnya anak-anak muda yang mendapat akses tentang informasi cara berinvestasi saham yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara epic kampanye #akuinvestorsaham BEI dengan minat beli saham mahasiswa prodi ilmu komunikasi Atma Jaya Yogyakarta. Teori yang digunakan adalah teori *Emphaty, Persuasion, Impact and Communications* (EPIC). Penelitian ini memiliki jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah teknik uji korelasi.

Hasil penelitian menemukan bahwa adanya korelasi dari pemasaran informasi digital dari BEI dengan minat beli saham mahasiswa prodi ilmu komunikasi Atma Jaya Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan uji korelasi antara pemasaran informasi dari BEI (variabel X) dengan Minat Beli (variabel Y) sebesar 0,995 atau 99,5%. Hipotesis yang diajukan tidak diterima dengan dibuktikan nilai korelasi diatas 0,90 yaitu sangat tinggi, berkebalikan dengan hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada korelasi antar variabel

Kata kunci: Saham, Emphaty, Komunikasi Pemasaran Digital, Persuasion, Impact, Communication, Minat Beli

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Kerangka Teori.....	12
F. Definisi Konsep.....	18
G. Metodologi Penelitian.....	22
BAB II.....	30
A. Bursa Efek Indonesia.....	30
B. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UAJY.....	32
BAB III.....	33
A. Temuan Data.....	33
B. Analisis Data.....	44
BAB IV.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	21
Tabel 3.1.....	33
Tabel 3.2.....	34
Tabel 3.3.....	34
Tabel 3.4.....	35
Tabel 3.5.....	35
Tabel 3.6.....	36
Tabel 3.7.....	37
Tabel 3.8.....	38
Tabel 3.9.....	39
Tabel 3.10.....	40
Tabel 3.11.....	40
Tabel 3.12.....	41
Tabel 3.13.....	42
Tabel 3.14.....	42
Tabel 3.15.....	43
Tabel 3.16.....	44
Tabel 3.17.....	45
Tabel 3.18.....	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	3
Gambar 1.2.....	3
Gambar 1.3.....	5
Gambar 1.4.....	20
Gambar 2.1.....	31
Gambar 2.2.....	31

