

**ANALISIS EXPOSURE MEDIA LAPORAN KINERJA PT  
GLOBAL DIGITAL NIAGA Tbk KUARTAL PERTAMA 2024  
DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELI SAHAM BELI DI  
KALANGAN GENERASI Z**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**Khoirun Nissa  
1201003156**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Khoirun Nissa

NIM : 1201003156

Tanggal : 23 Agustus 2024

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be the initials 'KN' followed by a stylized flourish.

## HALAMAN PERSETUJUAN

### HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Khoirun Nissa

NIM : 1201003156

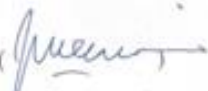
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis Exposure Media Laporan Kinerja PT Global Digital Niaga Tbk Kuartal Pertama 2024 Dalam Menumbuhkan Minat Beli Saham BELI Di Kalangan Gen Z

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. (  )

Pembahas 1 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. (  )

Pembahas 2 : Octaviniant Aspary, S.ikom., M.Si. (  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 2 September 2024

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“ANALISIS EXPOSURE MEDIA LAPORAN KINERJA PT GLOBAL DIGITAL NIAGA Tbk KUARTAL PERTAMA 2024 DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELI SAHAM BELI DI KALANGAN GENERASI Z”** ini dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

### **1. Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat, karunia, kesehatan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir ini dengan tepat waktu.

### **2. Ibu, Appa, Teh Indah, Yayas**

Terima kasih kepada Ibu, Appa, Teh Indah, dan Yayas selaku orang tua dan saudara kandung dari penulis yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada penulis yang berbentuk material maupun immaterial serta kasih sayang yang berlimpah kepada penulis selama hidup penulis.

### **3. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.**

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran yang berharga selama proses menyusun penelitian ini.

### **4. Pak Prof. Dr. Dudi Rudianto, SE, M.Si.**

Terima kasih kepada Pak Dudi selaku dekan FEIS Universitas Bakrie dan juga selaku informan triangulator pada penelitian ini karena telah memberikan pengetahuan dan pandangan teoritis untuk penelitian ini.

**5. Miss Ajenk Ningga Citra , S.Sos., M.Si. dan Miss Octaviniant Aspary, S.ikom., M.Si.**

Terima kasih kepada Miss Ajenk dan Miss Esvy selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif untuk menyempurnakan penelitian ini.

**6. Ahmad Fahmi**

Terima kasih kepada Fahmi selaku orang terdekat dengan penulis yang telah memberikan dukungan yang tak terbatas, mendengarkan semua keluh kesah penulis, dan selalu menemani penulis dalam menyelesaikan penelitian tugas akhir ini.

**7. Dinda, Silva, Liza**

Terima kasih kepada Dinda, Silva, dan Liza yang telah menjadi teman seperjuangan penulis selama masa kuliah dan telah menemani hari-hari penulis baik saat di kampus maupun di luar kampus.

**8. Majid, Fiwud, Nayna, Dita, Rara, Tasya, Halimah, Sintia**

Terima kasih kepada mereka selaku teman-teman penulis yang telah memberikan supportnya satu sama lain selama masa perkuliahan.

**9. Warga PR**

Terima kasih kepada warga PR yaitu kelas peminatan PR 2020 yang telah menerima penulis menjadi teman mereka, yang saling memberikan kritik dan saran selama masa perkuliahan, dan yang selalu ada bersama penulis selama masa perkuliahan.

**10. Johnny, Taeyong, Yuta, Doyoung, Jaehyun, Jungwoo, Mark, Haechan, Jen0, Jaemin, Renjun, Chenle, Jisung, Ten, Kun, Xiaojun, Hendry, Yang Yang, Winwin**

Terima kasih kepada seluruh member NCT beserta karyanya yang telah menemani penulis selama menyusun penelitian tugas akhir ini.

**11. Diri Sendiri**

Terima kasih kepada diri sendiri yaitu penulis karena telah bertahan dan berjuang selama 8 semester untuk menyelesaikan mata kuliah setiap semesternya hingga sidang akhir.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khoirun Nissa  
NIM : 1201003156  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

### **ANALISIS EXPOSURE MEDIA LAPORAN KINERJA PT GLOBAL DIGITAL NIAGA Tbk KUARTAL PERTAMA 2024 DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELI SAHAM BELI DI KALANGAN GENERASI Z**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2024

Yang Menyatakan



---

Khoirun Nissa

# **ANALISIS EXPOSURE MEDIA LAPORAN KINERJA PT GLOBAL DIGITAL NIAGA Tbk KUARTAL PERTAMA 2024 DALAM MENUMBUHKAN MINAT BELI SAHAM BELI DI KALANGAN GENERASI Z**

Khoirun Nissa

## **ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji exposure media terhadap minat beli saham dikalangan generasi Z, dengan fokus pada reaksi mereka terhadap informasi kinerja perusahaan kuartal pertama 2024 yang menggunakan studi kasus pada saham PT Global Digital Niaga Tbk (BELI). Di pasar saham Indonesia, Generasi Z telah muncul sebagai kelompok investor baru yang dinamis dalam beberapa tahun terakhir. Kinerja perusahaan yang dibahas oleh media cenderung mempengaruhi minat beli saham mereka. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep Komunikasi Korporat, *Investor Relations*, *Media Relations*, *Exposure Media*, Minat Beli. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi media monitoring yang diberikan kepada calon informan sebagai materi wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Subjek penelitian adalah dua generasi Z yang aktif dalam investasi saham dan satu triangulator pakar investasi dan keuangan perusahaan. Operasionalisasi konsep meliputi exposure media yang mencakup *selectivity*, *intentionally*, *utilitarianism*, *involvement*, dan *previous to influence*. Minat beli yang meliputi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, minat eksploratif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa exposure media merupakan salah satu alat pendukung laporan kinerja perusahaan, namun bukan satu-satunya alat yang dapat menumbuhkan minat pembelian saham.

Kata Kunci : Exposure Media, Minat Beli, Investor, Saham, Laporan Kinerja

***MEDIA EXPOSURE ANALYSIS OF PT GLOBAL DIGITAL NIAGA Tbk PERFORMANCE REPORT FOR THE FIRST QUARTER OF 2024 IN SPURRING SHARE PURCHASE INTEREST AMONG GENERATION Z***

Khoirun Nissa

***ABSTRACT***

*This research examines media exposure's impact on stock purchase interest among Generation Z, focusing on their reactions to the company's first-quarter 2024 performance information, using a case study on the shares of PT Global Digital Niaga Tbk (BELI). In the Indonesian stock market, Generation Z has emerged as a dynamic new group of investors in recent years. The company's performance discussed in the media tends to influence their stock purchase interest. The concepts used in this research are Corporate Communication, Investor Relations, Media Relations, Media Exposure, and Purchase Interest. The research method employed is a descriptive qualitative approach using interview techniques, observation, and media monitoring documentation provided to potential informants as interview material for data collection. The subjects of the research are two Generation Z individuals active in stock investments and one investment and corporate finance expert triangulator. The operationalization of the concept includes media exposure, which encompasses selectivity, intentionality, utilitarianism, involvement, and prior influence. Purchase interest includes transactional interest, referential interest, preferential interest, and exploratory interest. The research results indicate that media exposure is one of the supporting tools for company performance reports, but it is not the only tool that can foster stock purchase interest.*

*Keywords: Media Exposure, Purchase Interest, Investor, Stocks, Performance Report*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>BAB I</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1. Manfaat Teoritis .....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II</b> .....	10
2.1 Konsep Yang Relevan.....	10
2.1.1 Komunikasi Korporat atau <i>Corporate Communications</i> .....	10
2.1.2 Investor Relations.....	12
2.1.3 Media Relations .....	14
2.1.3.1 Media Monitoring .....	15
2.1.4 Exposure Media .....	16
2.1.5 Minat Beli.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
<b>BAB III</b> .....	27
3.1 Desain dan Pendekatan .....	27
3.2 Objek dan Subjek Penelitian .....	28
3.3 Pengumpulan Data .....	29
1. Data Primer .....	29
2. Data Sekunder .....	29
1. Wawancara.....	30

2. Observasi.....	30
3. Dokumentasi .....	31
3.4 Analisis Data .....	31
1. Pengumpulan data ( <i>Data collection</i> ).....	32
2. Reduksi data ( <i>Data Reduction</i> ) .....	32
3. Penyajian data ( <i>Data display</i> ).....	32
4. Kesimpulan dan Verifikasi ( <i>Conclusion drawing / verification</i> ).....	33
3.5 Triangulasi Data .....	33
3.6 Operasionalisasi Konsep .....	34
<b>BAB IV</b> .....	37
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	37
4.1.1 Profile PT Global Digital Niaga.....	37
4.1.2 Jenis Produk & Kategori PT Global Digital Niaga Tbk .....	38
4.1.3 Visi, Misi, Nilai & Struktur PT Global Digital Niaga Tbk.....	39
4.1.4 Profil Informan.....	42
4.2 Penyajian Data .....	45
4.2.1 Efektivitas Exposure Media .....	45
4.2.1.1 <i>Selectivity</i> .....	48
4.2.1.2 <i>Intentionally</i> .....	51
4.2.1.3 <i>Utilitarianism</i> .....	54
4.2.1.4 <i>Involvement</i> .....	57
4.2.1.5 <i>Previous to Influence</i> .....	61
4.2.2 Minat Beli Saham PT Global Digital Niaga Tbk (BELI) .....	64
4.2.2.1 Minat Transaksional.....	66
4.2.2.2 Minat Referensial .....	70
4.2.2.3 Minat Preferensial .....	72
4.2.2.4 Minat Eksploratif .....	75
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	77
4.3.1 <i>Exposure</i> Media Menjadi Salah Satu Alat Pendukung Laporan Kinerja Perusahaan PT Global Digital Niaga Tbk Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Saham BELI.....	78
4.3.1.1 Kontribusi Media dalam Memperkuat Narasi Laporan Kinerja PT Global Digital Niaga Tbk .....	79
4.3.1.2 Pemberitaan Media Mempengaruhi Pergerakan Harga Saham BELI.....	81
4.3.2 Strategi Investor dalam Minat Beli Saham BELI .....	83

4.3.2.1 Integrasi Informasi Media dan Kinerja Perusahaan PT Global Digital Niaga Tbk dalam Analisis Minat Beli Saham BELI.....	87
<b>BAB V</b> .....	90
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	90
5.3 Saran dan Implikasi.....	91
5.3.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	91
5.3.2 Saran Untuk Industri/Lembaga/Subjek.....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	92
<b>LAMPIRAN</b> .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Investor Gen Z dan Milenial .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4. 1 Logo PT Global Digital Niaga Tbk.....	37
Gambar 4. 2 Kategori dan Produk PT Global Digital Niaga Tbk.....	39
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi PT Global Digital Niaga Tbk .....	40
Gambar 4. 4 Muhammad Fadly Alghifary .....	43
Gambar 4. 5 Christoper Hasiholan.....	43
Gambar 4. 6 Prof. Dr. Dudi Rudianto, SE., MSi.....	44
Gambar 4. 7 Berita Kinerja Kuartal I PT Global Digital Niaga Tbk .....	65
Gambar 4. 8 Consolidated Financial Performance PT Global Digital Niaga Tbk Q124 .....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep Exposure Media.....	35
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep Minat Beli.....	36
Tabel 4. 1 Biodata Informan .....	43
Tabel 4. 2 Media Monitoring Kinerja PT Global Digital Niaga Tbk Q1 2024.....	47