

**Pemanfaatan Media Sosial *Tiktok* Pada Akun @Bosstonnn Sebagai
Media Pembelajaran Investasi Saham Bagi Generasi Milenial**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana (S1)**

Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Marsel Mashuri Ismail

1181003063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri,
dan sumber baik yang diikuti maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Marsel Mashuri Ismail

NIM : 1181003063

Tanda Tangan



:

Tanggal : 29 Juli 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :
Nama : Marsel Mashuri Ismail
NIM : 1181003063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pemanfaatam Media Sosial *Tiktok* Pada
Akun @Bosstonnn Sebagai Media
Pembelajaran Investasi Saham Bagi Generasi
Milenial

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

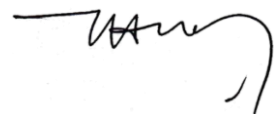
Pembimbing : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,

()

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. (

)

Penguji 2 : Suharyanti, Dra., M.S.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Agustus 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Pemanfaatam Media Sosial *Tiktok* Pada Akun @Bosstonnn Sebagai Media Pembelajaran Investasi Saham Bagi Generasi Milenial”. Selama penulis melakukan studi di Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, penulis mendapatkan banyak pengalaman dalam implementasi teori komunikasi, khususnya pada bidang *Marketing Communications*, dimana ilmu yang didapatkan sangat bermanfaat bagi penulis untuk bekal menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Penyusunan penelitian Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Penulis menyadari proses yang dilalui ini tidak akan berjalan lancar tanpa bimbingan, bantuan, hingga motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga

Terima kasih kepada keluarga khususnya orang tua tercinta yang telah mendoakan dan mendukung serta memberikan pengertian dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.

2. Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,

Terima kasih kepada Miss Dessy Kania selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis atas upaya bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih sudah memotivasi, membantu, dan juga membimbing penulis agar menyelesaikan laporan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih sudah mempermudah penulis karena bantuan dan saran yang sangat berguna untuk penulis.

3. Dosen Ilmu Komunikasi

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmunya selama masa perkuliahan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

4. Teman Tercinta

Terima kasih kepada Arka, Pierlan, Aristine, Mutia, Gowow, Fadil, Asti, Nadila, Mutber, Adit, Agam, Ci Katrin, Anna, Fara, Shifa, dan Jengkies yang sudah menemani penulis dalam menyusun penelitian ini.

5. Komunal 2018

Terima kasih kepada teman-teman satu angkatan terutama peminatan *marketing communication*. Terima kasih sudah mewarnai perkuliahan dan juga menjadi teman yang baik dari awal hingga sekarang. Terima kasih sudah membantu dan sudah menemani proses-proses yang dirasakan dari awal hingga saat ini.

6. Michel Adelia Putri

Terima kasih untuk Icel yang sudah membuat penulis semangat dalam membuat penelitian dan membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Juli 2022

Penulis,



Marsel Mashuri Ismail

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Marsel Mashuri Ismail
NIM : 1181003063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“Pemanfaatan Media Sosial *Tiktok* Pada Akun @Bosstonnn Sebagai Media Pembelajaran Investasi Saham Bagi Generasi Milenial”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 31 Juli 2022

Yang menyatakan,



Marsel Mashuri Ismail

“Pemanfaatan Media Sosial *Tiktok* Pada Akun @Bosstonnn Sebagai Media Pembelajaran Investasi Saham Bagi Generasi Millennial”

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus kepada pemanfaatan media sosial khususnya *Tiktok* dalam edukasi investasi saham di Indonesia. Memanfaatkan media sosial *Tiktok* sebagai wadah dalam membuat sebuah konten yang berisikan investasi. Sejak fenomena investasi cukup digandrungi pada pertengahan tahun 2020, munculnya beberapa konten kreator pada media sosial *Tiktok*. Konten kreator tersebut membuat konten-konten tentang edukasi investasi saham serta keuntungannya, melalui pemanfaatan media sosial *Tiktok* tersebutlah, muncul minat untuk melakukan investasi para calon investor setelah melihat konten-konten yang ada di *Tiktok*, konten kreator edukasi investasi yang cukup diminati salah satunya adalah Boston dengan analisa bandarmologynya. Melalui konten Bostonlah banyak investor yang merubah sikap berinvestasinya dari jangka panjang ke jangka pendek setelah melihat konten bandarmology di *Tiktok*. *Tiktok* pada saat ini merupakan media sosial cukup populer serta bisa dimanfaatkan untuk keperluan hiburan ataupun untuk berbisnis.

Kata Kunci : Investasi, Bandarmology, Edukasi, Saham, Media Sosial, *Tiktok*.

ABSTRACT

This study focuses on the use of social media, especially Tiktok, in stock investment education in Indonesia. Utilizing Tiktok social media as a forum for creating content that contains investment. Since the investment phenomenon was quite popular in mid-2020, several content creators appeared on Tiktok social media. The creator content creates content about stock investment education and its benefits, through the use of Tiktok social media, there is an interest in investing potential investors after seeing the content on Tiktok, investment education creator content is quite attractive, one of which is Boston with bandarmology analysis. It is through Boston's content that many investors change their investment attitude from long term to short term after seeing bandarmology content on Tiktok. Tiktok is currently a fairly popular social media and can be used for entertainment purposes or for business.

Keyword: Investment, Bandarmology, Education, Stock, Social Media, *Tiktok*.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
Tinjauan Pustaka	12
2.1 Konsep yang Relevan.....	12
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	12
2.1.2 Media Sosial	12
2.1.3 <i>Tiktok</i>	14
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	15
2.1.5 Brand Awareness	15
2.1.6 Sikap Konsumen Pada Merek.....	16
2.1.7 Minat Investasi	17
2.2 Penelitian sebelumnya dan pernyataan kebaruan	18
2.3 Kerangka Pemikiran	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Objek, Subjek Penelitian dan Lokasi.....	32
3.2.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	32

3.2.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1 Sumber data	32
3.3.2 Teknik Pengumpulan data	33
3.4 Analisis Data	34
3.5 Triangulasi Data	35
3.6 Operasionalisasi Konsep	35
BAB IV	39
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Akun <i>Tiktok</i> @Bosstonn	39
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian.....	42
4.1.3 Profil Informan	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Pemanfaatan media sosial <i>Tiktok</i> dalam edukasi investasi saham.....	44
4.2.2 Analisa Bandarmology	47
4.2.3 Brand Awareness Investasi Melalui <i>Tiktok</i>	51
4.2.4 Sikap Perilaku Investor Terhadap Analisa Bandarmology	52
4.3 Pembahasan dan Diskusi	57
4.3.1 Profil Tringulator	57
4.3.2 Pengaruh Jam Terbang Dalam Berinvestasi	59
4.3.3 Money Management	60
4.3.4 Perubahan Sifat Investor Dalam Analisa Bandarmoogy	61
4.3.5 Manfaat Media Sosial <i>Tiktok</i>	62
BAB V.....	61
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran	62
5.2.1 Saran Akademis	62
5.2.2 Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi BBRI Maret 2020	2
Gambar 1.2 Kondisi BBRI Desember 2020.....	2
Gambar 1.3 Teknik Bandarmology yang dipakai Bosstonnn	6
Gambar 1.4 Konten Boston.....	7
Gambar 1.5 Akun Olivia Louise	8
Gambar 1.6 Akun <i>Tiktok</i> @Bosston	8
Gambar 1.7 Pertumbuhan Investor	9
Gambar 4.1 Analisa Bandarmology.....	40
Gambar 4.2 <i>Tiktok</i> Boston	42
Gambar 4.3 Boston	43
Gambar 4.4 Abadi Wiharyo.....	43
Gambar 4.5 Katrin Fabiola	44
Gambar 4.6 Boston mendapatkan endorsment dari GOTO dan Stockbit Sekuritas	45
Gambar 4.7 Boston ketika memberi sinyal saham kepada para anggota	46
Gambar 4.8 Konten <i>Tiktok</i> Boston.....	49
Gambar 4.9 Konten <i>Tiktok</i> Boston.....	50
Gambar 4.11 Konten <i>Tiktok</i> Boston.....	57
Gambar 4.12 Konten <i>Tiktok</i> Boston.....	57
Gambar 4.13 Muhammad Fauzan.....	58