

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Aktivitas *Trading* kini semakin marak digemari oleh masyarakat, khususnya bagi mereka yang senantiasa mengikuti arus perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. *Trading* sendiri berasal dari kata “trade” yang memiliki arti berdagang. Namun, dalam konteks ini bukan seperti perdagangan konvensional dimana pada umumnya proses jual-beli yang melibatkan barang dan jasa dalam transaksinya. Istilah *trading* di sini mengacu pada kegiatan jual-beli saham suatu perusahaan, nilai tukar mata uang negara dan yang terbaru belakangan ini adalah *cryptocurrency* atau mata uang digital. Yang membedakan antara *trading* dan investasi adalah jangka waktu yang dilakukan untuk melakukan aktivitas *trading* terbilang singkat dan mengandalkan perubahan harga dalam jangka waktu tersebut untuk mendapatkan laba.

Pada awal mulanya aktivitas *trading* ini hanya dilakukan oleh orang-orang yang mengerti dan sudah lama berkecimpung di dalam dunia bursa efek dan sejenisnya. Namun dengan kemajuan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang sudah mencapai taraf sedemikian rupa jelas memberikan kemudahan yang lebih bagi masyarakat untuk dapat mengakses segala bentuk informasi yang ada termasuk tentang segala macam informasi dan pengetahuan mengenai seluk-beluk dari *trading* itu sendiri. Maka bukan suatu hal yang mengherankan apabila pada masa sekarang ini banyak kalangan masyarakat yang sudah memulai untuk mencoba peruntungan di dunia *trading* ini.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini ditandai dengan adanya istilah *New Media* dimana dapat dijabarkan secara harfiah dari kata “new” yang berarti baru dan “media” yang memiliki arti sebagai suatu instrumen yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari seorang komunikator kepada komunikan. Istilah ini sudah mulai marak digunakan pada tahun 1960 yang mana pada saat itu teknologi komunikasi mulai bermunculan dan mengalami

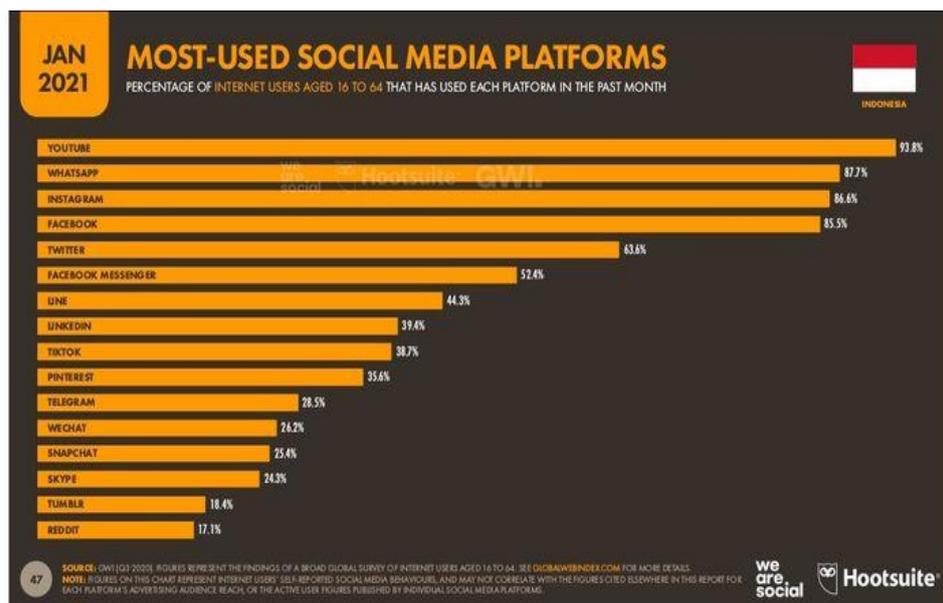
periode awal dalam perkembangannya. *New Media* dikategorikan sebagai suatu terobosan terbaru di bidang teknologi informasi dan komunikasi yang mempunyai perbedaan cukup signifikan jika dibandingkan dengan media-media konvensional yang sudah ada sebelumnya seperti halnya media cetak, televisi dan radio. Salah satu perbedaan di antaranya itu adalah fleksibilitas yang menjadikan *new media* sebagai suatu instrumen yang unik.

New Media yang belakangan ini menjadi sangat populer dan termasuk yang paling digandrungi oleh berbagai macam kalangan masyarakat pengakses internet adalah media Youtube. Youtube adalah *website* sekaligus aplikasi berbagi video yang memungkinkan penggunaannya untuk menonton, mengunggah serta mengunduh berbagai macam informasi dalam bentuk video yang tentunya memiliki kemudahan akses di dalamnya. Youtube itu sendiri didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim, 3 orang karyawan yang pernah bekerja pada suatu perusahaan ternama yaitu *PayPal* (Litalia, 2022).

Youtube sendiri mempunyai keluasan topik pembahasan atau bentuk informasi yang dapat ditonton oleh banyak orang dengan minat yang berbeda-beda. Fitur yang dimiliki oleh Youtube antara lain adalah kolom komentar untuk memudahkan bagi penonton dan orang yang mengunggah konten video untuk sarana komunikasi, ada pula fitur *live streaming* yang dapat digunakan untuk melakukan penyiaran langsung serta dilengkapi dengan fitur penerjemah yang memudahkan penonton untuk lebih mengerti isi dari video meskipun si pengunggah memiliki bahasa ibu yang berbeda dengan para penontonnya tersebut. Fitur-fitur itulah juga yang menyebabkan pengguna Youtube tiap tahun terus meningkat.

Data statistik menunjukkan bahwa *platform* Youtube ini sejak awal mula berdiri hingga saat ini terhitung sudah mempunyai jumlah total sekitar 2,3 miliar pengguna yang tersebar di seluruh dunia. Terhitung per harinya, seluruh pengguna aktif tersebut menghabiskan total durasi 1 miliar jam untuk menonton Youtube. Di saat bersamaan, terdapat video baru yang diunggah ke Youtube dengan total durasi 500 jam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa lebih dari sepertiga pengguna internet di dunia adalah pengguna Youtube (Market Reading, 2021).

Untuk di wilayah Indonesia sendiri, Youtube menduduki peringkat pertama sebagai *platform* media sosial yang paling populer dan sering digunakan oleh para pengguna internet. Dari tiap bulannya, terdapat sekitar 190 juta pengguna aktif Youtube di Indonesia dari total jumlah 263 juta jiwa seluruh penduduk Indonesia. Jumlah tersebut sudah hampir mendekati angka prosentase 93,8% dari keseluruhan jumlah pengguna internet pada tahun 2021 (Dataportal.co, 2021). Hal ini berarti terjadi peningkatan cukup signifikan apabila dibandingkan dengan hasil data penelitian dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2019 dimana menyebutkan bahwa 88% dari keseluruhan pengguna internet adalah pengguna aktif *platform* Youtube. Berikut di bawah ini terdapat grafik pengguna media sosial di Indonesia menurut penelitian Hootsuite (We Are Social).



Gambar 1.1 Grafik Pengguna Sosial Media di Indonesia (Sumber : We Are Social)

Contoh keluasan topik pembahasan yang dimiliki oleh Youtube adalah sebagai berikut : Video tutorial *trading*, tutorial memasak, acara-acara musik, film-film dan cerita-cerita horror dan masih teramat sangat banyak topik-topik lainnya. Dengan begitu, seseorang akan menemukan kemudahan-kemudahan pembelajaran yang diinginkan dalam rangka mempelajari sesuatu tanpa harus membaca buku atau

mengikuti kursus di suatu tempat tertentu. Sementara itu, di Indonesia sendiri fenomena Youtuber, orang yang mengunggah video Youtube-nya, yang membahas tentang tutorial *trading* terbilang sudah cukup banyak. Tutorial *trading* itu sendiri membahas segala macam hal yang berkaitan dengan *trading* dari mulai tata cara melakukan registrasi, cara melakukan deposit, hingga cara-cara yang dapat diupayakan untuk mendapatkan keuntungan dari melakukan aktivitas *trading* itu sendiri. Dan salah satu Youtuber yang mempunyai topik pembahasan mendalam mengenai *trading* tersebut adalah Andy Senjaya.

Andy Senjaya merupakan seorang *trader* di pasar modal saham yang memiliki motivasi untuk membagi pengetahuan dan edukasi seputar pasar modal saham dan *trading*. Pada dasarnya Andy Senjaya adalah seorang analisis teknikal sehingga pada channel Youtube miliknya, ia memilih untuk lebih fokus membaca pergerakan harga secara teknikal. Selain itu, Andy Senjaya juga memberikan pengetahuan, saran dan masukan untuk para penontonnya tentang keberagaman *asset* yang memungkinkan untuk mendatangkan keuntungan lebih besar.

Alasan peneliti memilih channel Youtube “Andy Senjaya” adalah karena di dalam channel ini terdapat tutorial lengkap mengenai prosedur umum dalam melakukan aktivitas *trading*, termasuk bagi para pemula di bidang tersebut. Pada beberapa video miliknya, analisa teknikal dari Andy Senjaya terbukti akurat dan tepat. Sedangkan para penonton yang mengikuti saran itu juga merasakan hal yang sama saat mereka mencoba melakukannya sendiri. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa channel Youtube Andi Senjaya ini bertujuan untuk membuat para penonton tertarik dan memunculkan minat untuk melakukan aktivitas *trading*. Dari total keseluruhan semua video dari channel Andy Senjaya, terhitung mulai dari video pertama yang diunggahnya pada tanggal 26 Maret 2020 hingga tanggal 24 Januari 2022, channel ini sudah ditonton sebanyak 12.085.277 kali dan mencapai jumlah *subscriber* sebanyak kurang lebih lima ratus ribu pengguna. Hal ini menandakan bahwa channel Youtube Andy Senjaya menjadi salah satu channel youtube yang mampu menarik minat banyak orang.

Andy Senjaya juga melakukan satu terobosan menarik, yaitu membuat satu grup sosial media Telegram yang bertajuk “#Yuk Ngobrol Bareng Saham Bareng

Andy” yang beranggotakan total 39.811 anggota. Tujuan adanya grup sosial media ini adalah sebagai wadah bagi seluruh *subscriber* dari channelnya untuk bisa berbagi tentang ilmu, pengetahuan dan informasi serta analisa teknikal tentang aktivitas *trading*.

Salah satu video yang pernah di upload oleh akun Youtube Andy Sanjaya pada 10 bulan lalu yang berjudul “Saya Coba Trading Tanpa Modal untuk Dapat Uang 2 Juta Rupiah” yang telah mendapatkan kisaran 2 juta kali di tonton dan kurang lebih 37 ribu like dan 0 yang Dislike itu nilai yang cukup fantastis untuk sebuah video youtube yang membahas trading. Secara garis besar di dalam video itu membahas bagaimana caranya kita memulai trading di salah satu platform trading dengan modal virtual yang di sediakan oleh platform atau bisa di katakan kita trading tanpa modal.

Dari berbagai penjelasan sebelumnya, peneliti tertarik mendapatkan gambaran umum serta melakukan analisis khususnya terhadap fenomena channel Youtube Andy Sanjaya tersebut berkaitan dengan topik pembahasan mengenai *trading*. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya suatu instrumen atau alat analisis yang mampu digunakan oleh peneliti sehingga penelitian ini diharapkan dapat berjalan sesuai dengan kaidah-kaidah baku penulisan. Dalam hal ini, peneliti menggunakan analisis resepsi sebagai alat analisis dalam penulisan penelitian ini. Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai fenomena ini dan menuangkannya dalam bentuk penulisan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Resepsi Konten *Trading* Pada Channel Youtube Andy Sanjaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan dalam penelitian ini “ Bagaimana analisa resepsi konten trading di channel Youtube Andy Sanjaya ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisa resepsi konten youtube trading di channel youtube Andy Sanjaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam menyajikan referensi dan literatur baik secara akademis maupun praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi atau bahan pertimbangan serta bisa berkontribusi untuk di bidang akademik mengenai analisa resepsi dalam channel youtube Andy Sanjaya .

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk menambah informasi tentang analisa resepsi konten youtube trading di channel youtube Andy Sanjaya .