

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Kerja praktek korporasi program studi ilmu komunikasi merupakan salah satu kegiatan pelatihan untuk menerapkan berbagai pengetahuan, sikap dan keterampilan dalam melaksanakan, dan agar mahasiswa memperoleh pengalaman nyata mengenai kegiatan komunikasi yang berlangsung dalam masyarakat, pelaksanaan kerja praktek ini bertujuan untuk melatih mahasiswa agar memiliki kemampuan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh di bangku perkuliahan. Disamping itu ini merupakan kegiatan yang bekerja sama dengan pihak luar atau perusahaan dan bukan hanya memberikan perkuliahan yang bersifat teori, program studi ilmu komunikasi ini perlu memberikan latihan dan membekali mahasiswa dengan melakukan praktek-praktek lapangan di lembaga-lembaga atau instansi perusahaan negeri maupun swasta, sehingga mahasiswa dapat menimba pengalaman nyata dari praktek-praktek tersebut.

Dimasa sekarang dengan adanya penyebaran virus SARS-CoV-2 ini membuat seluruh dunia panik dan takut, begitu juga dengan gangguan dan penurunan dalam berbagai sektor serta aktivitas normal yang terganggu akibat pandemi ini mengharuskan semua orang wajib memahami sebab dan akibat dari COVID-19 agar dapat menjalankan protokol-protokol dalam mengurangi penyebaran pandemi di setiap wilayah, kota, dan negara. tidak hanya menciptakan krisis dalam bidang kesehatan di masyarakat, pandemi COVID-19 ini nyatanya

juga mengganggu aktivitas perekonomian nasional. Dikutip dari (Purwanto, 2021) laju pertumbuhan ekonomi nasional tahun 2020-2021 mengalami pertumbuhan yang negatif terutama pada kuartal II yaitu 5,32 persen (YOY) dan merupakan puncak kelemahan ekonomi Indonesia karena hampir seluruh sektor usaha ditutup untuk mencegah penyebaran virus SARS-CoV-2 jumlah pengangguran pun meningkat pesat yaitu mencapai 7,07 persen dari 138,22 juta angkatan kerja. Artinya terdapat 9,77 juta penduduk pengangguran terbuka.

Untuk meredam dan memperbaiki dampak ekonomi akibat pandemi COVID-19 pemerintah telah menerbitkan berbagai regulasi dan kebijakan seperti Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPUU) Nomor 1 tahun 2020 tentang kebijakan keuangan negara dan stabilitas sistem keuangan untuk penanganan pandemik corona virus *disiase* 2019 dan atau dalam rangka menghadapi ancaman yang membahayakan perekonomian nasional dan atau stabilitas sistem keuangan dan akhirnya di sahkan menjadi undang-undang nomor 2 Tahun 2020. Tidak hanya itu pemerintah juga menerbitkan peraturan presiden Nomor 54 tahun 2020 tentang perubahan postur dan rincian anggaran pendapatan dan belanja negara tahun anggaran 2020, untuk menahan dampak buruk dibidang ekonomi sekaligus mengupayakan pemulihan ekonomi (Purwanto, 2021).

Menteri keuangan Sri Mulyani mendorong sektor pasar modal untuk berkontribusi pada pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi covid-19. Pasalnya, pengembangan pasar modal merupakan salah satu cara untuk mendukung pembiayaan pembangunan ekonomi dikutip dari (Makki, 2021). Pasar

modal merupakan alat untuk memperkuat tata kelola perusahaan yang baik (GCG), karena korporasi harus transparan dan bertanggung jawab kepada investor yang ikut mendanai melalui pembelian saham. Lewat partisipasi masyarakat itu, pemulihan ekonomi bisa dipercepat. Oleh sebab itu, Sri Muliyani menuturkan pemerintah dan regulator jasa keuangan akan terus mengembangkan pasar modal melalui diversifikasi instrumen investasi (Makki, 2021).

PT. Sekolah Saham Indonesia merupakan perusahaan yang mengajarkan edukasi terkait investasi, trading, dan finansial dengan tujuan agar masyarakat Indonesia semakin paham dan mengerti akan pentingnya melakukan investasi sedari dini agar dikemudian hari aset yang ada tidak habis oleh inflasi dimana meningkatnya harga-harga secara umum dan terus menerus. Serta untuk menghindari banyaknya penipuan di masyarakat terkait investasi dan trading yang banyak bermunculan sekarang ini. PT Sekolah Saham Indonesia melakukan kegiatan pembelajaran dalam beberapa media sosial seperti melalui postingan foto dan video di akun Instagram @sekolahsaham.indonesia, video panjang melalui aplikasi Youtube, grup diskusi di aplikasi Telegram, melakukan siaran suara di Clubhouse, video hiburan dan edukasi singkat melalui Tiktok dan juga melakukan pengajaran melalui event webinar. Dengan visi untuk mencetak investor baru di Indonesia serta mendorong agar generasi muda Indonesia melek akan investasi sehingga dapat membantu perekonomian negara.

Penyajian edukasi sekarang ini cukup menarik karena disajikan melalui media sosial, terutama dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat pada suatu konten yang diikuti dengan beberapa penyajian informasi chart atau candle analisa

teknikal, serta berita terkait emiten disaham yang mempengaruhi jalanya pasar saham baik Indonesia dan luar negeri. Dengan menggunakan visualisasi data yang diedit oleh desain grafis guna menyampaikan informasi kepada pengguna media sosial agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks yang dipadukan dengan elemen visual seperti grafik, gambar, ilustrasi, atau tipografi. Untuk membantu masyarakat Indonesia mengenal dan memahami apa itu investasi, trading dan finansial agar dapat turut serta membantu memajukan perekonomian negara.

Finansial adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau perorangan untuk mendapatkan dana, menggunakannya, dan mengelolanya dengan tujuan tertentu misalnya untuk berinvestasi atau menanam modal (Rudiyanto, 2013: 2). Investasi merupakan langkah finansial yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan keuntungan dimasa mendatang (Fillbert, 2017: 4). Adapun beberapa jenis investasi yang bisa dilakukan, mulai dari menabung, deposito, reksa dana, pasar saham, aset kripto hingga membeli aset lain yang berpotensi punya nilai tambah di masa depan. Investasi dapat dilakukan oleh perorangan, swasta, pemerintah atau kerjasama antara pemerintah dan swasta (Fillbert, 2017: 4).

Trading adalah proses negosiasi harga antara pembeli dan penjual sampai pada akhirnya terjadi kesepakatan di antara pembeli dan penjual. berbagai jenis trading yang dapat dilakukan salah satunya trading saham yang merupakan aktivitas jual beli saham dalam jangka waktu tertentu, biasanya berlangsung cukup singkat dengan melakukan penjualan atau pembelian pada saat terjadi fluktuasi harga (Syahroni, 2014: 3).

Desain grafis atau disebut juga dengan desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi secara visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout (Migotuwio, 2020: 5) . Dengan begitu praktikan menggunakan media sosial berupa aplikasi Instagram yang digemari oleh masyarakat karena kemudahan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi tersebut, Dalam melakukan kerja praktik dengan mengembangkan informasi yang ada menjadi edukasi terkait investasi, trading, dan finansial yang akan dikemas menggunakan desain komunikasi visual agar menjadi konten yang menarik sehingga mudah dipahami masyarakat dan juga mampu mempengaruhi audience. Dengan menambahkan huruf dan tipografi sesuai dengan ketentuan perusahaan, gambar (ilustrasi) berupa foto latar belakang dan beberapa elemen pendukung, serta warna yang disesuaikan dengan keseluruhan feeds Instagram agar serasi dan estetik.

Melalui perkembangan *Internet of Things* (IoT) yakni penerapan internet di segala bidang yang menjadikan manusia sangat terbantu dan diuntungkan dengan keberadaan internet, berbagai aktivitas seperti hiburan, belanja, dan belajar dapat dilakukan dengan bantuan internet. Sehingga semua orang seluruh dunia, dapat terkoneksi dalam waktu yang bersamaan, dan berbagai aktivitas komunikasi dan transaksi sangat dimudahkan (Migotuwio, 2020: 75).

Praktikan mendesain serta mengunggah konten dua hingga tiga kali dalam sehari yang berisi konten informasi atau *news*, analisa saham harian, *daily* dan

*weekly market report*, top tujuh saham, *meme*, serta promosi grup berbayar *SSI Fam*, sehingga dalam seminggu ada empat belas hingga dua puluh postingan. Tidak hanya itu praktikan juga membuat kuis, dan permainan melalui fitur *story* pada Instagram.

Menurut (Benedick, 2017: 2) dalam buku *Social Media Marketing* 101 Sosial media merupakan sebuah alat untuk komunikasi yang berbasis web dan didalamnya memperbolehkan *audience* untuk berinteraksi antara satu orang dan orang lainya dengan tujuan untuk bertukar info dan pengetahuan yang diketahui atau *Influence*. Hal ini biasanya dilakukan oleh orang awam maupun selebriti dalam sosial media tersebut misalnya dalam Instagram ada *Selebgram* dan yang lainnya.

Orang yang menggunakan media sosial adalah individu yang berjejaring yang terlibat dalam interpersonal, namun di mediasi komunikasi. Melalui *CMC* (*Computer Mediated Communication*), pengguna membuat identitas online, dan dapat berinteraksi serta terlibat dengan orang lain, berpartisipasi pada komunitas online dan dapat mengaktifkan grup untuk merspon. Perilaku komunikasi ini mungkin juga melibatkan politik, kekuasaan, dan budaya bahkan perilaku konsumen (Lipschultz, 2018: 25).

## **I.2 Bidang Kerja Praktik**

Bidang Kerja Praktek yang dipilih sesuai dengan bidang ilmu yang diminati oleh praktikan yaitu bidang Ilmu Komunikasi yang nantinya akan berfokus pada komunikasi media yaitu media sosial khususnya Instagram. Pokok bahasan dalam kerja praktek ini merupakan hal-hal yang akan berkaitan dengan pengembangan serta memberikan informasi pada media massa dan juga menyalurkan karya tulis yang telah dibuat menjadi lebih menarik dengan menggunakan desain komunikasi visual yang akan dijadikan konten edukasi investasi, trading, dan finansial sehingga dapat menarik perhatian masyarakat serta mempengaruhi kesadaran masyarakat mengenai cara investasi dan trading baik dan benar melalui analisa teknikal dan fundamental.

### **I.3 Tujuan Kerja Praktik**

#### **I.3.1 Tujuan Umum:**

1. Mahasiswa dapat memperoleh kesempatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di Universitas untuk diterapkan dalam dunia kerja secara lebih dalam.
2. Mahasiswa mampu memperkaya bakat dan keterampilan selama melakukan kerja praktik, sehingga dapat dijadikan bekal untuk di dunia kerja yang sesungguhnya kelak.
3. Meningkatkan dan mendalami pemahaman mahasiswa terkait hubungan teori akademis dan praktik yang ada di lapangan.

#### **I.3.2 Tujuan Khusus:**

1. Mengasah kemampuan desain grafis dalam pembuatan suatu konten agar menjadi lebih menarik dan mempengaruhi perhatian audience.
2. Untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyaluran informasi yang tersalurkan dan dikemas dengan menarik
3. Mahasiswa mampu beradaptasi dengan lingkungan kerja.

#### **I.4 Manfaat Kerja Praktik**

1. Mendapatkan pengalaman kerja dalam dunia desain grafis serta konten kreator secara online.
2. Meningkatkan kreatifitas dan profesionalitas sebagai seorang graphic desainer agar lebih matang dan siap dalam persaingan dunia kerja.
3. Memberikan pengetahuan dalam penentuan konsep sebuah desain iklan, logo, atau apapun dalam pembuatan suatu konten informasi.
4. Menambah referensi dalam desain grafis untuk menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau grafis motion yang bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk materi promosi yang berkaitan dengan produk dan publik.

## **I.5 Tinjauan Pustaka**

### **I.5.1 Desain Grafis (*Graphic Design*)**

Menurut pakar semiotika visual Sumbo Tinarbuko Desain grafis atau disebut juga dengan desain komunikasi visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi secara visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout (Migotuwio, 2020:5).

Bidang desain grafis merupakan bagian dari ilmu seni rupa yang dimanfaatkan untuk berkomunikasi. Karena itu, ada beberapa hal yang diprasyaratkan bagi yang akan bekerja dalam bidang profesi ini, antara lain menyangkut wawasan, keterampilan, kepekaan, dan kreativitas (Widya, 2016: 5).

Karakteristik sebuah karya desain grafis ditunjukkan dari bentuk ilustrasi, komposisi, tema, jenis huruf yang digunakan, materi yang disampaikan, dan juga tone warna yang dipilih yang akan menjadikan representasi kondisi dimana dan kapan karya tersebut di ciptakan (Migotuwio, 2020: 7).

Media-media statis mengaplikasikan desain grafis yang pada umumnya digunakan sebagai alat komunikasi seperti pada koran, majalah, buku, brosur, katalog flyer, pamflet, dan lain-lain. Seiring dengan berkembangnya zaman, desain grafis juga diaplikasikan pada media

elektronik, yang kerap disebut sebagai desain multimedia atau desain interaktif. Desain grafis ini merupakan cabang seni rupa yang mudah dijumpai di jalan atau ruang publik. (Migotuwio, 2020: 8)

### **I.5.2 Peran Desain Grafis**

Desain grafis adalah ilmu yang mempelajari dan mengembangkan bahasa visual salah satunya untuk keperluan informasi dan komunikasi dari pelontar pesan. (Widya, 2016: 16). Pesan visual yang disampaikan misalnya bisa berupa informasi produk, jasa atau gagasan kepada sasaran (audiensi) secara komunikatif dan persuasif dengan tujuan publikasi, promosi, dan pemasaran menggunakan media informasi misalnya: televisi, website, majalah, surat kabar, brosur. Menurut Widya dalam buku pengantar desain grafis agar pesan dapat efektif dipahami, diterima, dan dapat mengubah sikap sasaran audiensi sesuai tujuan pemasaran, perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut (Widya, 2016: 16-21) yaitu :

#### **1. Komunikatif**

Ada 5 cara untuk membuat karya visual menjadi komunikatif bagi audiensi.

- a. Visualisasi pendukung agar mudah diterima oleh sasaran.
- b. Pelajari pesan yang akan disampaikan secara mendalam.
- c. Pelajari kebiasaan dan hal-hal yang diminati/disukai oleh sasaran yang berkaitan dengan hal visual (ikon, gambar dan elemen visual lain).

d. Olah pesan (verbal) menjadi pesan visual, dengan memperhatikan tanda-tanda pesan visual yang dipahami publik, mudah, gampang, dan nyaman dilihat/dibaca.

e. Buatlah sederhana dan menarik

## 2. Kreatif

Visualisasi diharapkan disajikan secara unik dan tidak klise (sering digunakan), agar menarik perhatian. Rancangan elemen desain grafis (objek, warna, huruf, dan layout) dibuat secara asli (original/baru). Penjelasan pesan disusun secara sistematis untuk kemudahan tata alir dan alur (lancar). Kemudahan informasi didukung oleh navigasi dengan susunan tata letak yang luwes tanpa meninggalkan kaidah komunikasi dan keindahan (fleksibel).

## 3. Sederhana

Visualisasi tidak rumit supaya kejelasan isi pesan mudah diterima dan diingat. Pengembangan yang kompleks dapat menimbulkan ciri yang khas terhadap suatu elemen visual. Hal itu akan lebih cepat menimbulkan kebosanan visual. Prinsip generalisasi diperlukan untuk menyederhanakan elemen visual menjadi elemen yang paling mendasar sehingga menimbulkan persepsi yang lebih luas dan lebih berumur panjang.

#### 4. Kesatuan (*Unity*)

Penggunaan bahasa visual yang harmonis, utuh, dan senada agar materi pesan dipersepsi secara utuh (komprehensif) yang menyatu dan harmonis di dalam sebuah karya grafis. Hal ini menjadi sebuah upaya yang bertujuan memudahkan pengamat desain menangkap sebuah nuansa visual yang tematik dan mempermudah proses pembentukan pemetaan hierarki informasi yang hendak disampaikan.

#### 5. Penggambaran Objek dalam Bentuk Image yang Presentatif

Gambar dapat berupa fotografi atau gambar informasi berupa tabel/diagram dan gambar bergerak (animasi dan film). Gambar dapat diklasifikasi sebagai gambar latar belakang desain atau gambar objek yang dapat memperjelas informasi.

#### 6. Pemilihan Warna yang Sesuai

Penggunaan kunci warna atau panduan warna berdasar teori warna Munsell, untuk mendapatkan warna-warna yang selaras. Harmoni dalam perpaduan warna dapat membuat nuansa yang berbeda walaupun menggunakan gambar yang sama.

#### 7. Tipografi (*Font* dan Susunan Huruf)

Untuk memvisualkan bahasa verbal agar mendukung isi pesan, baik secara fungsi keterbacaan maupun fungsi psikologisnya, digunakan tipografi secara kreatif sesuai dengan keperluan dan tidak berlebihan.

## 8. Tata Letak (*Layout*)

*Layout* adalah usaha untuk membentuk dan menata unsur-unsur grafis (teks dan gambar) menjadi media komunikasi yang efektif. Jika data/unsur grafis dan warna yang akan dipakai telah dipastikan sebelumnya, selanjutnya kita dapat melakukan proses *layouting*. Peletakan dan susunan unsur-unsur visual harus terkendali dengan baik agar memperjelas hierarki/tingkatan perhatian sasaran terhadap semua unsur yang ditampilkan.

## 9. Unsur Visual Bergerak (*Animasi dan/atau Movie*)

Animasi/movie yang dibuat sebagai daya tarik di media televisi, web, dan gawai. Sebelumnya dibutuhkan storyboard yang merupakan acuan beberapa gambar untuk panduan proses produksi syuting.

## 10. Navigasi (Ikon)

Ikon navigasi berfungsi sebagai tanda untuk mengeksekusi arah/tujuan yang dikehendaki maka gunakan ikon navigasi yang akrab dan konsisten agar efektif dalam penggunaannya. Ikon dirancang sederhana, berkarakter, dan menarik karena fungsinya hanya pemandu.

### **I.5.3 Proses Rancangan Desain Grafis**

Menurut Widya dalam buku pengantar desain grafis ada beberapa tahapan proses rancangan desain grafis (Widya, 2016: 46-50) yaitu :

#### **1. Ide/Gagasan**

Untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, literatur wawasan yang luas, diskusi, wawancara, dan lain-lain agar desain bisa efektif diterima sasaran dan membangkitkan kesan tertentu yang sulit dilupakan.

#### **2. Media**

Untuk mencapai kriteria ke sasaran yang dituju, diperlukan studi kelayakan media yang cocok dan efektif untuk mencapai tujuannya. Media bisa berupa cetak, elektronik, luar ruangan, dan lain-lain

#### **3. Konsep**

Konsep adalah hasil kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuan, kelayakan, dan sasaran yang dituju. Konsep bisa didapatkan dari pihak nongrafis, antara lain ekonomi, politik, hukum, budaya, dan sebagainya, yang kemudian diterjemahkan ke dalam visual (bentuk, warna, tipografi, dan seterusnya).

#### **4. Persiapan Data dan Perancangan**

Data berupa teks atau gambar terlebih dahulu harus kita pilah dan seleksi. Apakah data itu sangat penting sehingga harus tampil atau kurang penting

sehingga harus dapat ditampilkan lebih kecil, samar, atau dibuang sama sekali. Data dapat berupa data informatif atau data estetis. Data informatif bisa berupa foto atau teks dan judul. Data estetis dapat berupa bingkai *background*, efek garis-garis atau bidang. Untuk desain menggunakan komputer, data harus dalam format digital/*softcopy*. Oleh karena itu, peralatan yang diperlukan untuk mengubah data analog ke digital seperti *scanner*, dan kamera digital akan sangat membantu. Tugas desainer adalah menggabungkan data informatif dan data estetis menjadi satu kesatuan yang utuh. Tujuan desain grafis adalah untuk mengkomunikasikan karya secara visual. Oleh karena itu, jangan sampai estetika mengorbankan pesan/informasi.

#### 5. Produksi

Setelah desain selesai, sebaiknya lebih dahulu di-proofing (print preview hasil cetak mesin sebelum diperbanyak), untuk memastikan kesesuaian warna dan hasil cetak. Jika tidak ditemukan kesalahan apa pun, desain siap untuk diperbanyak/cetak

#### 6. Revisi

Revisi dilakukan apabila tidak adanya kesesuaian dari apa yang sudah direncanakan dan atau ada perubahan lainnya. Dalam melalui proses revisi ini, sikap dan mentalitas seorang desainer grafis sangat menentukan keberhasilan proses. Hal ini tentunya terkait dengan sejauh mana desainer

dapat melihat dari sudut pandang klien terhadap permintaan solusi visual.

#### 7. *Final Artwork (FA)*

*Final Artwork (FA)* adalah materi final desain yang sudah *approved* (disetujui) oleh klien untuk dilanjutkan ke bagian produksi cetak. Beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain ukuran *artwork*, *bleed* dan *crop marks*, *font (TTF)*, resolusi /dpi, mode warna, *image link*, format file (*Pdf, Tiff, Jpg*).

### **I.5.4 Media Sosial**

Media sosial merupakan sebuah alat untuk komunikasi yang berbasis web dan didalamnya memperbolehkan audience untuk berinteraksi antara satu orang dan orang lainya dengan tujuan untuk bertukar info dan pengetahuan yang diketahui atau *Influence* (Benedick, 2017: 2). Media sosial adalah sebuah media daring (*onLine*), Kata ini menjelaskan bahwa pengguna terhubung dengan jaringan internet dari seluruh bagian dunia, para penggunanya bisa dengan mudah saling berhubungan, berbagi, dan menciptakan konten baik melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum, maupun dunia maya (Yanuarita & Wiranto, 2018: 9).

Instagram merupakan media sosial yang biasa digunakan oleh orang untuk menampilkan foto dan selain itu Instagram juga dapat diandalkan untuk keperluan bisnis (Yanuarita & Wiranto, 2018: 18) . Instagram mempunyai 5 menu utama yaitu; (Puspitarini & Nuraeni, 2019: 74)

1. *Home Page* merupakan halaman utama yang berisi foto atau video dari pengguna lain yang telah diikuti. Cara melihatnya dengan menggeser layar ke arah dan bawah.
2. *Comments* Foto ataupun video yang sudah diunggah dalam Instagram dapat dikomentari oleh pengguna lain dalam kolom komentar yang tersedia.
3. *Explore* yaitu kumpulan foto atau video populer yang mendapatkan banyak *like*.
4. Profil informasi pengguna dapat diketahui melalui profil.
5. *Story* Instagram membuat fitur yang terinspirasi dari Snapchat *Stories* dan diberi nama Instagram *Stories*. Fitur ini memungkinkan pengguna mengunggah foto dan video yang kemudian akan hilang setelah 24 jam.
6. *News Feed* merupakan fitur berisikan notifikasi atas berbagai kegiatan yang dilakukan pengguna Instagram. Menurut Atmoko dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019: 74), terdapat bagian pada Instagram yang sebaiknya diisi agar foto yang diunggah lebih bermakna, yaitu;
  - a. Judul atau biasa disebut caption bersifat memperkuat pesan yang ingin disampaikan melalui foto.
  - b. Hastag adalah simbol tanda pagar (#), tanda pagar ini dapat mempermudah pengguna untuk menemukan foto atau video di Instagram dengan kategori tertentu.

- c. Lokasi fitur ini adalah fitur yang menampilkan lokasi di mana pengguna mengambil foto. Meski Instagram disebut layanan berbagi foto, Instagram juga merupakan jejaring sosial karena melalui Instagram pengguna dapat melakukan interaksi dengan pengguna lain.

Aktivitas yang dilakukan di Instagram, (Puspitarini & Nuraeni, 2019: 75) yaitu:

1. *Follow* atau ikut, pengguna Instagram dapat mengikuti atau berteman dengan pengguna lainnya dengan cara saling *follow* akun Instagram.
2. *Like* merupakan ikon di mana pengguna dapat menyukai video atau foto yang telah unggah, dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada foto.
3. Komentar merupakan aktivitas memberikan pikiran atau pendapat melalui kalimat.
4. *mention* digunakan untuk menandai pengguna lain dengan cara menambah tanda arroba (@) di depan nama akun Instagram dari pengguna tersebut.

### **1.5.5 Finansial**

Finansial adalah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau perorangan untuk mendapatkan dana, menggunakannya, dan mengelolanya dengan tujuan tertentu, finansial tidak hanya diperuntukkan bagi pebisnis atau dunia usaha tapi juga sangat berguna bagi kehidupan rumah tangga ataupun individu pada umumnya, beberapa fungsi ini diantaranya fungsi Perencanaan, fungsi

pengendalian dan fungsi pemeriksaan & pelaporan. Pada dasarnya keuangan adalah istilah luas yang menggambarkan aktivitas yang terkait dengan perbankan, leverage atau hutang, kredit, pasar modal, uang, dan investasi. (Rudiyanto, 2013: 2)

Investasi merupakan langkah finansial yang dapat dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan keuntungan dimasa mendatang, (Fillbert, 2017: 4) Adapun beberapa jenis investasi yang bisa dilakukan, mulai dari menabung, deposito, reksa dana, pasar saham, aset kripto hingga membeli aset lain yang berpotensi punya nilai tambah di masa depan. Investasi dapat dilakukan oleh perorangan, swasta, pemerintah atau kerjasama antara pemerintah dan swasta (Fillbert, 2017: 4). Pengelolaan investasi adalah proses yang membantu perumusan kebijakan dan tujuan, sekaligus pengawasan dalam penanaman modal untuk memperoleh keuntungan. Pengelolaan investasi ini melibatkan sejumlah pihak yang masing-masing mempunyai fungsi dan tanggung jawab sesuai spesialisasinya, menurut ojk dalam (Fillbert, 2017: 5) yakni :

1. Manajer investasi pihak yang kegiatan usahanya mengelola portofolio efek untuk para nasabah atau mengelola portofolio investasi kolektif untuk sekelompok nasabah, kecuali perusahaan asuransi, dana pensiun, dan bank yang melakukan sendiri kegiatan usahanya berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Wakil Manajer investasi yang bertindak mewakili kepentingan perusahaan efek untuk kegiatan yang bersangkutan dengan pengelolaan portofolio efek.

3. Penasihat investasi pihak yang memberi nasihat kepada pihak lain mengenai penjualan atau pembelian efek dengan memperoleh imbalan jasa yang mencakup pemberian nasihat yang dilakukan secara lisan atau tertulis, termasuk melalui penerbitan dalam media massa.
4. Bank yang bertindak sebagai kustodian. kustodian adalah pihak yang memberikan jasa penitipan efek dan harta lain yang berkaitan dengan efek serta jasa lain, termasuk menerima dividen, bunga, dan hak-hak lain, menyelesaikan transaksi efek, dan mewakili pemegang rekening yang menjadi nasabahnya.

Trading adalah proses negosiasi harga antara pembeli dan penjual sampai pada akhirnya terjadi kesepakatan di antara pembeli dan penjual. Berbagai jenis trading yang dapat dilakukan salah satunya trading saham yang merupakan aktivitas jual beli saham dalam jangka waktu tertentu, biasanya berlangsung cukup singkat dengan melakukan penjualan atau pembelian pada saat terjadi fluktuasi harga. (Syahroni, 2014: 3)