

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Banyaknya berita tentang wabah Covid-19 yang beredar diberbagai media massa diyakini telah mempengaruhi harga indeks saham di Indonesia. Saat ini seluruh sektor saham mengalami penurunan volume maupun nilai transaksi harian. Contohnya saja dari segi nilai transaksi, properti dan real estate, aneka industri, dan perdagangan menjadi tiga sektor utama yang mengalami penurunan terdalam. Sementara itu, dari segi volume transaksi, tiga sektor yang merosot paling dalam adalah perdagangan, industri konsumsi, dan aneka industri (Mediatama, 2020). Kemungkinan besar penurunan nilai saham ini disebabkan karena kepanikan yang dialami para investor yang melihat jumlah kasus positif di Indonesia terus meningkat setelah kasus virus corona pertama di Indonesia diumumkan oleh Satgas Penanganan Covid-19. Oleh karena itu, berita negatif tersebut yang menyebabkan para investor saham melakukan apa yang disebut “*panic selling*”. Hal ini dapat terlihat dari bagaimana Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) langsung melemah setelah pengumuman kasus positif Covid-19 pertama oleh pemerintah. “*Panic selling*” dapat diartikan sebagai aksi menjual secara besar-besaran dimana hal ini terjadi dalam waktu yang singkat (panik) yang dilakukan oleh pelaku pasar akibat adanya berita buruk yang berpotensi memberikan dampak pada pasar saham (investor.id, 2020). Berarti jelas bahwa “*panic selling*” adalah tindakan yang tidak lagi menggunakan pertimbangan fundamental ataupun teknikal, hanya unsur psikologis rasa panik untuk segera menjual saham yang menimbulkan rasa takut berlebihan.

Sebagai contoh dari ‘*panic selling*’, sepanjang merebaknya wabah Covid-19 di Indonesia, para investor asing mencatat *nett-sell* atau jual bersih sebesar Rp2,7 triliun (Mediatama, 2020). Tidak hanya itu, ada banyak investor asing maupun domestik mulai mencari sebuah aset yang aman dan keluar dari pasar modal negara berkembang. Situasi ini menunjukkan bahwa strategi “*buy on rumor, sell on news*” banyak dilakukan

oleh investor pada saat tersebarnya berita negatif di bursa saham. Contoh lainnya bisa dilihat dari Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada bulan Maret sampai saat sekarang ini menunjukkan penurunan yang signifikan. Hal ini terjadi mungkin dikarenakan kekhawatiran pasar terhadap dampak dari wabah Covid-19 terhadap perekonomian global. Meskipun diawal Februari 2020, investor percaya bahwa penyebaran virus akan berkurang, dengan jumlah yang sembuh akan semakin meningkat. Namun tiba-tiba jumlah kasus positif meningkat, hingga menyebabkan optimisme pasar langsung jatuh. Beberapa hal perlu dicatat diantaranya, pasar saham merespon Covid 19 dengan volatilitas tinggi, dimana terjadi kepanikan penjualan.

Selain itu, pada masa pandemi Covid-19 saat sekarang ini, banyak pihak mengemukakan bahwa sektor yang bergerak di bidang hotel, restoran & pariwisata diperkirakan yang akan terkena dampak pertama, dan menjadi salah satu sektor yang mengalami dampak paling parah dibandingkan dengan saham sektor konsumen, perbankan, dan konstruksi (CNN Indonesia, 2020). Sebagai contoh, saham PT Pembangunan Jaya Ancol Tbk (PJAA) terpantau turun 2,17 persen ke posisi Rp450 per saham pada penutupan perdagangan Jumat 27 Maret 2020. Sejak awal Maret, emiten yang mayoritas sahamnya dikantongi Pemprov DKI itu anjlok 45,45 persen (CNN Indonesia, 2020).

Selain itu, menurut CNBC Indonesia (2020), emiten perhotelan juga mengalami hal serupa sejak kunjungan tamu yang menginap di hotel merosot. Saham PT Citra Putra Realty Tbk yang memiliki hotel The Stone di Legian, Bali, tercatat turun 0,43 persen ke posisi Rp2.330 per saham. Sejak awal bulan, saham Citra Putra Realty turun drastis 41,90 persen. Sementara, saham PT Hotel Sahid Jaya International Tbk juga tak bergerak di posisi Rp3.980 per saham. Sejak awal bulan Maret saham dengan kode SHID ini turun dua digit, yakni 13,85 persen. Lalu, saham PT Dafam Property Tbk sebagai pengelola Hotel Dafam yang memiliki jaringan hotel di berbagai kota juga menetap di posisi Rp338 per saham. Sejak awal bulan Maret, saham dengan kode DFAM ini turun 11,98 persen. Di sektor pariwisata, saham hotel dan restoran yang

paling terkoreksi sepanjang tahun berjalan adalah PT Sanurhasta Mitra Tbk (MINA) dengan koreksi 90% (Haryanto, 2020).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Penyebaran wabah COVID-19 yang begitu cepat di Indonesia telah memberikan pengaruh yang besar bagi ekonomi Indonesia. Lonjakan jumlah penderita dengan *fatality rate* yang tinggi dalam dua bulan terakhir sangat mengkhawatirkan dan menyebabkan kepanikan baik dikalangan pemerintah, masyarakat, maupun dunia usaha. Data akumulasi sejak 2 Maret sampai 2 Juli 2020 menunjukkan ada sebanyak 63.749 kasus positif dan 3.171 orang meninggal akibat virus yang mematikan ini (Kompas Media, 2020). Respon pemerintah dan masyarakat yang melakukan upaya pencegahan, seperti: penutupan sekolah, *work from home* khususnya pekerja sektor formal, penundaan dan pembatalan berbagai event-event pemerintah dan swasta, penghentian beberapa moda transportasi umum, dan pemberlakuan PSBB di berbagai daerah, larangan mudik, membuat roda perputaran ekonomi melambat.

Pandemi wabah Covid-19 telah menjadi pusat perhatian utama dari berbagai media massa di seluruh dunia. Semenjak awal kemunculan virus Covid-19 ini memang merupakan kabar yang kurang menyenangkan bagi semua orang. Informasi atau berita yang tersebar di media online dan media konvensional pun banyak yang bersifat negatif. Contohnya, jumlah pasien positif Covid-19 yang semakin bertambah setiap harinya, kasus kematian yang terus melonjak, serta berita tentang gugurnya tenaga medis akibat kekurangan Alat Pelindung Diri (APD). Banyaknya berita dan informasi terkait Covid-19 yang beredar luas di media konvensional dan media sosial dengan intensitas tinggi, membuat masyarakat hingga para pengusaha semakin meningkat kecemasan dan kekhawatirannya yang biasa disebut *psikosomatik*. Winarni (2003) membagi efek dari berita di media masa menjadi tiga kelompok, *efek cognitive*, *efek afektif*, dan *efek perilaku*. Ketiga efek ini dapat mempengaruhi persepsi, emosi dan perilaku seseorang. Hal inilah yang sedang dialami oleh masyarakat belakangan ini. Situasi ini telah berlangsung sejak ditemukannya dua orang pertama yang dinyatakan

positif Covid-19 pada awal Maret 2020. Salah satu dampak dari kecemasan masyarakat adalah terjadinya '*panic buying*' yang dimana semua kebutuhan penting menjadi langka karena masyarakat membelinya dengan jumlah yang sangat besar. Selain itu, ada juga masyarakat yang memborong barang-barang tersebut kemudian menjual lagi dengan harga yang sangat mahal dan terjadi lonjakan harga yang tidak masuk akal. Di sektor dunia usaha, gejala kepanikan menyebabkan terjadinya penurunan daya beli, penurunan permintaan, penurunan produksi, pendapatan, dan beban biaya produksi yang semakin berat (Haryanto, 2020). Perubahan perilaku masyarakat ini adalah salah satu contoh dari efek *cognitive*, efek *afektif*, dan *efek perilaku* dimana sebuah topik berita dapat merubah persepsi, perasaan dan perilaku seseorang (Rakhmat, 2000).

Sebuah penelitian terkini dari Haroon & Rizvi (2020) menemukan bahwa kepanikan yang ditimbulkan oleh berita-berita yang membahas tentang Covid-19 di media masa mempunyai hubungan yang kuat dengan peningkatan volatilitas di pasar saham. Hal ini khususnya terjadi pada industry perdagangan dan jasa seperti hotel dan pariwisata. Dalam penelitian ini, mereka mengukur tingkat kepanikan publik dengan menggunakan beberapa *indeks* yang berasal dari *Ravenpack Coronavirus Monitor*, sebuah online database yang memberikan beberapa indikator yang berpotensi merubah perilaku pasar saham dimasa pandemi Covid-19.

Meskipun demikian tidak dipungkiri kalau informasi mengenai situasi ekonomi makro juga berperan penting dalam naik turunnya harga saham di bursa efek (Ederington & Lee, 1994). Menurut Soebagiyo & Prasetyowati (2017) ada beberapa kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi pasar modal melalui instrumen saham yaitu jumlah uang beredar, inflasi, kurs, dan suku bunga. Sedangkan menurut Husnan (2005) ada kondisi lain selain kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi keberhasilan pasar modal diantaranya *supply securitas*, *demand securitas*, kondisi politik, instrumen hukum, bencana alam, dan keadaan sosial.

Berdasarkan paparan fenomena diatas, penulis ingin mengetahui apakah berita tentang wabah virus Covid-19 juga berpotensi untuk mempengaruhi perilaku pasar saham di Indonesia. Menurut Tetlock (2007), berita-berita yang berkaitan dengan

wabah penyakit menular dapat mempengaruhi sentimen pasar. Barberis,dkk (1998) mengungkapkan bahwa *financial market* cenderung bereaksi secara berlebihan terhadap berita di media tentang sebuah peristiwa atau kejadian buruk yang sedang terjadi tanpa memperhatikan kualitas dan kredibilitas informasi dalam berita tersebut.

Pada dasarnya media massa maupun online memiliki kekuatan dan legitimasi untuk mampu menggiring opini publik dengan cara menyebarkan informasi tertentu melalui media massa dan online, karena masyarakat mudah percaya dengan semua berita yang mereka baca tanpa perlu melakukan verifikasi kebenaran atas berita yang mereka baca tersebut. Faktor – faktor kekuatan dan legitimasi dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti nama dari perusahaan media, kekuatan jaringan yang dimiliki, peringkat ranking yang dimiliki oleh suatu perusahaan media tersebut dan lain-lainnya.

Karena fenomena tentang berita virus Covid-19 yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat inilah yang membuat penulis ingin meneliti apakah banyaknya informasi atau berita negative tentang Covid-19 yang beredar di media massa bisa menimbulkan kepanikan dan kecemasan terhadap para pelaku saham di Bursa Efek Indonesia. Sejalan dengan Winarni (2003) yang berargumen bahwa media masa dapat memberikan *efek cognitive, efek afektif dan efek perilaku* terhadap publik yang telah membaca atau mendengar suatu berita, penulis ingin menginvestigasi dampak media terhadap perilaku pasar di masa pandemi Covid-19 ini, penulis mengajukan beberapa variabel sebagai objek penelitian yang akan di bahas selanjutnya di bawah ini.

Ada beberapa pengertian tentang objek penelitian. Menurut Wirartha (2006) pengertian objek penelitian adalah:

“Karakteristik tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda untuk unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai.”

Sedangkan menurut Sugiyono (2009) pengertian dari objek penelitian adalah:

“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan definisi diatas, penulis memutuskan untuk memilih beberapa variabel sebagai objek penelitian, Pertama, *Panic Index* yaitu berapa banyaknya konten berita diberbagai media tentang pandemi Covid-19 yang mengakibatkan kepanikan dan kekhawatiran publik. Kedua, *Corona Virus Media Hype Index* yaitu jumlah persentase berita yang membahas tentang coronavirus di Indonesia. Ketiga, *Fake News Index* yaitu jumlah persentase berita di media tentang virus corona yang menggiring pada informasi yang salah atau berita hoaks mengenai Covid-19. Keempat, *Media Coverage Index* yaitu jumlah persentase sumber media yang meliput atau memberitakan topik mengenai coronavirus di Indonesia. Sedangkan subjek penelitian adalah target populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Sehingga subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam sub-sektor perhotelan, restoran & pariwisata.

Disamping itu, berdasarkan penelitian terbaru dari Haroon dan Rizvi (2020), mereka menemukan bahwa berita-berita tentang Covid-19 yang mengakibatkan kepanikan, memberikan pengaruh yang signifikan kepada market volatility di beberapa industri dibidang perdagangan, jasa, dan investasi, khususnya di sektor perhotelan dan pariwisata. Hasil penelitian dari Haroon dan Rizvi (2020) menunjukkan bahwa berita yang tersebar di media memberikan efek afektif (emosional) dan efek perilaku terhadap pelaku pasar saham. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui apakah fenomena ini juga terjadi di bursa saham Indonesia.

Penelitian terdahulu dari Mitchell & Mulherin (1994) dan Berry & Howe (1994) telah mengkaji hubungan antara kuantitas dan kualitas berita dengan volume, volatilitas, dan harga di bursa saham. Mereka menemukan pengaruh antara variable-variabel yang diuji. Akan tetapi penelitian yang mereka lakukan tidak berkaitan dengan

wabah penyakit menular seperti Covid-19. Young,dkk (2013) menyatakan bahwa media massa cenderung memberitakan tentang dampak negatif tentang wabah penyakit menular secara berlebihan, sehingga hal ini menimbulkan kepanikan di masyarakat. Hal ini juga ikut mempengaruhi sentiment pasar di bursa saham (Tetlock 2007). Banyak akibat yang ditimbulkan dari berita negatif di media massa yang digunakan untuk menggiring opini public (efek cognitive), melihat kondisi saham saat ini menimbulkan rasa cemas dan khawatir untuk para pemegang saham. Fenomena ini berkaitan dengan sebuah konsep dalam ilmu jurnalistik yang disebut '*priming effect*'. Bryant and Thompson (2002) membagi konsep priming dalam dua perspektif. Pertama, priming terjadi pada saat seseorang membaca atau menonton suatu cerita pada media yang mengaktifkan pikiran atau perasaan yang telah tersimpan di dalam benak pikiran sebelumnya karena pengaruh pembelajaran dan pengalaman di masa lampau. Kedua, priming diartikan sebagai terpaan media yang memengaruhi perilaku seseorang sehingga melakukan tindakan yang tidak diinginkan, misalnya meniru tindak kriminal (Bryant & Thompson, 2002).

McLeod, Kosicki, dan McLeod mendefinisikan pengertian kunci dari *priming effect*. Mereka mengatakan bahwa penggunaan media, terpaan secara terus-menerus pada isu tertentu dari media akan mengaktifkan suatu konsep yang dalam kurun waktu tertentu akan menambah probabilitas bahwa konsep itu serta pikiran ingatan (memori) yang berhubungan dengannya akan hadir kembali dalam benak seseorang pada saat diperlukan di kemudian hari (Bryant & Zillman, 2002). Pada dasarnya media massa maupun online memiliki kekuatan dan legitimasi untuk mampu menggiring opini publik dengan cara menyebarkan informasi tertentu melalui media massa dan online, karena masyarakat mudah percaya dengan semua berita yang mereka baca tanpa perlu melakukan verifikasi kebenaran atas berita yang mereka baca tersebut. Faktor – faktor kekuatan dan legitimasi dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti nama dari perusahaan media, kekuatan jaringan yang dimiliki, peringkat ranking yang dimiliki oleh suatu perusahaan media tersebut dan lain lainnya.

Kembali ke dalam konteks penelitian ini, berita tentang Covid-19 yang menyebar diberbagai media massa berpotensi mempengaruhi atau menggiring opini publik tentang apa yang akan terjadi dibeberapa bulan kedepan. Berita-berita yang secara sengaja disiarkan inilah yang juga dapat mempengaruhi pasar saham. Efek ini oleh Winarni (2003) disebut juga dengan *efek afektif* dimana berita-berita tentang Covid-19 yang beredar di media masa menimbulkan rangsangan emosional terhadap orang yang membaca atau melihat berita tersebut. Selain itu, masih menurut Winarni (2003), efek lain yang mungkin terjadi adalah *efek perilaku* dimana kegiatan, tindakan dan perilaku masyarakat menjadi berubah (terpengaruh) setelah mengkonsumsi berita-berita tentang pandemi Covid-19 di media masa. Seperti contoh, berita buruk atau negatif sengaja disiarkan agar publik pemegang saham secara serentak menjual saham mereka. Akan tetapi bisa juga berita yang disiarkan ini membuat publik bersama-sama membeli saham.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengidentifikasi apakah berita tentang Covid-19 yang beredar di media massa dapat dikatakan sebagai salah satu penyebab anjloknya harga saham di perdagangan Bursa Efek Indonesia. Karena jika memang media massa terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pasar saham, tentunya hal ini dapat diubah ke arah yang lebih positif. Dengan kata lain, diharapkan media massa dan media online dapat mengubah dan menggiring opini publik ke arah yang lebih positif, sehingga dampak negatif dari penyebaran wabah Covid-19 ini dapat berkurang terutama dari segi ekonomi. Media massa dalam hal ini ibarat pisau bermata dua. Disatu sisi media memiliki beberapa fungsi positif, seperti: *to inform, to educate*, akan tetapi disisi lain informasi yang dihadirkan juga memiliki efek negatif, bahkan bisa jadi pemicu khalayak atau seseorang untuk melakukan hal yang sama dengan tayangan atau informasi yang dilihat.

Sampai saat ini, telah banyak penelitian yang dilakukan untuk menguji apakah ada faktor lain, selain faktor situasi ekonomi, yang berpotensi mempengaruhi *financial market behaviour* dimasa pandemi virus Covid-19. Seperti contoh, Almarayeh (2020) telah melakukan penelitian tentang dampak dari Covid-19 terhadap bursa saham di

negara-negara berkembang. Akan tetapi penelitian ini tidak melibatkan Indonesia sebagai subjek penelitiannya. Selain itu, Al-Awadhi,dkk (2020) juga telah menguji tentang pengaruh wabah penyakit menular Covid-19 dan hubungannya dengan *stock market return*. Mereka menemukan bahwa pertumbuhan jumlah orang yang terkonfirmasi positif tertular virus Covid-19 dan total angka kematian setiap harinya mempunyai signifikansi negatif efek terhadap *stock return* diberbagai perusahaan. Dalam studi ini mereka menggunakan data yang berasal dari Hang Seng Index dan Shanghai Stock Exchange Composite Index. Berarti bisa dikatakan bahwa berita di tentang Covid-19 memberikan rasa panik (emosional) sehingga secara tidak langsung juga merubah perilaku para pelaku pasar saham.

Sementara itu, berdasarkan tinjauan pustaka yang telah penulis lakukan, di Indonesia juga telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema tentang virus Corona dan pengaruhnya dengan perilaku bursa saham. Contohnya, Haryanto (2020) melakukan penelitian yang berjudul “*Dampak Covid-19 terhadap Pergerakan Nilai Tukar Rupiah dan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG)*”. Dalam studi ini Haryanto menemukan bahwa Covid-19 berdampak pada depresiasi Rupiah terhadap Dollar AS, yang mana ekonomi indikator (nilai tukar rupiah) dipakai sebagai salah satu variable penelitian. Akan tetapi, penelitian ini tidak menjelaskan lebih rinci apakah kepanikan yang ditimbulkan oleh berita Covid-19 di media adalah salah satu faktor naiknya nilai tukar rupiah.

Dengan menggunakan kombinasi dari beberapa teori media massa dan teori investasi, penelitian ini bermaksud melihat sebuah masalah atau fenomena dari sudut pandang yang berbeda. Saat ini telah banyak penelitian tentang pasar saham di Indonesia yang menggunakan teori investasi. Oleh karena itu penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sebuah pandangan dari perspektif yang berbeda pula.

Untuk mengukur pengaruh media massa terhadap harga saham gabungan di sub-sektor perhotelan, restoran dan pariwisata, penulis akan menggunakan beberapa indeks dari *RavenPack Coronavirus News Monitor*. Dengan menggunakan teknologi

berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), Ravenpack dapat mengubah konten inti dari sebuah dokumen teks atau berita menjadi sebuah data kuantitatif secara cepat dan akurat. Metode data analisis NLP (*Natural Language Processing*) dan *Text Mining* mereka gunakan untuk mengeksplorasi berita dan informasi yang berhubungan dengan pandemi Coronavirus (COVID-19), seperti tingkat kepanikan, sumber media, konten berita, dan berita hoaks. Data ini kemudian diubah menjadi data kuantitatif yang terstruktur untuk di analisa dan di visualisasikan. Kemudian data ini di terjemahkan oleh '*machine learning*' menjadi beberapa indikator-indikator yang membentuk beberapa indeks yaitu *coronavirus panic index*, *coronavirus media hype index*, *coronavirus fake news indeks*, dan *coronavirus media coverage index*.

Maka dari itu, penulis merasa penting untuk melakukan riset yang menguji apakah kepanikan (efek emosional) yang ditimbulkan dari banyaknya berita mengenai Covid-19 di media masa dapat mempengaruhi perilaku para pelaku saham di Bursa Efek Indonesia. Judul yang diajukan untuk penelitian ini adalah” ***Analisis Pengaruh Berita Tentang COVID-19 di Media Massa Terhadap Volatilitas Harga Saham di Sub-Sektor Hotel, Restoran & Pariwisata Dengan Menggunakan RavenPack News Analytics***’.

1.3 Perumusan Masalah

Penelitian terdahulu dari Haroon & Rizvi (2020) menemukan bahwa kepanikan yang ditimbulkan oleh berita-berita yang membahas tentang Covid-19 di media masa mempunyai pengaruh yang kuat dengan peningkatan volatilitas di pasar saham. Hal ini khususnya terjadi pada industry perdagangan dan jasa seperti hotel dan pariwisata. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka yang akan menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apakah *Panic Index* berpengaruh terhadap volatilitas harga saham emiten di sub-sektor perhotelan, restoran dan pariwisata?
- b) Apakah *Coronavirus Media Hype Index* berpengaruh terhadap volatilitas harga saham emiten di sub-sektor perhotelan, restoran dan pariwisata?

- c) Apakah *Fake News Index* berpengaruh terhadap volatilitas harga saham emiten di sub-sektor perhotelan, restoran dan pariwisata?
- d) Apakah *Media Coverage Index* berpengaruh terhadap volatilitas harga saham emiten di sub-sektor perhotelan, restoran dan pariwisata?
- e) Apakah *Panic index*, *Coronavirus Media Hype Index*, *Fake News Index* dan *Media Coverage Index* berpengaruh secara simultan terhadap volatilitas harga saham emiten di sub-sektor perhotelan, restoran dan pariwisata?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan seperti dijabarkan di bawah ini:

- a) Untuk mengetahui pengaruh antara tingkat kepanikan atau kecemasan yang di timbulkan oleh berita negatif mengenai wabah virus Covid-19 di media massa dengan volatilitas harga saham di sub-sektor perhotelan, restoran, dan pariwisata.
- b) Untuk mengetahui pengaruh tentang pemberitaan mengenai wabah Covid-19 di media massa dengan volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata.
- c) Untuk mengetahui pengaruh antara berita hoaks tentang Covid-19 dengan volatilitas harga saham di sub-sektor perhotelan, restoran, dan pariwisata.
- d) Untuk mengetahui tentang pengaruh antara kuantitas (jumlah banyaknya) berita tentang Covid-19 di seluruh media massa dengan volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata.
- e) Untuk mengetahui tentang pengaruh *panic* indeks, *media hype* indeks, *fake news* indeks, dan *media coverage* indeks terhadap volatilitas harga saham sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang, rumusan masalah serta tujuan penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat teoritis

a) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memperluas wawasan informasi penulis mengenai konsep yang menjadi bahan penelitian yaitu tentang faktor non-ekonomi yang berpotensi dapat mempengaruhi perilaku pasar keuangan di Bursa Efek Indonesia, dimana dalam hal ini faktor tersebut adalah berita negatif di media yang berkaitan dengan wabah virus Covid-19.

b) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi atau rujukan bagi kalangan akademis untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variable-variabel permasalahan yang di bahas di penelitian ini.

1.5.2 Manfaat praktis

a) Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada investor yang bergerak dalam pasar modal di Indonesia tentang faktor-faktor apa saja (selain faktor ekonomi) yang dapat berpotensi mempengaruhi perilaku pasar saham pada saat terjadi penyebaran wabah virus penyakit menular seperti Covid-19.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut ini gambaran sistematika penulisan mengenai penelitian, guna memberikan penjelasan tahap-tahap dalam penelitian ini. Adapun sistematika penelitian ini sebagai berikut :

a) **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab I ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tentang penelitian ini.

b) **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Pada bab II ini menjelaskan tentang landasan teori pada tinjauan pustaka yang digunakan sebagai pembahasan dari penulisan penelitian yang dibuat.

c) **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab III ini menjelaskan jenis penelitian, pendekatan penelitian, periode penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, serta metode dan alat analisis data penelitian.

d) **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab IV ini menjelaskan isi dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan penelitian.

e) **BAB V : Penutup**

Pada bab V ini berisi tentang uraian kesimpulan dan saran.