

**Analisis Pengaruh Berita Tentang COVID-19 di Media Massa  
Terhadap Volatilitas Harga Saham di Sub Sektor Hotel, Restoran &  
Pariwisata Dengan Menggunakan *RavenPack News Analytic***

**Ridho Hardeva, Dr. Hendratno S.E., Akt., M.M.**

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Telkom

**ridhoardeva@students.telkomuniversity.ac.id**

**hendratno@telkomuniversity.ac.id**

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh berita-berita tentang Covid-19 dari berbagai media masa terhadap volatilitas harga saham pada perusahaan Sub sektor Perhotelan, Restoran dan Pariwisata. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode Maret sampai dengan Juni 2020 yang berjumlah 35 perusahaan. Dari jumlah populasi tersebut, penulis memutuskan hanya 26 perusahaan yang menjadi sampel untuk penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini adalah regresi linear berganda termasuk uji asumsi klasik, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Secara parsial, variabel *Panic Index* dan *Media Hype Index* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham pada Sub sektor Perhotelan, Restoran dan Pariwisata.

Akan tetapi, hasil penelitian ini menemukan bahwa *Panic Index* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham hanya kepada 4 emiten, dari 26 emiten yang ada di sub sektor hotel, restoran & pariwisata. Sedangkan *Media hype index* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham dari 4 emiten saja, dari 26 emiten yang ada di sub sektor hotel, restoran & pariwisata. Untuk *Fake news index* memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham pada 2 emiten saja di sub sektor hotel, restoran & pariwisata. Untuk *Media Coverage Index* memiliki pengaruh hanya terhadap 3 emiten di sub sektor hotel, restoran & pariwisata.

Kata Kunci: *Volatilitas Harga Saham, Covid-19, Media Masa, Ravenpack*

**Coronavirus**

**Index**

## 1. PENDAHULUAN

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* dan lainnya membuat roda perputaran ekonomi melambat.

Banyaknya berita tentang wabah Covid-19 yang beredar di berbagai media massa tentu saja dapat berpotensi mempengaruhi harga indeks saham di Indonesia. Saat ini seluruh sektor saham mengalami penurunan volume maupun nilai transaksi harian. 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*".

Salah satu contoh dari '*panic selling*', yaitu menurunnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada bulan Maret sampai saat sekarang ini menunjukkan penurunan yang signifikan. Hal ini terjadi dikarenakan kekhawatiran pasar terhadap dampak dari wabah Covid-19 terhadap perekonomian global.

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.

Penulis memutuskan untuk memilih beberapa variabel sebagai objek penelitian, yaitu tingkat kepanikan publik (*Panic Index*), jumlah berita tentang Covid-19 di media massa (*Corona Virus Media Hype Index*), jumlah berita hoaks tentang Covid-19 yang tersebar dari berbagai media (*Fake News Index*), jumlah semua sumber berita yang meliput tentang Covid-19 (*Media Coverage Indeks*) serta pengaruhnya terhadap volatilitas harga saham. 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.

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.

### 1.1 Perumusan Masalah

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?

### 1.2 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.

### 1.3 Manfaat teoritis

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. Sedangkan 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.

### 1.4 Manfaat praktis

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.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Saham

Saham merupakan bagian dari instrumen pasar modal yang paling diminati oleh investor, karena saham dapat memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Menurut Sri Hemunningsih (2012:87), definisi dari saham adalah penyertaan modal seseorang atau sepihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan disertakannya modal tersebut, maka pihak investor memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, aset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Menurut Sapto (2006) saham adalah *“Surat berharga yang merupakan instrumen bukti kepemilikan atau penyertaan dari individu atau institusi dalam suatu perusahaan. Sedangkan menurut istilah umumnya, saham merupakan bukti penyertaan modal dalam suatu kepemilikan saham perusahaan”*. Menurut Husnan Suad (2008) pengertian saham adalah sebagai berikut *“Saham adalah secarik kertas yang menunjukkan hak pemodal yaitu pihak yang memiliki kertas tersebut untuk memperoleh bagian dari prospek atau kekayaan organisasi yang menerbitkan sekuritas tersebut, dan berbagai kondisi yang memungkinkan pemodal tersebut menjalankan haknya”*.

Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa saham adalah surat bukti tanda kepemilikan suatu perusahaan yang didalamnya tercantum nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang diberikan kepada setiap pemilikinya.

### 2.2 Harga Saham dan Faktor yang Mempengaruhi Harga Saham

Harga saham merupakan harga penutupan pasar saham selama periode pengamatan. Sartono (2008) mengatakan bahwa *“Harga saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Apabila suatu saham mengalami kelebihan permintaan, maka harga saham cenderung naik. Sebaliknya, apabila kelebihan penawaran maka harga saham cenderung turun”*. Berdasarkan pengertian para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga saham adalah harga yang terbentuk sesuai permintaan dan penawaran dipasar jual beli saham dan biasanya merupakan harga penutupan. Fluktuasi harga saham dipasar modal dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor tersebut antara lain adalah faktor eksternal dan faktor internal dari perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2010) harga saham dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Yang pertama adalah faktor internal, seperti contoh perubahan harga, penarikan produk baru, laporan produksi, laporan keamanan, dan laporan penjualan. Lalu bisa juga karena adanya pengumuman badan direksi manajemen (management board of director

announcements) seperti perubahan dan pergantian direktur, manajemen dan struktur organisasi. Yang kedua adalah faktor eksternal, contohnya yaitu pengumuman dari pemerintah seperti perubahan suku bunga tabungan dan deposito kurs valuta asing, inflasi, serta berbagai regulasi serta regulasi ekonomi yang dikeluarkan oleh pemerintah.

Selain faktor-faktor di atas, kondisi perusahaan juga dapat mengubah harga saham. Semakin baik kinerja sebuah perusahaan maka semakin baik pula laba yang akan diperoleh perusahaan dan keuntungan yang akan didapat oleh para investor, maka harga saham akan mengalami peningkatan. Untuk penelitian tugas akhir ini, penulis mengangkat topik yang termasuk dalam faktor eksternal yaitu pengaruh berita dan informasi tentang Covid-19 terhadap harga saham gabungan di sektor perdagangan, jasa, dan investasi.

### **2.3 Media Masa dan Pengaruhnya**

Menurut Dennis McQuail (2005), secara fungsional, media massa ditujukan untuk melaksanakan beberapa tugas. Contohnya, untuk menyediakan informasi tentang peristiwa dan hal lain yang terjadi, menjelaskan/mengomentari peristiwa yang terjadi, mengekspresikan budaya dominan dan menunjukkan eksistensi kebudayaan khusus (sub-culture), dan menyediakan sarana hiburan dan relaksasi.

Pengaruh terpaan media adalah efek yang ditimbulkan seseorang setelah membaca, mendengar, dan menonton sebuah pesan atau informasi yang disampaikan oleh media massa. Efek yang ditimbulkan dari media massa sama dengan efek yang ditimbulkan oleh komunikasi massa, yang mana efek tersebut timbul berkaitan dengan penambahan pengetahuan (kognitif), mengubah sikap (afektif), dan menggerakkan perilaku audiens (behavioral) (Rakhmat, 2000). Teori selanjutnya adalah teori 'Jarum Hipodermik' atau yang dikenal sebagai teori peluru. Teori ini merupakan salah satu teori komunikasi massa, khususnya teori efek media massa yang di cetuskan oleh Harold Lasswell pada tahun 1920. Teori inilah yang pertama kali mencoba untuk menjelaskan bagaimana khalayak masyarakat dapat bereaksi terhadap informasi-informasi yang disampaikan oleh media massa. Teori ini menunjukkan bahwa kita sebagai masyarakat dapat dimanipulasi oleh media massa, dengan mudahnya pemikiran serta perilaku kita akan berubah seiring dengan informasi yang disampaikan oleh media massa. Oleh sebab itu, berdasarkan teori ini, kita dapat berasumsi bahwa berita-berita negatif yang disampaikan oleh media massa terkait Covid-19 dapat memanipulasi pemikiran serta perilaku seseorang. Dengan banyaknya jumlah berita yang disampaikan oleh media massa, tanpa sadar akan mempengaruhi pemikiran kita tentang apa yang akan terjadi di masa yang akan datang.

Hal ini juga berlaku bagi para pelaku pasar saham. Walaupun para pelaku saham memiliki teknik tertentu dalam menganalisa pasar saham, berita di media massa berpotensi akan merubah perilaku mereka. Khususnya berita negatif yang terus diberitakan oleh media massa tentang virus Covid-19, dampak yang ditimbulkan dari berita-berita tersebut antara lain adalah kepanikan dan kecemasan publik. Sebagai contoh adalah fenomena panic selling yang terjadi di pasar saham. Sehingga situasi di bursa efek akan terpengaruhi oleh hal tersebut.

Penelitian ini adalah sebuah replikasi dari sebuah penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Haroon & Rizvi (2020) yang berjudul "COVID-19: Media coverage and financial markets behavior". Dalam penelitian tersebut, mereka telah menguji apakah berit-

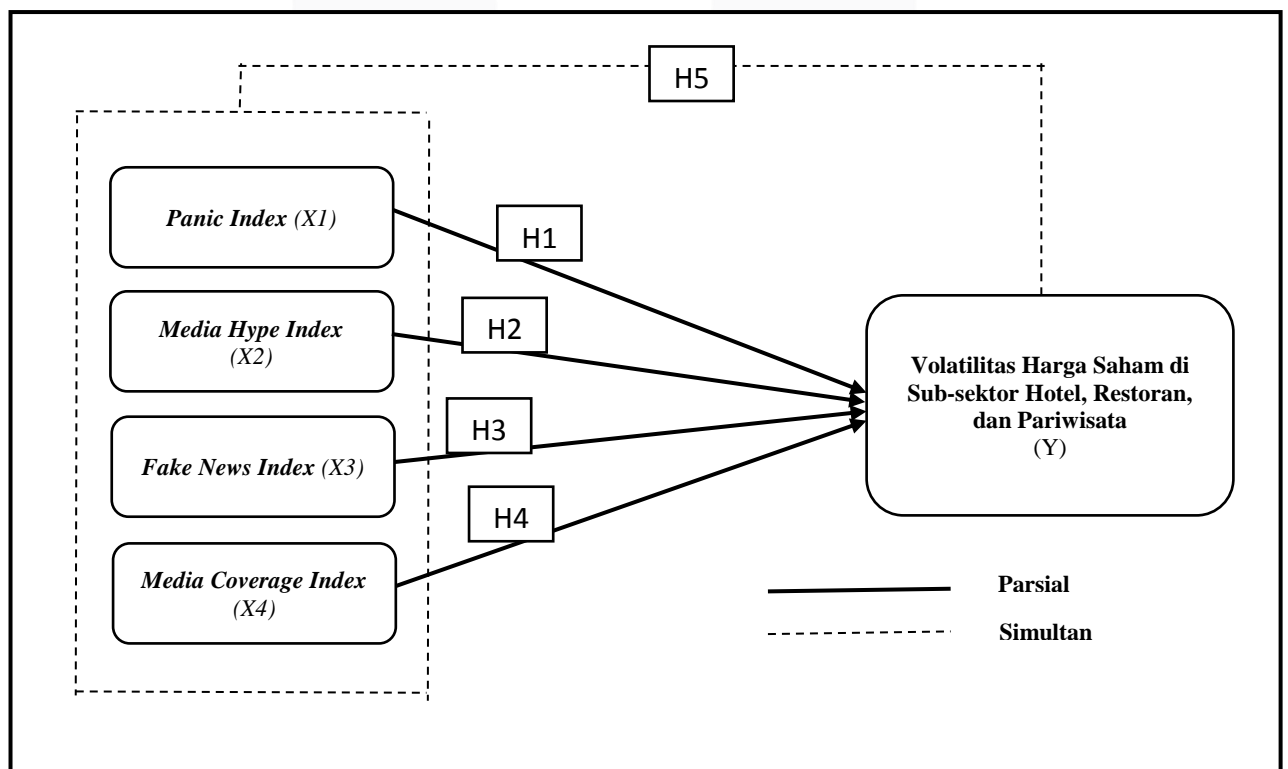
berota yang berkaitan dengan Covid-19 dari berbagai media memberikan pengaruh kepada 'financial market behaviour'. Untuk mengukur kepanikan terhadap berita-berita terkait Covid-19 yang disampaikan oleh media, mereka menggunakan beberapa indeks dari Ravenpack Finance Coronavirus Monitor. Penggunaan indeks tersebut bertujuan untuk menjawab saran yang diajukan oleh Subrhamanyam (2019) yang telah merekomendasikan penggunaan big data dalam dunia bisnis untuk melihat sentiment pasar di stock market.

Dengan penggunaan data indeks sectoral dari US stock market (Dow Jones), Haroon & Rizvi (2020) menyimpulkan bahwa kepanikan dan kecemasan yang disebabkan oleh berita Covid-19 diberbagai laman media memiliki hubungan dengan kenaikan volatility di bursa saham. Selain itu, mereka menemukan bahwa pasar saham di Amerika menjadi tidak menentu akibat berita-berita Covid-19 yang beredar di media. Akan tetapi, hasil penelitian mereka juga menemukan bahwa banyaknya jumlah media yang meliput wabah Covid-19 memiliki hubungan dengan rendahnya volatilitas saham. Hal ini tentunya mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Donadelli & Riedl (2017) yang penelitiannya menjelaskan bahwa adanya keterkaitan yang positif antara wabah penyakit menular dengan sentiment pasar di Wall Street.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tujuan penelitian, tinjauan pustaka, dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan, maka sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis, berikut disajikan kerangka pemikiran yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar dibawah ini.

**Gambar Kerangka Pemikiran**



(Sumber : Data diolah penulis)

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis akan meneliti apakah hasil penemuan dari penelitian Haroon & Rizvi (2020) juga dapat terjadi di Bursa Efek Indonesia (BEI)? dan selanjutnya mengajukan beberapa hipotesis sebagai berikut:

H1: Panic index, Coronavirus Media Hype Index, Fake News Index dan Media Coverage Index secara simultan memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran dan pariwisata.

H2: Panic Index memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran dan pariwisata.

H3: Coronavirus Media Hype Index memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran dan pariwisata.

H4: Fake News Index memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran dan pariwisata.

H5: Media Coverage Index memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham di sub-sektor hotel, restoran dan pariwisata.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ialah deskriptif. Penelitian yang menggambarkan variabel penelitian menggunakan angka sebagai data disebut penelitian deskriptif (Darmawan, 2013). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah coronavirus panic index, coronavirus media hype index, coronavirus fake news indeks, dan coronavirus media coverage index. Indeks ini diambil dari sebuah website bernama RavenPack Finance (<https://coronavirus.ravenpack.com>).

Coronavirus panic index merupakan sebuah indeks yang mengukur berapa banyaknya konten berita diberbagai media tentang pandemi Covid-19 yang mengakibatkan kepanikan dan kekhawatiran pada masyarakat Indonesia. Nilai indeks ini dimulai dari 0 sampai dengan 100, dimana nilai 70 mengindikasikan 70% dari semua berita di media memberitakan tentang Covid-19 yang mengakibatkan kepanikan publik.

Coronavirus media hype index mengukur persentase jumlah berita yang membahas tentang coronavirus di Indonesia. Nilai berkisar antara 0 dan 100 di mana nilai 75,00 menunjukkan bahwa 75 persen dari semua berita global berbicara tentang Covid-19.

Coronavirus fake news index mengukur jumlah persentase berita di media tentang virus corona yang menggiring pada informasi yang salah atau berita hoaks mengenai Covid-19. Nilai dari indeks ini berkisar antara 0 dan 100, di mana nilai 2,00 menunjukkan bahwa 2 persen dari semua berita secara global berbicara tentang berita hoaks. Semakin tinggi nilai indeks, semakin banyak referensi berita palsu yang ditemukan di media.

Coronavirus media coverage index menghitung jumlah persentase sumber media yang meliput atau memberitakan topik mengenai coronavirus di Indonesia. Nilai dari indeks ini berkisar dari 0 sampai dengan 100, dimana nilai 60.00 mengindikasikan 60% dari semua sampel sumber berita sedang meliput atau memberitakan tentang Covid-19.

Sementara itu, volatilitas harga saham dalam penelitian ini bertindak sebagai variabel dependen.

## 2.5 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling, yaitu sebuah metode pengumpulan data berdasarkan pada pertimbangan tertentu. Selanjutnya, peneliti memilih sampel dari sub-sektor hotel, restoran & pariwisata berdasarkan penelitian terhadap karakteristik sampel yang sudah disesuaikan dengan maksud dari penelitian. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah emiten yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang tergabung di dalam sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata yang bergerak dibidang travel. Peneliti memilih sampel ini berdasarkan penelitian terhadap karakteristik sampel yang sudah disesuaikan dengan maksud dari penelitian dengan kriteria Emiten yang termasuk dalam sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata dan harga sahamnya mengalami fluktuasi di periode Maret 2020 sampai Juni 2020. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu yang berupa data saham yang sudah diterbitkan Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses langsung dari *website*. Sumber data lainnya adalah dari IDX, Yahoo Finance dan Website RavenPack. Teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini adalah regresi linear berganda termasuk uji asumsi klasik, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

**Tabel Sampel Penelitian**

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah emiten yang termasuk dalam sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata.	35
2	Jumlah emiten sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata, dan <i>harga sahamnya tidak berfluktuasi</i> selama Maret 2020 sampai dengan Juni 2020.	(9)
3	Jumlah sampel yang termasuk dalam sub-sektor hotel, restoran, dan pariwisata, dan <i>harga sahamnya</i>	26



	<i>berfluktuasi</i> selama periode Maret 2020 sampai dengan Juni 2020.	
4	Jumlah data (n) selama 4 bulan penelitian.	<b>79</b>

Berdasarkan informasi terakhir yang didapat penulis dari situs Bursa Efek Indonesia, terdapat 26 emiten yang bergerak dibidang travel dari 35 emiten yang termasuk didalam sub-sektor ini.

### 3. HASIL PENELITIAN

**Tabel Uji Regresi Berganda**

Independent Variable		BAYU.JK	BUVA.JK	CLAY.JK	DFAM.JK	DUCK.JK	EAST.JK	FAST.JK	FITT.JK	HOTL.JK	HRME.JK	ICON.JK	INPP.JK	JSPT.JK
<i>Panic Index</i>	uji t	-0,883	2,959	-0,894	-0,171	1,89	0,854	1,47	3,359	-0,815	4,211	1,301	-0,138	0,46
	p value	0,38	0,004*	0,374	0,865	0,063	0,396	0,146	0,001*	0,417	0,000*	0,197	0,89	0,647
<i>Media Hype Index</i>	uji t	0,641	-1,518	0,327	0,64	-4,228	-1,183	-0,2	-2,108	0,546	-2,997	-1,541	0,033	-0,668
	p value	0,523	0,133	0,745	0,524	0,000*	0,241	0,842	0,039*	0,587	0,004*	0,128	0,974	0,506
<i>Fake News Index</i>	uji t	0,654	0,861	-0,529	-0,381	1,696	-0,322	1,575	0,08	0,937	1,352	-0,561	0,397	-0,648
	p value	0,515	0,392	0,598	0,704	0,094	0,749	0,10	0,936	0,352	0,181	0,577	0,693	0,519
<i>Media Coverage Index</i>	uji t	0,369	-0,381	0,471	0,071	0,519	-0,768	0,663	0,39	1,788	2,976	0,8	-0,081	0,001
	p value	0,713	0,74	0,639	0,943	0,605	0,445	0,509	0,697	0,078	0,004*	0,426	0,936	0,999
<i>R2 (R Square)</i>		0,047	0,186	0,032	0,019	0,373	0,121	0,086	0,195	0,094	0,294	0,053	0,002	0,024

Independent Variable		MAPB.JK	NASA.JK	NATO.JK	PANR.JK	PDES.JK	PGJO.JK	PGLI.JK	PJAA.JK	PNSE.JK	PTSP.JK	PZZA.JK	SHID.JK	SOTS.JK
<i>Panic Index</i>	uji t	0,445	-0,688	-1,137	0,15	1,957	0,398	-0,925	0,245	-0,098	-0,832	-0,358	1,279	-0,395
	p value	0,658	0,493	0,259	0,881	0,05*	0,692	0,358	0,807	0,922	0,408	0,721	0,205	0,694
<i>Media Hype Index</i>	uji t	-0,64	-0,243	-0,373	0,958	-0,868	-0,099	2,082	-0,624	-0,1	1,289	0,348	0,428	0,798
	p value	0,524	0,808	0,71	0,341	0,388	0,921	0,041*	0,534	0,921	0,201	0,729	0,67	0,427
<i>Fake News Index</i>	uji t	0,195	-0,144	-1,119	-0,128	-0,561	0,056	-0,24	-0,159	1,131	0,229	2,361	2,173	-0,062
	p value	0,846	0,886	0,267	0,898	0,576	0,955	0,811	0,874	0,262	0,819	0,021*	0,033*	0,951
<i>Media Coverage Index</i>	uji t	0,149	1,308	1,396	-0,204	0,954	0,189	-2,341	0,59	0,448	-0,45	-0,997	-0,018	-2,054
	p value	0,882	0,195	0,167	0,839	0,343	0,851	0,022*	0,557	0,655	0,654	0,322	0,986	0,044*
<i>R2 (R Square)</i>		0,012	0,05	0,07	0,026	0,058	0,003	0,084	0,006	0,027	0,039	0,079	0,103	0,084

\* Signifikan pada tingkat  $\alpha = 0,05$

(Sumber: Data diolah penulis)

Seperti yang terlihat pada tabel diatas, *Panic Index* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham untuk emiten-emiten seperti dibawah ini:

- a) Bukit Uluwatu Villa Tbk ( $P = 0,004$ )
- b) Hotel Fitra Internasional Tbk ( $P = 0,001$ )

c) Menteng Heritage Realty Tbk ( $P = 0,000$ )

d) Destinasi Tirta Nusantara Tbk ( $P = 0,05$ )

Sementara itu, *Media Hype Index* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham untuk emiten-emiten seperti dibawah ini:

a) Jaya Bersama Indo Tbk ( $P = 0,000$ )

b) Hotel Fitra Internasional Tbk ( $P = 0,039$ )

c) Menteng Heritage Realty Tbk ( $P = 0,004$ )

d) Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk ( $P = 0,041$ )

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji regresi berganda yang ditunjukkan oleh Tabel diatas, *Fake News Index* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham untuk emiten-emiten seperti dibawah ini:

a) Sarimelati Kencana Tbk ( $P = 0,021$ )

b) Hotel Sahid Jaya Internasional Tbk ( $P = 0,000$ )

Berdasarkan hasil uji regresi berganda yang ditunjukkan oleh Tabel 4.6 diatas, *Media Coverage Index* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham untuk emiten-emiten seperti dibawah ini:

a) Menteng Heritage Realty Tbk ( $P = 0,000$ )

b) Pembangunan Graha Lestari Indah Tbk ( $P = 0,041$ )

c) Satria Mega Kencana Tbk ( $P = 0,044$ )

**Tabel Uji Simultan**

	BAYU.JK	BUVA.JK	CLAY.JK	DFAM.JK	DUCK.JK	EAST.JK	FAST.JK	FITT.JK	HOTL.JK	HRME.JK	ICON.JK	INPP.JK	JSPT.JK
Uji F	0,901	4,178	0,596	0,358	10,865	2,514	1,718	4,417	1,901	7,617	1,027	0,042	0,452
p-value	0,468	0,004*	0,667	0,838	0,000*	0,049*	0,155	0,003*	0,119	0,000*	0,399	0,997	0,771
	MAPB.JK	NASA.JK	NATO.JK	PANR.JK	PDES.JK	PGJO.JK	PGU.JK	PJAA.JK	PNSE.JK	PTSP.JK	PZZA.JK	SHID.JK	SOTS.JK
Uji F	0,226	0,96	1,366	0,48	1,133	0,056	1,667	0,111	0,498	0,736	1,57	2,089	1,681
p-value	0,923	0,434	0,254	0,75	0,348	0,994	0,167	0,978	0,737	0,57	0,191	0,091	0,164

(Sumber: Data diolah penulis)

Berdasarkan tabel di atas, ada 5 emiten yang memiliki nilai signifikannya lebih rendah dari 0,05. Emiten-emiten tersebut adalah Bukit Uluwatu Villa Tbk, Jaya Bersama Indo Tbk, Eastparc Hotel Tbk, Hotel Fitra Internasional Tbk, dan Menteng Heritage Realty Tbk. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Panic Indeks, Media Hype Indeks, Fake News Index, dan Media Coverage Indeks secara simultan memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham dari emiten- emiten yang disebutkan diatas.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari implementasi, pengujian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Panic Index memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham hanya kepada 4 emiten, dari 26 emiten yang ada di sub sektor hotel, restoran & pariwisata. Sedangkan Media hype index memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volatilitas harga saham dari 4 emiten saja, dari 26 emiten yang ada di sub sektor hotel, restoran & pariwisata. Untuk Fake news index memiliki pengaruh terhadap volatilitas harga saham pada dua emiten saja di sub sektor hotel, restoran & pariwisata. Untuk Media Coverage Index memiliki pengaruh hanya terhadap tiga emiten di sub sektor hotel, restoran & pariwisata.

Adapun saran dari hasil penelitian ini terutama untuk investor agar mencari sumber berita yang akurat dan terpercaya yang dapat digunakan sebagai landasan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi di pasar saham. Saran untuk media masa di Indonesia alangkah baiknya membuat dan menyebarkan berita yang dapat dipertanggungjawabkan, sesuai fakta dan tidak menyesatkan. Dan juga perlunya strategi komunikasi dari yang tepat dari berbagai pihak di media industri dalam ikut membantu berpartisipasi mengurangi timbulnya krisis, khususnya di bidang ekonomi.

#### Reference

- Brigham, E. F dan Houston.(2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Essential of Financial Management. Edisi, 11.*
- Darmawan, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif.
- Donadelli, M., Kizys, R., & Riedel, M. (2017). Dangerous infectious diseases: Bad news for Main Street, good news for Wall Street?. *Journal of Financial Markets*, 35, 84-103.
- Haroon, O., & Rizvi, S. A. R. (2020). COVID-19: Media coverage and financial markets behavior—A sectoral inquiry. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 100343.
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Pengungkapan Terhadap Biaya Modal Ekuitas pada Perusahaan LQ45.
- Husnan, S. (2008). Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan Buku 1. *Edisi ke-4. Yogyakarta: BPFEE.*
- McQuail, D. (2005). Accountability of media to society: Principles and means. *Communication theory and research*, 90-103.
- Media, K. (2020). 63.749 Kasus Covid-19 di Indonesia, Persentase Kematian Lebih Tinggi Dibanding Global Halaman all - Kompas.com. KOMPAS.com. Retrieved 8 July 2020, from <https://nasional.kompas.com/read/2020/07/06/08273601/63749-kasus-covid-19-di-indonesia-persentase-kematian-lebih-tinggi-dibanding?page=all>.
- Muhamad, M., & Jogiyanto, H. M. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Fundamental (Return On Assets, Return On Equity Dan Debt To Equity Ratio) Terhadap Harga Saham Perusahaan Keuangan Dan Non Keuangan Di Bursa Efek Indonesia (Doctoral dissertation, [Yogyakarta]: Universitas Gadjah Mada).

- Rakhmat, Jalaluddin. (2000). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Sapto, R. (2006). Kiat Membangun Aset Kekayaan (Panduan Investasi Saham dari AZ). Cetakan ke-2, Penerbit PT. Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Sartono, Agus. 2008. Manajemen keuangan teori dan aplikasi. Edisi empat. Yogyakarta: BPF
- Subrahmanyam, A. (2019). Big data in finance: Evidence and challenges. *Borsa Istanbul Review*, 19(4), 283-287.
- Sugiyono, D. (2008). Metode penelitian bisnis. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.

