

Analisis Motif Persuasi *Affiliator* dalam Menunjang Pemasaran Platform *Binary Option*

Muhammad Daffa Pradana*, Rakhmaditya Dewi Noorrizki

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: muhammad.daffa.2108116@students.um.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the use of motives or persuasion techniques on affiliates with a psychological approach to binary option investment fraud cases. The literacy of the Indonesian financial community is still considered very low, so they tend to be deceived by fast investments that generate large profits. This study uses the literature review method, by collecting various references such as books, journals, websites, social media, etc. with credible sources as supporting theoretical foundations. The real result of this research is that there is a motive for persuasion by binary option affiliates in marketing their platform. They were successful in their own way, such as increasing their wealth and opening binary option trading course courses, until the lure of big profits. Binary option are not an official investment instrument, because there are no real assets being traded. This is also in line with the lack of clarity in the form of an official written permission from the Commodity Futures Trading Regulatory Agency (Bappebti) which made binary options themselves declared illegal.

Keywords: binary option; investation; financial literacy; persuasion; language development

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait penggunaan motif atau teknik persuasi pada *affiliator* dengan pendekatan psikologi kasus penipuan investasi *binary option*. Literasi keuangan masyarakat Indonesia dinilai masih sangat rendah, sehingga mereka bertendensi untuk tertipu dengan investasi cepat yang menghasilkan keuntungan besar. Penelitian ini menggunakan metode *literature review* (kajian literatur), dengan mengumpulkan berbagai rujukan seperti buku, jurnal, situs web, media sosial, dll dengan sumber-sumber yang kredibel sebagai pendukung landasan teori. Hasil nyata dari penelitian ini adalah adanya motif persuasi oleh *affiliator binary option* dalam memasarkan platform mereka. Mereka sukses dengan cara mereka seperti *flexing* memamerkan harta kekayaan, pembukaan kelas-kelas kursus *trading binary option*, hingga iming-iming mendapatkan keuntungan yang besar. *Binary option* bukanlah salah satu instrumen investasi resmi, dikarenakan tidak terdapat aset nyata yang diperjualbelikan. Hal ini juga sejalan dengan tidak adanya kejelasan berupa izin resmi tertulis pada Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) yang membuat *binary option* sendiri dinyatakan ilegal.

Kata kunci: *binary option*; investasi; literasi keuangan; persuasi; perkembangan bahasa

1. Pendahuluan

Penggunaan internet meningkat secara signifikan. Hal ini juga tentunya didukung penuh oleh keadaan dunia yang sedang dilanda pandemi COVID-19. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistika (2021) persentase total penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2020 adalah sebanyak 78,18%. Presentase ini meningkat sekitar 4,43% daripada tahun sebelumnya dengan total persentase sebesar 73,75% (Jayani, 2021). Penggunaan internet bermanfaat dalam mendongkrak kondisi perekonomian yang terancam. Tetapi disamping itu, penggunaan internet yang meningkat tidak diseimbangi dengan infrastruktur yang memadai (Rachbini, 2022). Polemik yang sering beredar juga menekankan adanya kualitas sumber daya manusia yang dinilai kurang cakap dalam digitalisasi. Menurut Segara (2021) (dalam Kemenkeu, 2021) kurangnya kualitas sumber daya manusia ini didukung dengan bukti-bukti seperti

minimnya literasi digital hingga keuangan masyarakat. Kurangnya literasi keuangan masyarakat ini dapat dilihat dan dikaji lebih jauh berdasarkan permasalahan investasi *binary option* yang sempat viral belakangan ini (Ronald, 2021).

Akibat dari kurangnya literasi keuangan pada masyarakat Indonesia dibuktikan berdasarkan kasus investasi *binary option* belakangan ini. Seperti pada salah satu kasus *binary option* yang menimpa seorang pemuda bernama Rizki berusia 26 tahun. Pada awalnya ia tergiur untuk bergabung bersama *trader* lainnya yang terlihat berhasil pada Platform *binary option*. Alih-alih ia mengharapkan keuntungan yang besar, ia malah jatuh rugi hingga Rp 45 juta pada waktu yang singkat. Ia juga tergabung pada kelas kursus *binary option* yang banyak menawarkan edukasi terkait cara memprediksi gerakan aset dari modal yang telah ia tanamkan. Tetapi, kerugian yang didapatkan justru semakin besar, yaitu hingga Rp2,5 miliar. Lalu Rizki memutuskan untuk berhenti dari *binary option*. Tetapi, ia mengaku dihubungi kembali oleh pihak platform *binary option* dimana dia menanamkan modalnya. Ia mengaku diprovokasi bahwa akan diedukasi lebih lanjut terkait *binary option* supaya bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan nyata. Platform ini ternyata memang benar-benar memantau pergerakan para opsioner dalam menanamkan modalnya hingga mendapatkan keuntungan atau kerugian (Ronald, 2021).

Menurut Kolková dan Lenertová (2017) *Binary option* adalah sebuah motif *trading online* yang memaksa para penggunanya untuk memprediksi apakah sebuah harga aset sedang dalam posisi naik atau turun. Harga sebuah aset atau komoditas yang dianggap diperjualbelikan dan diprediksi harganya dalam *platform* ini ialah seperti index, forex, hingga produk *derivative market*. Seorang opsioner platform *binary option* tidak memiliki aset nyata untuk diperjualbelikan atau diperdagangkan. Mereka hanya memainkan prediksi mereka sejauh apa indikator-indikator dari mata uang ini berjalan dan menebak apakah kemudian mata uang ini akan semakin mahal atau murah (Zaenudin dkk, 2022).

Investasi adalah cara untuk mengimplementasikan dan menukarkan uang yang kita miliki dengan barang berharga lainnya dengan nilai yang sama dan dalam jangka waktu tertentu. Dengan harapan dilakukannya investasi adalah dapat meningkatkan nilai uang sebelumnya dan/atau memperoleh penghasilan. Praktik investasi yaitu memiliki substansi keuntungan di masa yang akan datang (Wahyu Hidayat, 2019). Banyak sekali sebenarnya hal kompleks yang tersembunyi yang tidak diketahui oleh masyarakat terkait mekanisme *binary option* ini (Kolková & Lenertová, 2017). Para pengguna *binary option* dituntut untuk lebih jauh dalam memahami konsep *risk* dan *return* yang terdapat pada mekanisme *binary option*. *Binary option* terbukti ilegal di Indonesia. Sebuah opsi ini ternyata tidak memiliki izin jelas dan tertulis pada Badan Pengawas Perdagangan Komoditi (Bappebti) Kementerian Perdagangan.

Affiliator pada platform-platform *binary option* ini juga turut hadir dalam pemasaran dan menyebarluaskan sebagai daya tarik calon pengguna. *Affiliator* adalah sebuah subjek yang membantu kita dalam memasarkan produk dengan persetujuan pemberian biaya dan periode tertentu (Duffy, 2005). Dengan hadirnya *affiliator*, diharapkan konsumen dapat tertarik dan akhirnya membeli atau menggunakan produk-produk yang dipasarkan. Duffy (2005) menjelaskan bahwa tidak ada batasan khusus pada *affiliator* dalam memasarkan produk. Ia akan meminta objek timbal balik berupa komisi ketika mereka berhasil dalam melakukan strategi penjualannya. Dalam melaksanakan tugasnya, seorang *affiliator* ini memiliki cara tersendiri dalam memotivasi calon konsumen atau pengguna. Seperti pada kasus beberapa

affiliator platform binary option yang belakangan ini terjerat tindak pidana penipuan, mereka banyak melakukan motif persuasi dalam menaklukkan minat dan daya tarik calon konsumen untuk berinvestasi pada platform ini.

Persuasi adalah sebuah cara, strategi, dan usaha seseorang dalam merubah keyakinan, sikap, dan perilaku orang lain untuk tujuan tertentu (Hanurawan, 2015). Persuasi biasanya memiliki tujuan-tujuan tertentu untuk mengarahkan perilaku objek dalam konteks tertentu. Terdapat banyak faktor pendukung yang membuat proses persuasi ini dapat berjalan secara efektif. Para *affiliator* banyak menggunakan teknik persuasi ini dalam menarik minat calon konsumen. Mereka menggunakan barang-barang mewah sebagai daya tarik. Mulai dari memamerkan harta yang mereka miliki hingga sifat seolah-olah dermawan dengan banyak orang secara besar-besaran juga mereka tunjukkan alih-alih sebagai daya tarik kembali. Mereka menjanjikan bahwasannya ketika calon konsumen menginvestasikan uang dan modal mereka pada platform *binary option*, maka mereka akan menjadi sukses seperti *affliator-affliator* ini. Mereka juga banyak menyediakan kelas-kelas khusus berkedok kursus edukasi investasi *trading binary option*.

Penelitian sebelumnya cukup banyak membahas terkait dengan *binary option*. Seperti salah satunya adalah penelitian oleh Mufidah dan Setiawan (2022) yang membahas tentang sisi framing kasus *binary option* yang dilakukan oleh dua *affiliator* Indra Kenz dan Doni Salmanan yang berasal dari Indonesia. Penelitian ini berorientasi pada perbandingan antara kedua jenis media berdasarkan narasumbernya. Mereka menggunakan beberapa landasan teori seperti struktur yaitu sintaksis, tematik, skrip, dan teoritis dalam mendukung analisis. Kemudian penelitian sebelumnya juga telah dilakukan oleh Zaenudin dan Faridah (2022) yang membahas terkait pertanggungjawaban hukum oleh kedua terdakwa *affiliator* kasus *binary option*. Penelitian ini lebih mengarah pada analisis terkait sisi hukum dengan menggunakan metode penelitian yuridis normatif dalam telaah hukum primer serta sekunder lebih lanjut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut terkait dengan motif dan tindakan persuasi yang dilakukan oleh para *affiliator binary option* dalam memasarkan produknya melalui sisi pendekatan psikologi. Penulis bermaksud untuk menekankan penelitiannya pada sikap yang ditampilkan oleh para *affiliator* dengan diperkuat menggunakan metode kajian literatur sebagai landasan teori. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat meningkatkan dan mengembangkan sikap masyarakat dalam menanggapi hal-hal baru yang sekiranya belum jelas agar bisa memandang dan mengambil keputusan lebih luas terkait substansi dan kebenarannya. Sehingga, masyarakat dapat lebih sadar terutama dalam berusaha memahami apa yang seharusnya mereka lakukan dan tidak.

Persuasi adalah salah satu bentuk teknik komunikasi yang bersifat membujuk, mempengaruhi, dan mengarahkan orang lain untuk berperilaku dan bertindak sesuai yang kita inginkan. Hanurawan (2015), persuasi merupakan sebuah pola komunikasi yang berorientasi mempengaruhi jalan pikir seseorang atau sekelompok orang. Persuasi sebagai komunikasi juga memiliki polanya tersendiri. Terdapat beberapa jenis pola komunikasi (Maulana & Gumelar, 2013). Persuasi masuk pada kajian komunikasi asertif. Komunikasi asertif adalah proses komunikasi menyampaikan pesan dan maksud kepada komunikan tanpa adanya singgungan baik itu dalam konteks verbal maupun tidak. Teknik dalam mempengaruhi persepsi orang lain dapat dilakukan melalui beberapa cara dan strategi.

Beberapa contohnya ialah seperti dengan perilaku terror, boikot, pemerasan, penyuapan, dan sebagainya. Tetapi persuasi memiliki cara yang berbeda dan unik. Persuasi disini menekankan adanya persiapan argumentasi dan alasan-alasan psikologis yang logis. Sehingga, seseorang yang dikenakan objek persuasi dapat berpikir dan mempertimbangkan.

Bahasa memiliki peran yang cukup besar pada kepribadian seseorang dalam berkomunikasi dan bersosialisasi. Kurang cakupannya seseorang dalam berkomunikasi tentunya akan mengganggu proses perkembangan seseorang (Maulana & Gumelar, 2013). Komunikasi ini berdasar pada pengalaman dan tingkat kesadaran seseorang. Para ahli psikologi menyebutkan bahwa komunikasi ialah *“the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)”*. Pada sisi psikologi sendiri, psikologi mencoba mengkaji jauh lebih lanjut terkait motif perilaku seperti persuasi yang dilakukan oleh para *affiliator* dalam mensukseskan strategi mereka menarik minat konsumen (calon opsioner). *Affiliator* disini terlibat dalam kegiatan sosial dengan berinteraksi pada manusia-manusia lain yang menjadi target utamanya. Mereka cenderung memperhatikan banyak sekali aspek agar komunikasi persuasi mereka dapat maksimal. Aspek tersebut meliputi respon yang diterima oleh target mereka, kesenangan, mempengaruhi sikap, hubungan sosial yang baik, tindakan, dan aspek-aspek pendukung lainnya.

Perkembangan bahasa seseorang dimulai dari sejak mereka kecil. Bahasa adalah gambaran teknik komunikasi yang berdasar pada simbol berbentuk lisan, tulisan, dan tandatangan. Bahasa terintegrasi dari sebuah perkumpulan kosa kata dan kebijakan dalam memvariasikan dan mengkoneksikan terkait penggunaannya. Perkembangan bahasa terpecah menjadi beberapa tahapan yaitu *phonology*, *morphology*, *syntax*, *semantics*, dan *pragmatics*. Tahapan pada perkembangan bahasa ini mempengaruhi cara penyusunan dan pemilihan kosakata seseorang dalam berbahasa di kemudian hari (Santrock, 2011). Pada tahapan perkembangan tertentu, seseorang cenderung berbahasa dan menghasilkan sebuah ucapan berdasar pada figur dan representasi. Seperti pada contohnya ketika seseorang melihat seekor burung dan dua ekor burung. Maka, penggunaan bahasa yang mereka terapkan juga tentunya akan memiliki perbedaan pengucapan dalam mendefinisikan apa yang sebenarnya mereka sedang lihat.

Investasi merupakan salah satu dari banyak dan kompleksnya kebutuhan manusia. Yulianty & Silvy (2013) menjelaskan bahwa substansi manusia ialah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti kesehatan, keamanan, pengaruh, kekuasaan, dan kepuasan baik batiniah maupun lahiriah. Persuasi yang dilakukan oleh para *affiliator binary option* ini dinilai oleh masyarakat sangat menjanjikan. Dalam artian, manusia membutuhkan salah satunya uang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Terutama, ketika mereka melihat keadaan yang dinilai praktis dalam memenuhi kebutuhan, maka mereka akan menjadi objek persuasi paling efektif.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kajian literatur. Kajian literatur adalah serangkaian metode dan prosedur penelitian yang berorientasi pada pengumpulan dasar teori sebagai bahan pendukung dalam memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, hingga hipotesis penelitian (Kartiningrum, 2015). Peneliti berusaha untuk mengumpulkan bahan-bahan bacaan seperti media, berita, jurnal ilmiah,

artikel ilmiah, buku, dll yang digunakan sebagai bahan dasar dan landasan penelitian. Artikel ilmiah ini menekankan pada metode *desk research* dalam mengkaji sikap dan motif persuasi *affiliator binary option* menarik minat para opsioner.

Metode *desk research* adalah metode penelitian dengan mengumpulkan sumber-sumber komprehensif seperti bacaan hingga data penelitian dari beberapa sumber seperti perpustakaan umum, situs web, hingga hasil dari survei yang telah dilakukan sebelumnya (LP2MUMA, 2021). Metode ini dipilih karena dirasa memiliki keunggulan yang sangat praktis dalam penerapan dan penggunaannya (Travis, 2016). Selain itu, *binary option* juga dinilai masih menjadi sebuah fenomena yang sangat terbatas dan baru. Landasan teori yang digunakan dalam memperkuat dan mendukung pengkajian penelitian ini ialah terkait dengan teori sikap, persuasi, psikologi komunikasi, psikologi komunikasi persuasi yang berdasar pada psikologi sosial. Penulis berusaha untuk menelaah dan meneliti lebih jauh perihal indikasi sikap dan motif persuasi antara mengapa dan bagaimana para *affiliator binary option* dapat menarik minat opsioner atau calon pengguna platform investasi *binary option*.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dapat disajikan dalam bentuk grafik, tabel, atau deskriptif. Pemuatan tabel dan gambar seharusnya hanya berisi informasi esensial hasil riset. Analisis dan interpretasi hasil ini diperlukan sebelum dibahas. *Binary option* merupakan alat keuangan atau finansial yang tergolong masih sangat baru (Kolková & Lenertová, 2017). Platform ini dinilai memiliki banyak sekali kerancuan dalam penggunaan dan praktiknya. *Binary option* biasanya tidak hadir semata-mata murni platform yang mengusung basis *binary option*. Menurut Rick Thacuk (2010), mereka biasanya hadir dengan berbentuk institusi dan dikemas dengan turunan-turunan lainnya yang turut disertakan dalam menyebarkan *binary option*. Dalam praktiknya sendiri, *binary option* ini bekerja dengan menggunakan bentuk-bentuk bagan dan diagram. Bentuk yang paling sering ditemui ialah berbentuk *candlestick*, dimana para pemain atau opsioner diminta untuk memperhatikan arah bagan dan dengan memprediksi apakah *candlestick* ini nanti akan mengarah turun atau naik. Mereka hanya memainkan prediksi mereka sejauh apa indikator-indikator dari mata uang ini berjalan dan menebak apakah kemudian mata uang ini akan semakin mahal atau murah (Zaenudin dkk, 2022). Sehingga, kita dapat menyimpulkan bahwasannya ini jauh dari teknis dan prosedur arti kata *trading* yang sesungguhnya.

3.1. Peran *Affiliator* dalam Memasarkan Binary Option

Affiliator adalah seseorang atau sekelompok orang yang menawarkan jasa untuk menghasilkan bisnis tambahan. *Affiliator* adalah seseorang yang menawarkan jasa untuk memasarkan produk kita jauh lebih luas dengan strateginya sendiri dan meminta imbalan untuk upaya pemasaran yang telah ia lakukan (Duffy, 2005). Pada kegiatannya, *affiliator* akan memperhitungkan sendiri terkait risiko strategi pemasaran yang mereka lakukan. Jika mereka berhasil, maka akan menghasilkan uang. Tetapi jika tidak, maka *affiliator* akan kehilangan uang mereka. Tidak ada ciri atau persyaratan khusus terhadap *affiliator* dalam menggunakan atau memperoleh uang mereka. Tugas utama mereka hanyalah memasarkan produk yang kita miliki berdasarkan perjanjian yang telah dibuat dan diagendakan.

Teknik ini tergolong baru dan cukup mutakhir. Jika kita membandingkannya dengan pemasaran konvensional atau tradisional, maka seluruh resiko akan kita tanggung sepenuhnya. Salah satu pemasaran tradisional adalah ketika kita memasarkan produk yang

kita miliki melalui iklan atau media cetak. Konsumen akan senantiasa berinteraksi dengan kita melalui kanal yang telah disediakan pada iklan cetak tersebut. Kita membayarkan sejumlah dana pada media atau iklan cetak itu terkait biaya pemasaran dan pengembangan iklan. Konsepnya ialah ketika berhasil, maka kita akan mendapatkan uang melalui penjualan produk kita. Tetapi jika tidak, maka tentu kita akan kehilangan modal atau dana pemasaran kita. Tentu ini sangat berbeda dengan konsep penggunaan *affiliator*. *Affiliator* disini menanggung resiko pemasaran kita. Seorang *affiliator* melakukan pemasaran dengan teknik mereka sendiri dengan merancang, menempatkan, dan membayar biaya iklan supaya produk terjual dan menghasilkan banyak uang serta keuntungan. Seluruh resiko dan metode sepenuhnya berada pada tanggung jawab *affiliator* selaku representasi yang memasarkan produk kita.

Dalam memilih *affiliator*, biasanya seseorang akan mengindikasikan pada parameter dan persyaratan tertentu. Hal ini memiliki segmentasi tersendiri seperti disesuaikan kembali pada sasaran (*targeting*) dan penempatan (*positioning*) apakah yang akan kita jadikan titik fokus nantinya (Zaki, 2018). Tentunya, kredibilitas seorang *affiliator* juga turut dipertimbangkan sebagai opsi. Seorang *affiliator* yang memiliki sepak terjang kecil tetapi dengan keterlibatan tinggi terkadang lebih optimal juga dalam memasarkan suatu produk

3.2. Motif Persuasi yang Digunakan *Affiliator* untuk Menarik Minat Korban *Binary Option*

Pada penerapannya, Duffy (2005) menjelaskan bahwa *affiliator* menggunakan strategi mereka sendiri yang salah satunya ialah persuasi. Sesuai dengan kasus *affiliator binary option* yang beredar belakangan ini, *affiliator* banyak sekali mengungkapkan terkait adanya keuntungan yang besar yang akan kita dapatkan ketika kita menginvestasikan uang kita pada platform *binary option* yang telah mereka pasarkan. Mereka membungkus kalimat-kalimat persuasi penipuan mereka dengan bukti-bukti yang juga mendukung dan jelas. Mereka melakukan *flexing* atau mudahnya memamerkan harta berupa barang barang mewah yang menurut mereka adalah hasil dari modal yang telah mereka investasikan pada platform *binary option*. Mereka melakukan kegiatan persuasi dengan membuka lahan sebanyak-banyaknya dengan alih-alih mereka juga akan seperti *affiliator* ini ketika telah mencapai titik kesuksesan bermain *binary option*.

Selain itu, para *affiliator* ini juga menyediakan sesi berupa kelas kursus trading pada platform *binary option*. Opsioner akan diedukasi lebih lanjut terkait dengan cara memprediksi gerakan-gerakan aset yang mereka pilih ketika mereka melakukan kegiatan *trading*. Para opsioner akan diarahkan untuk mendepositokan uang mereka lalu dianjurkan agar tidak terburu-buru dalam mencairkan uang atau modal mereka supaya akan tetap berkembang dan lebih banyak menghasilkan keuntungan. Tetapi, keuntungan yang sesungguhnya yang dijadikan acuan dan edukasi oleh para *affiliator* ini ternyata hanyalah penipuan. Mereka hanya mengedukasi menggunakan saldo palsu seolah-olah melimpah yang ternyata adalah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *broker* (pemilik aplikasi).

3.3. Pendekatan Psikologi Persuasi pada *Affiliator* dan Perkembangan Penggunaan Bahasa

Persuasi adalah sebuah motif dan cara handal seseorang dalam mempengaruhi orang lain untuk merubah tingkat keyakinan, sikap, dan perilaku pada tujuan tertentu (Hanurawan, 2015). Konsep persuasi memiliki tujuan untuk merubah sikap objek. Persuasi menekankan

terkait adanya perubahan sikap dengan menggunakan akomodasi berupa argumen-argumen yang bersifat menguatkan atau melemahkan. Keoptimalan atau efektivitas kegiatan persuasi sangat bergantung pada pola komunikasi yang digunakan. Seseorang yang menyampaikan pesan diharuskan untuk memiliki kepercayaan (*trustworthiness*) dari penerima pesan, kepakaran (*expertise*), disukai oleh komunikan, mempunyai kesamaan, hingga kredibilitas. Kegiatan mereka juga turut dipengaruhi oleh kualitas isi pesan seperti menimbulkan kecemasan, menghasilkan renungan pada pesan yang disampaikan, dan tendensi adanya kebenaran satu sisi pada pesan yang mereka sampaikan.

Dalam komunikasi, terdapat beberapa jenis pada penerapannya (Maulana & Gumelar, 2013). Yang pertama yaitu komunikasi asertif. Komunikasi ini diartikan sebagai pola komunikasi lugas yang disampaikan tanpa adanya unsur menyinggung baik secara verbal maupun non verbal. Selanjutnya adalah komunikasi pasif. Komunikasi ini sifatnya satu arah dan tanpa ada umpan balik yang optimal. Yang terakhir ialah komunikasi jenis agresif. Komunikasi agresif banyak berkaitan dengan pola atau bentuk komunikasi secara lugas dan tegas disertai adanya kegiatan agresivitas baik itu verbal maupun non verbal. Kegiatan persuasi termasuk pada jenis komunikasi asertif, dimana terdapat sebuah cara seperti ajakan yang lugas tanpa disertai agresivitas baik itu verbal maupun non verbal. Para *affiliator* juga banyak menggunakan teknik ini dalam praktik mereka untuk menarik minat korban platform *binary option* agar mau menginvestasikan modalnya.

Perkembangan teknik berkomunikasi ini juga banyak dipengaruhi oleh perkembangan bahasa seseorang. Bahasa adalah salah satu bentuk komunikasi (Santrock, 2011). Bahasa terdiri dari susunan kata-kata dan regulasi dalam memvariasikan dan mengelompokkannya. Sehingga, ketika itu terjadi maka seseorang akan menggunakan teknik itu sebagai tata bahasa mereka dalam berkomunikasi. Sistem bahasa terdiri dari *phonology*, *morphology*, *syntax*, *semantics*, dan *pragmatics*. *Phonology* adalah bunyi dasar, ketika sesuatu itu kemudian menjadi sebuah informasi awal yang manusia terima. Kemudian terdapat *morphology*. Tahapan sistem ini memiliki arti pada padanan murni suatu kata tanpa terdapat imbuhan sama sekali. Biasanya manusia akan mengartikan ini selayaknya kata yang berdiri sendiri atau morfologi. Lalu tahapan yang ketiga adalah *syntax*, dimana pada tahapan ini manusia berusaha untuk menggabungkan padanan kata dan kosa kata yang telah mereka kenal sebelumnya untuk berinteraksi dengan orang lain. Yang keempat adalah *semantics*. *Semantics* disini menekankan pada arti suatu kata, selayaknya majas yang digunakan oleh manusia. Lalu yang terakhir yaitu *pragmatics*. *Pragmatics* sifatnya sangat kompleks, ia digunakan berdasarkan situasi dan kondisi ketika kita berinteraksi. Pada tahapan ini, manusia handal terkait penyusunan dan penggunaan kata dalam berkomunikasi.

4. Simpulan

Binary option merupakan jenis opsi eksotis finansial dimana penggunaannya dapat memperoleh keuntungan melalui prediksi mereka terhadap suatu aset yang mereka pilih. Mereka akan mendapatkan keuntungan dari modal yang telah mereka tanamkan ketika prediksi mereka benar. Disamping itu, *binary option* bukanlah sebuah platform investasi pasar modal dengan teknik *trading* yang sebenarnya, dikarenakan dalam praktiknya tidak terdapat aset atau komoditas yang benar-benar diperjualbelikan (Zaenudin dkk, 2022). Hal ini juga terbukti bahwa *binary option* tidak memiliki kejelasan dan izin tertulis dari Bapebti dan SWI selaku pengawas serta pemberi regulasi langsung terkait investasi oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia.

Peran *affiliator* juga turut mengaktifkan persebaran investasi bodong ini secara masif di tengah masyarakat yang dinilai kurang akan literasi keuangannya. Literasi keuangan dianggap sangat penting dan genting di tengah polemik banyaknya jenis investasi yang terlihat menggiurkan dengan keuntungan yang besar. Tingkat kualitas literasi keuangan memiliki dampak yang cukup signifikan dalam menghasilkan manfaat untuk masyarakat dalam memutuskan jenis investasi yang akan mereka pilih dan gunakan. Hal ini juga didukung penuh terkait keputusan keuangan keluarga di masa yang akan mendatang seperti perencanaan keuangan investasi, manajemen kredit, asuransi, hingga dana pensiun.

Affiliator binary option menggunakan strategi mereka sendiri dalam menentukan risiko terkait produk yang mereka pasarkan demi meraih keuntungan yang sesungguhnya. Mereka menggunakan berbagai teknik-teknik licik dalam hal persuasi untuk menipu calon korban *binary option*. Persuasi adalah serangkaian kegiatan yang berisikan teknik-teknik tertentu yang berorientasi dalam memodifikasi perilaku dan merubah sikap seseorang (Hanurawan, 2015). Persuasi memiliki komponen dan aspek tertentu supaya efektif dalam penerapannya. Teknik yang mereka gunakan antara lain yaitu melakukan kegiatan *flexing* hingga membuka kelas kursus *trading binary option* dengan iming-iming agar mendapatkan keuntungan yang besar sehingga bisa sama suksesnya seperti para *affiliator* tersebut.

Pada penggunaan motif persuasi seseorang, juga banyak dipengaruhi secara signifikan oleh tahapan perkembangan bahasa. Bahasa merupakan suatu bentuk cara berinteraksi dan berkomunikasi seseorang. Seseorang akan mengalami tahapan perkembangan bahasa yang meliputi *phonology*, *morphology*, *syntax*, *semantics*, dan *pragmatics*. Bahasa ini kemudian menjadi sebuah pondasi utama seseorang utamanya *affiliator* dalam mendukung motif persuasi mereka. Komunikasi ini terintegrasi dan saling menyatu hingga terbentuk berbagai pola, sehingga seorang *affiliator* dapat menggunakan bahasa mereka sebagai kendaraan interaksi untuk mengikat konsumen dan korban penipuan *binary option*.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan edukasi lebih lanjut terkait adanya indikasi penggunaan motif persuasi pada seseorang dalam hal negatif yang salah satunya yaitu penipuan investasi bodong pada fenomena *binary option*. Penulis berharap, dengan adanya penelitian ini, masyarakat Indonesia menjadi lebih bijak dalam mengambil keputusan investasi mereka terutama dalam memahami kebenaran representasi seorang *promotor* suatu lembaga dari sudut psikologi. Diharapkan, penelitian ini juga dapat dikembangkan lebih lanjut terkait dengan metode dan objek kajian kedepannya, supaya dapat menghasilkan manfaat yang lebih jauh dan banyak.

Daftar Rujukan

- Duffy, D. L. (2005). Affiliate marketing and its impact on e-commerce. *Journal of Consumer Marketing*, 22(3), 161-163. <https://doi.org/10.1108/07363760510595986>
- Hanurawan, F. (2015). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar* (A. Wardan (ed.); 3rd ed.). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Jayani, D. (2021). *Penetrasi Internet Indonesia Meningkat saat Pandemi Covid-19*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/06/penetrasi-internet-indonesia-meningkat-saat-pandemi-covid-19>
- Kartiningrum, E. D. (2015). *PANDUAN PENYUSUNAN STUDI LITERATUR DISUSUN OLEH: EKA DIAH KARTININGRUM, MKes MOJOKERTO 2015*. 1-9.

- Kolková, A., & Lenertová, L. (2017). Binary Options as a Modern Fenomenon of Financial Business. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 4(1), 52–59. <https://doi.org/10.1515/ijek.2016-0004>
- LP2MUMA. (2021). *MENGENAL DESK RESEARCH : DEFINISI, TIPS BESERTA CONTOH*. LP2M Universitas Medan Area. <https://lp2m.uma.ac.id/2021/12/22/mengenal-desk-research-definisi-tips-beserta-contoh/>
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. FIP PRESS.
- Ronald. (2021). *Kisah Korban Binary Option: Tergiur Cuan, Tertipu Afiliator*. Merdeka.Com. <https://m.merdeka.com/khas/tergiur-cuan-tertipu-afiliator.html?page=2&page=3>
- Santrock, J. W. (2011). *Educational Psychology* (M. Ryan (ed.); 5th ed.). McGraw Hill Companies.
- Travis, D. (2016). *Desk research: the what, why and how*. Userfocus.Co. <https://www.userfocus.co.uk/articles/desk-research-the-what-why-and-how.html>
- Wahyu Hidayat, W. (2019). *KONSEP DASAR INVESTASI DAN PASAR MODAL* (Fungky (ed.); 1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Zaenudin, F. R., Faridah, H., & Zaenudin, R. (2022). *Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Afiliator Aplikasi Opsi Biner Ilegal Dalam Hukum Pidana Indonesia*. 8(1), 163–174.
- Zaki, M. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 14–23. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.350>