

KONSTRUKSI BAHASA AFILIATOR BINARY OPTION DALAM MENARIK CALON KORBAN INVESTASI

Language Construction of Binary Option Affiliator
in Attracting Potential Investment Victims

Yoga Pradana Wicaksono¹, Wening Sahayu²,
Titis Kusumaningrum Witdaryadi Putri³

¹Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
yoga.pradana@ustjogja.ac.id

²Universitas Negeri Yogyakarta
weningsahayu@uny.ac.id

³Universitas Negeri Yogyakarta
titiskusuma@uny.ac.id

Abstrak: Tulisan ini bertujuan mengungkap penggunaan bahasa oleh afiliator Binary Option dalam menjebak calon korban. Sebagian besar masyarakat yang tertarik untuk berinvestasi terperdaya karena konten Youtube yang telah dikemas sedemikian rupa oleh pelaku sehingga tampak menakutkan. Konten yang dibuat tidak secara eksplisit mengajak masyarakat untuk ikut bergabung, tetapi justru korban semakin bertambah dan kerugian semakin besar. Bahasa yang digunakan oleh afiliator dalam menjerat banyak korban menjadi menarik untuk ditelusuri. Pengumpulan data diperoleh dari sumber Youtube para afiliator Binary Option. Dengan menggunakan metode analisis wacana kritis diperoleh kesimpulan bahwa para afiliator Binary Option menggunakan konstruksi bahasa, seperti flexing atau gaya pamer dan sombong; bahasa edukasi atau gaya bahasa seperti seorang mentor yang ahli di bidangnya; dan bahasa berbagi atau gaya bahasa yang menampilkan kedermawanan dalam diri yang bersangkutan.

Kata Kunci: afiliator, Binary Option, investasi, flexing

Abstract: This paper aims to reveal the use of language by Binary Option affiliates in trapping potential victims. Most people who are interested in making investments are deceived because Youtube content has been packaged by the perpetrators so that it looks convincing. The content created does not explicitly invite the public to join in, instead the victims are increasing and the losses are getting bigger. The language used by the affiliate in ensnaring many victims is interesting for reading. Data collection was obtained from Youtube sources for Binary Option affiliates. By using the critical insight analysis method, it can be concluded that Binary Option affiliates use language constructions such as flexing or use a show-off and arrogant style, educational language constructions or language styles such as a mentor who is an expert in their field, and sharing language or language styles that display generosity in themselves. concerned.

Keywords: affiliate, Binary Option, investment, flexing

PENDAHULUAN

Binary Option beberapa waktu lalu begitu populer di kalangan masyarakat. Kepopuleran tersebut diperoleh karena terbongkarnya skandal kecurangan yang dilakukan oleh afiliator Binary Option. Tidak tanggung-tanggung, afiliator mampu mengantongi keuntungan sampai dengan lebih dari 70% dari kerugian masyarakat yang mengikuti Binary Option. Maka, tidak mengherankan ketika seorang afiliator mampu hidup bergelimpangan harta.

Kasus ini menyeruak setelah salah satu mantan afiliator Binary Option “membuka suara” atas kecurangan yang terjadi dalam judi *online* berkedok tra-

ding tersebut. Diungkapkan bahwa afiliator menikmati keuntungan dari anggota yang berhasil direkrut. Bahkan, tidak jarang para afiliator memberikan edukasi *trading* Binary Option kepada para pengikut yang justru menjerumuskan mereka.

Binary Option merupakan laman yang dipandang mampu melipatgandakan deposit yang dijual-belikan oleh pengguna. Caranya ialah pengguna hanya perlu membaca *candlestick*, apakah ia naik atau turun dalam jangka waktu tertentu. Apabila *trader* mampu membaca dengan tepat, deposit yang dijual-belikan akan dilipatgandakan kurang lebih sebesar 80% dari modal. Namun, apabila *trader* salah membaca *candlestick*, ia akan kehilangan 100% modalnya. Masyarakat awam akan menganggap *trading* seperti itu tidak susah karena hanya menjawab dua kemungkinan, yaitu naik atau turun.

Pandemi Covid-19 yang tidak kunjung berakhir menyebabkan banyak masyarakat yang kehilangan mata pencaharian. Kehidupan yang harus terus berlanjut memotivasi masyarakat untuk mencari alternatif dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Keadaan yang serba sulit dan keuangan yang semakin menipis menyebabkan banyak masyarakat terjerumus pada “jerat” *trading* Binary Option. Iming-iming kaya secara instan tanpa perlu kerja keras dengan hanya bermodalkan kemampuan membaca *candlestick* semakin memancing masyarakat untuk semakin terjerumus pada judi *online* yang berkedok *trading* tersebut.

Gencarnya iklan dan promosi yang dilakukan oleh para *influencer* menyebabkan semakin bertambahnya akun pengguna Binari Opion. Selain candu yang akan dihadapi, masyarakat semakin termotivasi menjadi anggota karena perilaku *flexing* yang ditunjukkan oleh para afiliator. Mereka hidup bergelimang harta yang seolah-olah berasal dari *trading online* sehingga hidup seperti itu menjadi impian dan target para anggota *trading*.

Melalui akun Youtube, para afiliator tidak sedikit yang memberikan edukasi ataupun kelas *trading* berbayar dengan tujuan memberikan kursus untuk dapat menghasilkan *profit* konsisten dengan meminimalkan kerugian. Dalam kelas yang diselenggarakan, baik secara gratis maupun berbayar, ditunjukkan kemampuan afiliator dalam menganalisis pergerakan harga pasar sehingga dapat menerapkan pola, strategi, teknik, dan indikator untuk memperoleh profit maksimal. Berbagai hal yang telah diterapkan di dalam bursa pasar tersebut mampu dieksekusi dengan sempurna oleh afiliator sehingga *open* posisi yang dilakukan sangat minim kegagalan. Selain itu, edukasi yang paling sering disampaikan adalah kemampuan manajemen keuangan dan menjaga psikologi diri yang harus dimiliki oleh seorang trader agar tidak merugi akibat keserakahan dari dalam dirinya.

Kelas *trading*/edukasi yang sering diunggah di Youtube membawa pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat. Kemudahan dalam menghasilkan uang menggelitik setiap pemirsa untuk mencoba mengikuti dan menerapkan pembelajaran yang telah disampaikan di dalam konten Youtube tersebut. Meskipun pada praktiknya banyak yang merugi, hal itu tidak menurunkan minat setiap anggota untuk terus mencoba menaklukkan Binary Option. Edukasi yang sering disampaikan afiliator “menggelapkan mata” setiap anggota. Mereka percaya bahwa kegagalan tersebut merupakan sebuah proses yang memang harus dilalui.

Tipu daya dan bahasa motivasi yang selalu disampaikan afiliator menyebabkan semakin bertambahnya jumlah masyarakat yang terjerumus dalam judi

berkedok *trading* tersebut. Kerugian yang selalu dialami anggota selalu dikaitkan dengan kondisi ketidakmampuannya dalam manajemen keuangan dan kontrol diri pada saat *open* posisi harga. Bahasa yang digunakan afiliator dalam setiap konten Youtubenya selalu menekankan bahwa kegagalan yang dialami pengguna merupakan kesalahan pribadi, bukan karena adanya unsur kecurangan oleh *broker* Binary Option.

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk saling berinteraksi. Lebih dari itu, bahasa dapat digunakan untuk memengaruhi orang lain sehingga lawan bicara melakukan seperti yang diharapkan pembicara, tidak peduli pengaruh yang diberikan dengan tujuan untuk membohongi, menipu, atau mencurangi. Kebohongan dalam berbahasa, disebutkan Dor (2017), memberikan kontribusi yang besar dalam evolusi bahasa. Kebohongan menyebabkan bahasa berevolusi ke dalam bentuk yang rumit dan kompleks. Tanpa kebohongan, bahasa atau linguistik akan hadir dalam bentuk yang sederhana.

Untuk dapat lebih meyakinkan, kebohongan yang dilakukan bukan tanpa persiapan. Diperlukan manipulasi bahasa yang berfungsi sebagai alat untuk menyesatkan publik (Walker, dkk., 2021). Manipulasi tersebut berupa penggunaan berbagai strategi dan deskripsi rinci untuk memperkuat kebohongan yang dilakukan. Apabila ditujukan untuk penipuan, keterlibatan sumber daya kognitif dan emosi sangat diperlukan (Singh & Chakravarty, 2021) karena penipuan mengharapkan sebuah keberhasilan dalam memperdaya calon korban untuk merampas sumber daya yang dibutuhkan.

Merebaknya virus Korona memicu maraknya aksi kejahatan, terutama penipuan dalam dunia maya. Berdasarkan laporan, lebih dari 4,7 juta Euro uang masyarakat hilang akibat aktivitas *scam* selama pandemi Korona (Lu, 2020). Penipuan banyak menargetkan masyarakat yang aktivitasnya terkendala selama pandemi. Demi memenuhi berbagai kebutuhan, masyarakat akan melakukan berbagai upaya untuk dapat tetap memproduksi dan melipatgandakan penghasilan yang dimiliki.

Binary Option dipandang sebagai solusi masalah keuangan selama pandemi Korona karena kemampuannya untuk melipatgandakan modal. Masyarakat banyak menganggap bahwa platform tersebut merupakan bentuk *trading* versi baru yang lebih mudah, yakni dengan menebak naik-turunnya harga. Padahal, laman tersebut tak ubahnya mesin judi manipulatif. Kemampuannya dalam memperdaya banyak pengguna, disebutkan Chen, Chen, & Ma (2021), memang menjadi kekuatan utama penipuan saat ini, yakni mampu membangun kepercayaan pengguna untuk terus-menerus menandatangani dananya hingga tidak tersisa.

Tren Binary Option, selain berasal dari iklan yang masif, juga dari para *influencer* yang mempromosikan laman judi berkedok *trading* tersebut. *Influencer* yang selanjutnya dapat disebut sebagai afiliator berupaya dengan berbagai tipu daya menggaet calon pengguna supaya ikut bergabung dan berpartisipasi dalam laman tersebut menggunakan tautan afiliasi yang telah diberikan. Tautan afiliasi memberikan keuntungan kepada afiliator yang berhasil menggaet setiap pengguna sebesar 70 s.d. 80% dari total kekalahan yang dialami pengguna dan 20% apabila pengguna mendapatkan *profit*. Besarnya kompensasi yang diperoleh membuat afiliator berupaya keras untuk mendapatkan pengguna

sebanyak-banyaknya.

Upaya dalam mencari pengguna baru sebagian besar dilakukan melalui media sosial. Media sosial berkontribusi terhadap penyebaran informasi bias, salah, dan dengan cepat menargetkan populasi tertentu (Balestrucci, De Nicola, Petrocchi, & Trubiani, 2021). Instagram, Tiktok, Youtube menjadi media yang umum digunakan untuk melancarkan aksi mereka. Youtube digunakan sebagai tumpuan untuk mendapatkan calon korban sebanyak-banyaknya. Modus kejahatan yang dilakukan adalah dengan memberikan edukasi, motivasi, atau *flexing* kepada masyarakat sehingga muncul kesan bahwa mereka berhasil sukses dalam Binary Option. Padahal, tujuan sebenarnya adalah supaya para pengguna mengalami kerugian sehingga mereka dapat mengeruk 70—80% dari total kerugian untuk setiap pengguna.

Edukasi yang berisi pembodohan dan menjerumuskan telah didesain sedemikian rupa sehingga banyak digunakan oleh pengguna laman *trading* sebagai rujukan dan pedoman dalam perdagangan. Pembodohan atau disinformasi yang dilakukan di media sosial, berdasarkan temuan Park dan Rim (2019); Khan, Michalas, dan Akhunzada (2021); Paschalides, dkk. (2021) memberikan dampak yang sangat luas karena efektif untuk menarik perhatian sehingga berimplikasi pada pembelokan sikap, perilaku, dan kepercayaan masyarakat yang menjadi target. Hal ini yang dilakukan oleh para afiliator, yaitu dengan membuat konten edukasi *trading* yang selalu diunggah secara berkala. Lambat laun, konten itu menyita perhatian masyarakat dan tanpa disadari mereka terpicat serta terjermus pada penipuan yang dilakukan afiliator.

Bonet-Jover, Piad-Morffis, Saquete, Martínez-Barco, dan Ángel García-Cumbreras (2021) menjabarkan skema pembodohan yang digunakan di media sosial adalah dengan cara membingungkan masyarakat. Skema ini dilakukan dengan usaha mencampuradukkan informasi benar dan salah. Penggunaan bahasa teknis yang sulit dipahami masyarakat umum dilakukan untuk memperkuat bahwa yang disampaikan adalah benar. Bentuk tersebut yang sering dilakukan oleh para afiliator dalam meperdaya korban dengan dalih edukasi.

Individu yang lebih narsis memiliki peluang lebih tinggi untuk melakukan pembodohan, penipuan, dan pencurian. (O'Reilly dan Doerr, 2020). Hal inilah yang dilakukan individu afiliator yang menunjukkan perilaku narsis dan *flexing* di media sosial. Tujuannya adalah membuat masyarakat “silau” terhadap kemudahan dalam memperoleh kekayaan fantastis. Perilaku tersebut sebagai umpan supaya banyak masyarakat yang terjermus dengan turut bergabung ke Binary Option melalui tautan yang telah disampaikan afiliator.

Motivasi yang keliru dapat menjerumuskan seseorang pada berita dan informasi yang tidak benar, meksipun seseorang tersebut telah waspada atau menaruh kecurigaan sebelumnya (Pennycook dan Rand, 2021). Motivasi dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik merupakan motivasi yang berasal dari dalam diri yang dapat berupa dorongan positif dan dorongan negatif, seperti munculnya perilaku hedonisme, sedangkan motivasi ekstrinsik merupakan dorongan yang berasal dari luar diri yang meyakinkan atau memantapkan seseorang supaya tidak ragu dalam mengambil suatu tindakan atau keputusan (Chang, Hou, Wang, Cui, dan Zhang, 2020).

Motivasi eksternal dapat memengaruhi motivasi internal yang pada akhirnya

akan memengaruhi kemampuan berpikir (psikologis) seseorang (Ryan dan Deci, 2020). Oleh karena itu, seseorang bisa saja tidak menyadari atau bahkan mengabaikan bahwa sebenarnya ia sedang menjadi korban suatu tindak kejahatan atau penipuan. Motivasi telah digunakan sebagai salah satu strategi dalam melancarkan aksi yang dapat merugikan banyak orang. Penipuan dalam *trading* Binary Option tidak sekadar menargetkan seseorang untuk bergabung saja, tetapi juga didesain supaya orang itu semakin termotivasi untuk mendapatkan hasil yang berlimpah.

Perilaku *flexing* atau pamer kekayaan akhir-akhir ini digunakan sebagai bahan untuk konten dalam media sosial. Perilaku *flexing* atau dalam hal ini hedonisme tidak memiliki korelasi terhadap capaian kepuasan hidup seseorang (Joshnloo, 2021). Oleh karena itu, perilaku yang ditunjukkan di media sosial bukan bertujuan untuk menunjukkan kebahagiaan yang telah diraih, melainkan untuk mendapatkan respons dan atensi masyarakat luas demi memperoleh status dan penghargaan sosial (Bakti, Anismar, dan Amin, 2020). Status dan penghargaan yang diperoleh akan memudahkan seseorang dalam memengaruhi kalayak ramai demi kepentingan pribadi.

Tulisan ini mencoba mengungkapkan bahasa yang digunakan afiliator dalam mencari anggota baru dalam *trading* Binary Option. Bahasa yang digunakan dapat dikategorikan berpotensi memengaruhi anggota untuk terus memasukkan deposit dan menjalankan aktivitas judi berkedok *trading* tersebut. Banyaknya korban dari berbagai kalangan dan masifnya kerugian yang ditimbulkan serta ketidaksadaran masyarakat menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan dengan luar biasa mampu memengaruhi masyarakat. Tanpa pengakuan dari mantan afiliator akan kecurangan yang terjadi dalam Binary Option, banyak orang yang masih belum menyadari bahwa mereka telah menjadi korban investasi bodong berkedok *trading* itu.

METODE

Kajian wacana ini menggunakan metode dekriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan bentuk konstruksi bahasa yang digunakan afiliator Binary Option dalam mencari korban. Metode kualitatif digunakan untuk mencari dan menjelaskan karakteristik bentuk ujaran yang selanjutnya akan dikelompokkan sesuai dengan jenis konstruksi bahasa yang sesuai.

Penyediaan data dalam kajian ini dilakukan dengan menggunakan dua tahap. Pertama adalah dengan cara melakukan pengamatan terhadap beberapa saluran Youtube afiliator Binary Option yang digunakan sebagai sarana promosi laman judi berkedok *trading* tersebut. Pengamatan terhadap saluran Youtube tersebut dilakukan dari tahun 2019 sampai dengan 2021. Kedua adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada para korban yang sebelumnya telah bergabung dalam grup telegram "Paguyuban Korban Afiliator Binary Option". Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada tahun 2022 setelah Binary Option terbukti di pengadilan sebagai investasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Analisis data telah mulai dilakukan sejak penggalan informasi. Data diidentifikasi dan diklasifikasikan sesuai dengan satuan lingual yang berbentuk ujaran berupa strategi yang digunakan untuk memperdaya calon korban. Selanjutnya, data diinterpretasikan dengan cara mengeksplorasi kemungkinan dampak yang

terjadi sebagai akibat penggunaan ujaran yang disampaikan afiliator. Lebih lanjut, interpretasi data juga dilakukan dengan cara membandingkan dan menghubungkan data dari berbagai sumber sehingga diperoleh simpulan yang lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Binary Option tidak memenuhi legalitas operasional oleh Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti) sehingga keberadaannya selalu diblokir oleh pemerintah. Tidak terdapatnya barang atau jasa yang diperjual-belikan di dalamnya menjadi indikasi bahwa transaksi yang dilakukan adalah bentuk investasi bodong. Meskipun demikian, keberadaannya masih saja dicari dan diakses oleh masyarakat yang berharap memperoleh hasil maksimal secara instan. Adanya risiko yang tinggi berupa potensi kehilangan modal dalam waktu yang singkat tidak menurunkan animo masyarakat yang tertarik. Dari waktu ke waktu, jumlah orang yang mengakses justru semakin tinggi meskipun keberadaannya telah dilarang oleh pemerintah. Agaknya, iklan yang masif dan afiliator yang tidak henti membuat konten promosi di berbagai media menjadikan Binary Option tetap tampak menjanjikan.

Konten pamer kekayaan (*flexing*) yang seolah-oleh berasal dari hasil *trading* Binary Option selalu ditunjukkan oleh para afiliator. Tujuannya adalah untuk meyakinkan dan mengajak lebih banyak masyarakat untuk bergabung. Semakin banyak masyarakat yang bergabung, semakin banyak pula peluang afiliator memperoleh pundi-pundi penghasilan. Sebagai besar pendapatan afiliator diperoleh dari deposit pengguna yang mengalami kekalahan. Sekitar 70—80% deposit pengguna itu akan masuk ke rekening afiliator, sedangkan sisanya akan masuk ke rekening broker penyedia layanan. Hal ini yang membuat afiliator selalu bersemangat untuk mempromosikan Binary Option. Berbagai cara, teknik, dan strategi dilakukan demi memperoleh anggota baru yang bergabung melalui tautan afiliasi mereka.

Selain konten pamer kekayaan, hal yang tak kalah menarik adalah penggunaan bahasa sebagai strategi dalam mengajak masyarakat untuk bergabung. Bahasa yang digunakan tidak berbentuk persuasif supaya menimbulkan kesan bahwa masyarakat yang ikut bergabung atas kehendak dan kesadaran sendiri tanpa paksaan dari manapun. Meskipun tidak secara eksplisit mengajak, ujaran yang digunakan mampu memperdaya calon korban untuk bergabung dan secara terus-menerus menandatangani harta benda yang dimilikinya.

Terdapat pola dan strategi serupa yang digunakan oleh tiap-tiap afiliator Binary Option dalam menjerat calon korban. Afiliator yang tersebar dalam berbagai varian Binary Option ini menggunakan strategi edukasi, *flexing*, dan strategi berbagi. Pola-pola tersebut dikonstruksikan dalam bentuk ujaran yang dapat dijumpai dalam saluran Youtube tiap-tiap afiliator. Berbagai kreasi bahasa yang digunakan untuk mencari calon korban tersebut nampak pada uraian sebagai berikut.

Strategi Memberikan Edukasi

Sebagian besar konten Youtube afiliator berisi edukasi kepada masyarakat tentang cara *trading* yang baik dan benar. Dalam hal ini, afiliator menunjukkan

penguasaannya terhadap berbagai teknik perdagangan. Setiap transaksi yang dilakukan, akurasi mencapai 90%, atau dengan kata lain afiliator jarang menemui hambatan yang menyebabkan kerugian. Untuk lebih meyakinkan, saldo yang ditransaksikan mencapai jumlah fantastis.

Selanjutnya, afiliator akan mencampuradukkan berbagai informasi teknis yang biasanya terdapat dalam dunia *trading*. Tujuannya adalah mempertegas bahwa afiliator memiliki kapasitas yang tidak perlu diragukan lagi. Strategi ini cukup ampuh membuat masyarakat terpedaya dan tanpa ragu akan mengikuti setiap arahan yang diberikan afiliator.

Pemberian edukasi *trading* kepada masyarakat digunakan sebagai dalih apabila terjadi permasalahan di kemudian hari. Masyarakat yang mengalami kerugian dianggap karena belum menguasai atau salah dalam menerapkan berbagai teknik yang telah diajarkan. Dengan demikian, korban akan terpacu lagi untuk mempelajari teknik dan strategi yang diajarkan. Tentunya, ia juga akan menambah depositnya. Selain itu, pada setiap tayangan edukasi di Youtube afiliator didesain agar masyarakat mengikuti semua anjuran yang disampaikan afiliator. Dengan begitu, afiliator akan lebih mudah mengurus saldo yang dimiliki setiap anggota yang bergabung. Sebagian besar pakar menyebutkan bahwa strategi yang digunakan tersebut merupakan strategi pencucian otak karena menanamkan dasar informasi yang salah dan merugikan. Bentuk konstruksi atau gaya bahasa yang digunakan dalam edukasi *trading* ini adalah sebagai berikut.

- a) *Candlestick morubozu memberikan sinyal bahwa harga sedang kuat naik, maka daripada itu kita open posisi buy selama 3 menit untuk memperoleh profit yang maksimal.*
- b) *Candlestick tidak mungkin akan kuat naik atau turun secara terus menerus. Oleh sebab itu, kalau kita salah dalam memprediksi harga, maka kita kompensasi harga sebesar 2,5 s.d. 3 kali lipat dari loss untuk mengkover kerugian tersebut.*
- c) *Saldo awal yang aman digunakan untuk trading adalah 50 juta sehingga psikologis kita akan terjaga.*
- d) *Jangan tamak dalam mencari profit. Satu hari cukup profit 1% dari modal yang kita miliki. 1% tersebut akan bernilai besar apabila modal yang kita masukkan juga besar.*
- e) *Kondisi pasar sedang cenderung downtrend. Inilah waktu yang tepat untuk open posisi atas.*
- f) *Kalau kondisi pasar uptrend, carilah momen untuk open posisi sell.*
- g) *Apabila muncul candle doji pada market uptrend maka itu merupakan sinyal pembalikan arah harga. Demikian juga sebaliknya.*
- h) *Hukum supply and demand. Kalau sudah banyak orang yang menjual maka akan ada waktunya untuk membeli.*
- i) *Kalau sudah banyak candle merah-merah, maka selanjutnya pilih saja candle hijau.*
- j) *Binary Option mampu memberikan profit konsisten sebesar 1% setiap harinya, sedangkan deposito cuma memberikan keuntungan sebesar 2 s.d. 3%, itu saja per tahun.*
- k) *Indikator dasar yang harus dikuasai dalam mampu menentukan titik support*

dan resistance, sehingga tau di mana titik jenuh suatu harga.
l) *Strategi termudah dalam trading itu adalah follow the trend.*

Penggunaan bahasa teknis dengan asumsi untuk menunjukkan kepakaran, keahlian, dan penguasaan dengan tujuan mengelabui korban nampak dalam data (a), (b), (e), (f), (g), (h), (i), dan (k). Data (a) terdapat penggunaan frasa *candlestick morubozu* dan data (b) penggunaan frasa *candlestick*. *Candlestick* digunakan untuk menggantikan istilah grafik batang yang dalam hal ini diwakili dengan warna merah dan hijau. *Morubozu* merujuk pada istilah grafik batang yang terbentuk sempurna yang diartikan menunjukkan kekuatan momentum sehingga kemungkinan terjadinya *bearish* atau *bullish* sangat besar (Joni, Gultom, & Arif, 2010; June, June, June, & June, 2017). Padahal, peluang terjadinya *bearish* atau *bullish* akan besar apabila *trading* dilakukan bukan dalam jangka waktu yang singkat, seperti pada Binary Options.

Penggunaan istilah tidak umum seperti *downtrend*, *uptrend*, *candle doji*, *supply and demand*, *support and resistance*, dan *follow the trend* juga ditunjukkan pada data (e) (f) (g) (h), (k) dan (l). *Downtrend* merupakan peristiwa turunnya harga setelah mengalami kenaikan, sedangkan *uptrend* adalah sebaliknya. Penggunaan kedua istilah tersebut biasanya akan disertai dengan istilah-istilah teknis lainnya. Misalnya,

Terjadinya peristiwa downtrend/uptrend biasanya ditandai dengan adanya sideways baik itu pendek ataupun panjang dalam kurun waktu tertentu. Untuk mengetahui sideways, sebelumnya kita harus tau di mana letak support dan resistannya, sehingga apabila candle menembus garis support/resistance berarti kemungkinan besar trend baru akan terbentuk. Jangan lupa, harus menunggu candle konfirmasi sebelum open posisi. Candle konfirmasi ini salah satunya ditandai dengan munculnya candle doji yang berarti ada perlawanan kuat dari buyer/seller.

Berbagai istilah teknis tersebut digunakan untuk mempertegas bahwa *trader* afiliator memiliki pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan teknikal yang tinggi dalam menganalisis dan memprediksi pergerakan harga pasar. Kepiawaian dalam memainkan istilah-istilah teknis tersebut menimbulkan persepsi bahwa afiliator sudah sangat familiar dengan berbagai pergerakan harga pasar sehingga tahu kapan harus *open* posisi, *buy*, atau *sell* tepat sesuai dengan waktunya. Masyarakat yang terpedaya akan menjadikan edukasi *trading* tersebut sebagai pedoman atau rujukan dalam melakukan transaksi.

Dirangkum dari kanal detik.com (Ramadhan, 2022), afiliator Binary Option tidak memiliki kompetensi *trading* seperti yang selalu ditunjukkan dalam kanal Youtubenya masing-masing. Afiliator layaknya *trader* awam yang justru selalu mengalami kekalahan dalam melakukan transaksi, misalnya dalam kripto. Hal ini tentunya kontras dengan pencitraan yang selama ini dibangun yang seolah mampu memprediksi pergerakan harga pasar. Edukasi yang selalu diberikan ternyata tidak valid digunakan dalam *trading* yang sebenarnya. Dari hal ini, jelas terlihat bahwa edukasi *trading* yang dilakukan afiliator digunakan hanya untuk membangun pencitraan dengan harapan dapat memengaruhi sebanyak mungkin masyarakat yang masih awam dalam dunia *trading*.

Terdapat dugaan bahwa kanal edukasi *trading* oleh afiliator sengaja diba-

ngun dengan tujuan untuk mengarahkan anggota pada kekalahan. Hal ini berdasar pada perbandingan bagi hasil yang diperoleh afiliator, yaitu 70 s.d. 80% keuntungan jika anggota kalah dan hanya 20 s.d. 30% jika anggota menang (Noviandi & Yasir, 2022). Data (c), (d), dan (j) mengarahkan anggota supaya men-depositkan dana dengan jumlah yang besar dalam akun *trading*. Dalih yang digunakan adalah supaya psikologis *trader* tidak terganggu saat mengalami *loss*. Afiliator juga mengatakan 1% dari jumlah saldo yang besar, hasilnya juga besar. Selain itu, dengan dana yang besar, anggota memiliki kekuatan finansial untuk menutupi kekalahan yang terjadi.

Data (2) meminta anggota untuk menggunakan strategi penggandaan (*martingle*) untuk menutupi setiap kekalahan. Misalnya, *loss* pada *open* posisi pertama harus ditutup dengan *open* posisi berikutnya dengan perhitungan 2,5—3 kali lipat dari *loss* pertama. Padahal, dengan menggunakan strategi tersebut, tingkat risiko yang dihadapi semakin tinggi dan berpotensi menghabiskan saldo besar dalam hitungan menit (Nugroho, 2016). Tentu strategi ini berbahaya diterapkan oleh mereka yang masih awam dalam dunia *trading* karena dapat menghabiskan seluruh saldo yang dimiliki.

Strategi Flexing

Para afiliator Binary Option selalu menunjukkan kemewahan (*flexing*) dalam kanal Youtube masing-masing. Rumah mewah, mobil berharga miliaran, dan aksesoris dengan harga fantastis selalu dijadikan konten yang seolah-oleh merupakan hasil *trading*. Strategi ini digunakan untuk menjerat lebih banyak calon korban yang diarahkan bergabung melalui tautan yang telah disediakan. Bentuk-bentuk ujaran *flexing* yang ditemukan adalah sebagai berikut.

- a) *Pajak gue keknya bisa buat beli rumah ni.*
- b) *Satu miliar? Wah, murah banget!*
- c) *Hari ini pengen jajan mobil ni.*
- d) *Karena gak ada kerjaan, iseng aja ni beli Supra (2,7 M).*
- e) *Bang, bungkus aja bang cuma 15 M aja.*
- f) *Sharing untuk mengenai harga liburan sebenarnya bukan ke pamer, sih, tapi lebih ke sharing.*
- g) *Saat ini saya dikaruniai rezeki untuk bisa membeli jam tangan ini. Jam tangan ini harganya bukan 100, 200, 300, 400 juta, tapi saya beli harganya 700 lebih.*
- h) *... terus kita juga akan beli tv, guys, ya? Tv yang 8K ajalah ya.*

Semakin besar penghasilan seseorang, semakin tinggi pula jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Data (a) menunjukkan besarnya pajak yang harus dibayarkan. Jumlah nominal sekali pembayaran pajak setara dengan harga sebuah rumah, yaitu ratusan bahkan miliaran rupiah. Meskipun jumlah yang harus disetorkan sangat besar, si wajib pajak tidak merasa risau. Penggunaan kalimat yang santai pada data (a) seakan ingin menunjukkan bahwa penghasilan yang dapat diraih sangat besar sehingga jumlah tagihan yang harus dibayarkan bukan permasalahan besar.

Satu miliar bukan jumlah yang sedikit bagi mayoritas masyarakat Indonesia. Hanya masyarakat kalangan tertentu yang berpenghasilan miliaran. Meskipun

tidak secara eksplisit menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari hasil *trading*, ujaran pada data (b) mempertegas pernyataan bahwa kehidupan afiliator berubah setelah mengenal *trading* Binary Option. Semula, angka miliaran merupakan jumlah yang mustahil dimiliki, tetapi dengan *trading* angka tersebut bukan jumlah yang berarti.

Konten pameran kekayaan yang dilakukan oleh para afiliator Binary Option juga ditunjukkan pada data (c). Mobil merupakan barang mewah yang tidak dimiliki setiap orang. Namun, data tersebut seakan ingin menunjukkan gaya *hedonisme* dengan menggunakan gaya bahasa hiperbola. Tujuannya tentu ingin membuktikan bahwa dirinya kaya raya. Kekayaan yang dimiliki membuatnya mampu mendapatkan berbagai hal dengan mudah. Data (c) menempatkan mobil sebagai benda yang murah untuk dibeli. Kata *jajan* biasa digunakan untuk membeli kue atau penganan yang kisaran harganya ribuan rupiah. Namun, dalam konteks ini, kata *jajan* digunakan untuk membeli mobil yang harganya tidak murah. Data (c) ingin menunjukkan dan mempertegas bahwa yang bersangkutan memiliki harta yang fantastis. Mobil yang harganya ratusan bahkan miliaran rupiah dianalogikan sebagai kue atau penganan yang harganya “murah meriah”. Selain itu, penggunaan kata *pengen* bermakna bahwa membeli mobil bukan atas dasar kebutuhan, tetapi hanya karena keisengan atau keinginan sesaat.

Flexing pada data (d) menyerupai data (c). Barang-barang dengan harga fantastis mampu dibeli atas dasar keisengan semata. Mobil dengan harga 2,7 miliar yang merupakan kendaraan mewah ini dibeli karena tidak ada kegiatan yang dapat dikerjakan. Tentu hal ini sangat kontras dengan kondisi masyarakat Indonesia yang rata-rata berpendapatan level 4,74 juta/bulan (Hakim, 2021). Selanjutnya, penggunaan kata *bungkus* pada data (e) untuk benda dengan harga 15 miliar menunjukkan tidak ada benda yang mahal untuk afiliator. Kata *bungkus* biasa digunakan untuk membalut benda yang harganya cukup murah, biasanya dengan kertas, plastik, atau daun.

Flexing berikutnya ditunjukkan pada data (f) dalam bentuk kegiatan selama berlibur. Selain melakukan berbagai aktivitas di tempat liburan, afiliator juga mengungkapkan harga yang harus dikeluarkan untuk menikmati segala fasilitas yang ada. Dana yang harus dikeluarkan diperinci satu per satu yang pada akhirnya merujuk pada total pengeluaran. Jumlah yang disampaikan tentu bukan jumlah yang mampu dicapai oleh masyarakat umum. Liburan dengan nominal yang besar hanya menjadi angan-angan bagi sebagian orang.

Afiliator Binary Option memosisikan diri sebagai *trader* yang sukses dan bergelimang harta. Masyarakat akan disuguhkan dengan aktivitas mereka dalam menghambur-hamburkan uang. Kebutuhan yang tidak terlalu mendesak seperti jam tangan dan televisi dengan harga yang sangat mahal tetap dibeli seperti yang ditunjukkan pada data (g) dan (h). Sebagai alat penunjuk waktu, umumnya jam tangan dibeli dengan harga ratusan sampai dengan jutaan rupiah, tetapi seorang afiliator mampu membeli dengan harga ratusan juta. Selain itu, pada saat liburan, ia juga membeli televisi televisi keluaran terbaru dengan kualitas tertinggi. Tentu harga televisi itu berkisar puluhan sampai dengan ratusan juta rupiah.

Perilaku konsumtif dan hedonisme menjadi topik yang selalu diangkat oleh para afiliator Binary Option. Benda-benda dengan harga fantastis selalu menjadi incaran untuk dibeli dan dipamerkan dalam konten Youtube mereka. Tujuannya

adalah untuk memikat masyarakat serta menaikkan citra para afiliator di tengah-tengah masyarakat. Dengan demikian, banyak masyarakat yang secara tidak langsung akan terpengaruh dan berusaha mengikuti kegiatan yang mereka lakukan.

Strategi Berbagi

Konten berbagi merupakan strategi untuk menaikkan jumlah pengikut atau pelanggan. Jika jumlah pengikut atau pelanggan meningkat, konten yang berkaitan dengan Binary Option akan semakin diketahui oleh masyarakat luas. Harapannya, masyarakat yang secara terus-menerus melihat promosi Binary Option, lambat laun akan tertarik dan ikut bergabung.

Konten berbagai atau bersedekah menonjolkan sisi kebaikan dan kemanusiaan yang dimiliki para afiliator. Tentu hal ini berbanding terbalik dengan kenyataan bahwa afiliator itu sebenarnya banyak menjerumuskan dan mengambil keuntungan dari kerugian masyarakat yang bergabung dalam *trading*. Untuk menunjukkan kepedulian dan kebaikan hati, afiliator banyak memberikan nasihat supaya rajin dalam berbagi dan memberikan sedekah sehingga rezeki yang diperoleh akan semakin berlimpah. Kenyataannya, hal itu dilakukan untuk mengambil simpati masyarakat supaya beranggapan bahwa sang afiliator merupakan pribadi yang baik dan saleh. Dengan begitu, masyarakat akan semakin mudah diperdaya oleh pelaku. Beberapa ujaran afiliator yang merupakan strategi berbagi adalah sebagai berikut.

- a) *Temen-temen yang sudah subscribe channel ini, maka kalian sudah terwakilkan sedekah dari saya karena sedekah tidak harus diatasnamakan pribadi, guys.*
- b) *Saya punya prinsip, jika saya sukses, yang lain juga harus sukses.*
- c) *Kita sebagai orang yang memiliki rezeki lebih seharusnya kita berbagi kepada mereka yang membutuhkan.*
- d) *Pesan saya, bagi kalian yang sudah profit jangan lupa untuk berbagi dengan sesama. Semakin sering kalian banyak berbagi, profit kalian akan semakin banyak dan rezeki datang terus kepada kalian. Percayalah, tidak ada yang miskin karena memberi.*

Strategi untuk menambah jumlah pengikut atau pelanggan Youtube ditunjukkan pada data (a). Pemilik saluran memengaruhi masyarakat supaya berlangganan karena akan mendapatkan berkah dari sedekah yang juga mengatasnamakan mereka. Masyarakat tentu akan tertarik untuk mengikuti karena hanya dengan menekan tombol berlangganan secara gratis memperoleh manfaat berupa keberkahan. Sedekah yang disalurkan afiliator tersebut menyasar masyarakat kelas bawah, seperti pedagang kaki lima, *driver* ojek *online*, kuli bangunan, dan sebagainya.

Untuk dapat mengikuti sekolah *trading* yang sesungguhnya biasanya dibutuhkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini tentu menjadi kendala masyarakat umum yang tertarik menggeluti dunia *trading*. Namun, afiliator Binary Option justru mengedukasi secara gratis pada saluran Youtube miliknya. Data (b) seakan menunjukkan bahwa afiliator telah sukses dalam dunia *trading* sehingga ber-

niat memberikan edukasi gratis kepada masyarakat. Masyarakat tentu akan tergiur untuk berlangganan karena akan memperoleh edukasi gratis terkait *trading*. Akan tetapi, apa yang disajikan afiliator tersebut ternyata hanya manipulasi agar memikat banyak masyarakat.

Masyarakat semakin bersimpati kepada afiliator karena meskipun telah bergelimang harta, ia tidak lupa dengan sesama. Hal ini ditunjukkan pada data (c) yang menegaskan bahwa yang bersangkutan sangat dermawan kepada sesama. Pendapatan yang diperoleh sebagian diberikan kepada yang membutuhkan dengan harapan agar harta yang dimiliki semakin berkah dan bertambah. Pada data (24), afiliator juga mengajak masyarakat yang telah bergabung ke dalam Binary Option agar selalu menyisakan sebagian *profit* yang diperoleh untuk mereka yang membutuhkan. Kata mutiara yang disampaikan adalah *semakin banyak bersedekah akan berbanding lurus dengan profit yang akan diperoleh. Bersedekah tidak akan membuat berkurang harta yang dimiliki, meskipun loss, akan segera terganti di hari berikutnya*.

SIMPULAN

Binary Option telah “menjerat” dan merugikan banyak masyarakat. Munculnya banyak korban disebabkan oleh banyaknya afiliator yang memperkenalkan dan mempromosikan platform tersebut. Berbagai upaya dan strategi dilakukan para afiliator untuk dapat “menjerat” sebanyak mungkin masyarakat untuk bergabung. Usaha dan strategi tersebut diidentifikasi menjadi tiga macam, yaitu dengan membuat konten edukasi, konten *flexing*, dan konten berbagi. Konten-konten tersebut dimuat di dalam laman Youtube dengan tujuan dapat memikat banyak kalangan sehingga berkenan untuk berlangganan (*subscribe*). Dengan begitu, Youtube akan selalu merekomendasikan video-video yang telah dibuat afiliator kepada pelanggan tersebut sehingga lambat laun masyarakat terpicat untuk ikut bergabung.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti, I. S., Anismar, A., & Amin, K. (2020). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 14(1). <https://doi.org/10.24815/jsu.v14i1.18109>
- Balestrucci, A., De Nicola, R., Petrocchi, M., & Trubiani, C. (2021). A behavioural analysis of credulous Twitter users. *Online Social Networks and Media*, 23, 100133. <https://doi.org/10.1016/J.OSNEM.2021.100133>
- Bonet-Jover, A., Piad-Morffis, A., Saquete, E., Martínez-Barco, P., & Ángel García-Cumbreras, M. (2021). Exploiting discourse structure of traditional digital media to enhance automatic fake news detection. *Expert Systems with Applications*, 169, 114340. <https://doi.org/10.1016/J.ESWA.2020.114340>
- Chang, Y., Hou, R. J., Wang, K., Cui, A. P., & Zhang, C. B. (2020). Effects of intrinsic and extrinsic motivation on social loafing in online travel communities. *Computers in Human Behavior*, 109, 106360. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2020.106360>
- Chen, Y. C., Chen, J. L., & Ma, Y. W. (2021). AI@TSS- Intelligent technical support scam detection system. *Journal of Information Security and Applications*, 61, 102921. <https://doi.org/10.1016/J.JISA.2021.102921>

- Dor, D. (2017). The role of the lie in the evolution of human language. *Language Sciences*, 63, 44–59. <https://doi.org/10.1016/J.LANGSCI.2017.01.001>
- Hakim, H. A. Al. (2021, Juni 17). Pendapatan Orang RI jadi Rp 27 Juta/Bulan di 2045 Berkat UU Cipta Kerja. *Finance.detik.com*. Diambil dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5609969/pendapatan-orang-ri-jadi-rp-27-jutabulan-di-2045-berkat-uu-cipta-kerja>
- Joni, H., Gultom, A. N., & Arif. (2010). *Celah-Celah Profit di Forex Market*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Joshanloo, M. (2021). There is no temporal relationship between hedonic values and life satisfaction: A longitudinal study spanning 13 years. *Journal of Research in Personality*, 93, 104125. <https://doi.org/10.1016/J.JRP.2021.104125>
- June, P., June, J., June, T., & June, C. (2017). Technical Recommendations. *Bloomberg*.
- Khan, T., Michalas, A., & Akhunzada, A. (2021). Fake news outbreak 2021: Can we stop the viral spread? *Journal of Network and Computer Applications*, 190, 103112. <https://doi.org/10.1016/J.JNCA.2021.103112>
- Lu, D. (2020). Scams, lies and online hate. *New Scientist*, 246 (3286), 14. [https://doi.org/10.1016/S0262-4079\(20\)31054-X](https://doi.org/10.1016/S0262-4079(20)31054-X)
- Noviandi, F., & Yasir, M. (2022, Maret 9). Pantas Saja Kaya, Doni Salmanan dapat Untung 80 Persen dari Tiap Kekalahan Member. *Suara.com*, hal. Entertainment. Diambil dari <https://www.suara.com/entertainment/2022/03/09/132741/pantas-saja-kaya-doni-salmanan-dapat-untung-80-persen-dari-tiap-kekalahan-member>
- Nugroho, F. E. (2016). Trading Otomatis Perdagangan Forex Menggunakan Metode Martingale dan Candlestick Sebagai Acuan Transaksi di Exness. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro, dan Ilmu Komputer*, 7(1), 153–162.
- O'Reilly, C. A., & Doerr, B. (2020). Conceit and deceit: Lying, cheating, and stealing among grandiose narcissists. *Personality and Individual Differences*, 154, 109627. <https://doi.org/10.1016/J.PAID.2019.109627>
- Park, K., & Rim, H. (2019). Social media hoaxes, political ideology, and the role of issue confidence. *Telematics and Informatics*, 36, 1–11. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2018.11.001>
- Paschalides, D., Christodoulou, C., Orphanou, K., Andreou, R., Kornilakis, A., Pallis, G., ... Markatos, E. (2021). Check-It: A plugin for detecting fake news on the web. *Online Social Networks and Media*, 25, 100156. <https://doi.org/10.1016/J.OSNEM.2021.100156>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/J.TICS.2021.02.007>
- Ramadhan, A. B. (2022). Polisi: Doni Salmanan Main Kripto Kalah Terus, Kalau Tipu Orang Menang. *news.detik.com*. Diambil dari <https://news.detik.com/berita/d-5997017/polisi-doni-salmanan-main-kripto-kalah-terus-kalau-tipu-orang-menang>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 101860. <https://doi.org/10.1016/J.CEDPSYCH.2020.101860>
- Singh, V., & Chakravarty, S. (2021). Is Deception a Consequence of Emotion?

Disposition, Mood, and Decision Frame. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 95, 101785. <https://doi.org/10.1016/J.SOCEC.2021.101785>
Walker, A. C., Turpin, M. H., Meyers, E. A., Stolz, J. A., Fugelsang, J. A., & Koehler, D. J. (2021). Controlling the narrative: Euphemistic language affects judgments of actions while avoiding perceptions of dishonesty. *Cognition*, 211, 104633. <https://doi.org/10.1016/J.COGNITION.2021.104633>