



Membangun Kepercayaan Komunitas *Crypto* Melalui Komunikasi Interpersonal Digital di *Telegram*

I Made Dwi Pramana^{1*}, I.G.A.A. Dewi Sucitawathi Pinatih², Putu Suparna³, Ratna Devy Winayanti⁴

^{1,2} Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

*Penulis Korespondensi: dwiipramana184@gmail.com

Abstract. *This study aims to explore the patterns of digital interpersonal communication in building customer trust to join the Billionaire Trader crypto education community through the Telegram social media platform. The research was motivated by the widespread occurrence of crypto investment and trading fraud, which has led to declining public trust, making effective communication crucial in restoring confidence. This study employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, in-depth interviews with the community owner, mentors, and members, as well as document analysis. The findings reveal that the digital interpersonal communication pattern applied by mentors, based on the components of the Source Credibility Theory—expertise, trustworthiness, and attractiveness—proves significantly effective in fostering customer trust. Expertise is reflected through accurate market analysis, trustworthiness through transparent interactions, and attractiveness through a personal and responsive communication style. The study concludes that in high-risk environments such as crypto trading, credible digital interpersonal communication serves as a strategic foundation for sustaining community engagement. These findings contribute to the practical management of digital communities and the theoretical development of interpersonal communication in virtual settings.*

Keywords: *Digital Interpersonal Communication; Trust; Telegram; Source Credibility Theory; Crypto Community.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pola komunikasi interpersonal digital dalam membangun kepercayaan pelanggan untuk bergabung dengan komunitas edukasi crypto Billionaire Trader melalui media sosial Telegram. Penelitian ini didahului oleh maraknya penipuan investasi atau trading crypto yang membuat rendahnya kepercayaan masyarakat, sehingga membangun kepercayaan melalui komunikasi yang efektif menjadi krusial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam terhadap pemilik, mentor, dan pelanggan komunitas, serta studi dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi interpersonal digital yang diterapkan mentor dengan menggunakan komponen Teori Kredibilitas Sumber (keahlian, kepercayaan, dan daya Tarik), secara signifikan efektif dalam membangun kepercayaan pelanggan. Keahlian ditunjukkan dengan analisis pasar akurat, kepercayaan melalui transparansi, dan daya Tarik melalui gaya komunikasi personal-responsif. Disimpulkan bahwa dalam lingkungan berisiko tinggi seperti crypto, komunikasi interpersonal digital yang kredibel merupakan fondasi strategis bagi keberlanjutan komunitas. Temuan ini berkontribusi bagi pengelola komunitas digital dan pengembangan teori komunikasi interpersonal di ruang virtual.

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal Digital; Kepercayaan; Telegram; Teori Kredibilitas Sumber; Komunitas Kripto.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi informasi telah merevolusi dunia komunikasi, membuat media sosial menjadi pusat bagi interaksi sosial dan aktivitas komersial (Syakhrani et al., 2024). Terutama dalam bidang yang penuh volatilitas dan risiko tinggi seperti aset kripto, komunitas edukasi memerlukan strategi komunikasi yang tepat sasaran untuk membangun kepercayaan di antara pelanggannya sebagai fondasi penting (Hermawan, 2023). Walaupun investasi kripto di Indonesia telah menarik lebih dari 14 juta investor, data mengungkap defisit dalam literasi dan kepercayaan masyarakat terhadap sumber edukasi (Wahyuni, 2025). Hal ini sering

dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab yang menyebabkan kerugian finansial signifikan dan pengikisan kepercayaan publik (Eka et al., 2024).

Komunikasi interpersonal digital memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan kepercayaan pengguna, terutama dalam komunitas edukasi daring seperti Billionaire Trader yang memanfaatkan Telegram sebagai kanal utama interaksi. Komunikasi dua arah melalui pesan privat dan voice note memungkinkan mentor membangun kedekatan psikologis dan menunjukkan kompetensi dalam bidang kripto (DeVito, 2019; Walther, 2011). Interaksi hangat dalam komunikasi bermediasi komputer mampu meningkatkan kedekatan sosial dan mengurangi jarak interpersonal yang sering muncul dalam percakapan daring (Short et al., 1976). Kredibilitas mentor, yang mencakup aspek keahlian, keandalan, dan karakter, menjadi faktor kunci dalam membentuk kepercayaan calon anggota (Hovland & Weiss, 1951; Metzger & Flanagin, 2013). Namun, tantangan tetap muncul dalam bentuk risiko misinformasi, manipulasi pesan, dan rendahnya kedekatan emosional ketika komunikasi dilakukan secara massal (O'Sullivan, 2020; Lisanda et al., 2023). Untuk mengatasi hal tersebut, mentor perlu menerapkan strategi komunikasi yang selaras dengan Teori Kredibilitas Sumber melalui transparansi, rekam jejak yang terverifikasi, serta konsistensi pesan. Penggunaan format komunikasi variatif seperti voice note, video pendek, dan penjelasan personal dapat memperkuat persepsi keahlian sekaligus meningkatkan keaslian komunikasi, sehingga mendorong kepercayaan calon anggota untuk bergabung dalam program membership komunitas edukasi crypto.

2. KAJIAN TEORITIS

Komunikasi Interpersonal Digital

Komunikasi interpersonal digital adalah bentuk evolusi dari komunikasi tatap muka klasik, yang kini diperantara oleh teknologi (Bratina, 2023). Dalam hal ini, interaksi tidak lagi mengharuskan kehadiran fisik, tetapi dibangun lewat platform daring seperti *Telegram*. Teori ini berperan sebagai lensa primer untuk mengkaji bentuk, pola, dan kualitas interaksi antara mentor dan calon anggota komunitas. Peneliti mengkaji bagaimana komponen-komponen komunikasi interpersonal seperti pertukaran pesan, emoji, panggilan video dapat menghasilkan kedekatan, kepercayaan, dan pemahaman bersama di lingkungan virtual. Penekanan diberikan pada pemanfaatan komunikasi ini untuk menguraikan topik rumit seperti *trading crypto*, menanggapi pertanyaan dan menciptakan rasa keamanan di situasi yang penuh risiko.

Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Theory*)

Teori yang dirumuskan oleh Hovland, Janis, dan Kelly (1953) sebagaimana disebutkan dalam Serman (2023) menegaskan bahwa efektivitas pesan sangat dipengaruhi oleh pandangan kredibilitas sumber (komunikator). Sumber yang dipercaya lebih mampu mempersuasi audiens. Teori ini dioperasionalkan lewat tiga komponen pokok yang menjadi taktik mentor dalam membangun kepercayaan:

Keahlian (Expertise): Cara mentor menampilkan kemahiran, pemahaman mendalam, dan pengalaman di investasi dan *trading crypto*.

Kepercayaan (Trustworthiness): Cara mentor mengekspresikan kejujuran, keterbukaan, dan keandalan dalam setiap interaksi.

Daya Tarik (Attractiveness): Cara gaya komunikasi, sifat pribadi, dan vitalitas mentor menghasilkan daya tarik dan ikatan emosional dengan calon anggota.

Teori ini sangat tepat sasaran di konteks komunitas edukasi kripto yang sarat dengan ketidakpastian dan penipuan. Kredibilitas mentor berperan sebagai “jaminan” bagi calon anggota untuk memutuskan bergabung.

Kepercayaan

Kepercayaan menjadi fondasi bagi segala hubungan, termasuk yang transaksional dalam konteks bisnis. Di dunia digital, kepercayaan dibangun lewat proses yang berkembang, yang melibatkan keandalan, keakraban, dan kualifikasi profesional. Kepercayaan bukanlah titik akhir, melainkan mediator kunci (Nawawi et al., 2023). Komunikasi interpersonal digital yang tepat sasaran dan kredibilitas sumber bertujuan untuk membangun kepercayaan yang akhirnya memicu keputusan untuk bergabung ke komunitas. Penelitian ini menunjukkan betapa krusialnya kepercayaan dalam mengatasi keraguan dan kecemasan calon anggota terhadap penipuan dan informasi yang menyesatkan.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena komunikasi interpersonal digital dalam proses membangun kepercayaan di komunitas edukasi kripto seperti komunitas Billionaire Trader. Pendekatan ini dipilih karena cocok dengan sasaran penelitian untuk menjelajahi makna, pengalaman, dan taktik yang digunakan oleh mentor serta pelanggan yang di mana kompleksitas fenomena sosial tersebut hanya bisa diungkap melalui data deskriptif yang kaya narasi.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Kajian ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan mendalam pola komunikasi yang terbentuk antara mentor dan pelanggan komunitas Billionaire Trader di *Telegram*. Perhatian utama terletak pada deskripsi komprehensif tentang proses membangun kepercayaan dalam konteks komunitas edukasi kripto.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi (kombinasi) untuk menjamin kedalaman dan validitas data, dengan metode berikut:

Observasi: Peneliti melakukan pengamatan terhadap interaksi di grup dan obrolan pribadi di *Telegram* setelah memperoleh izin akses dari pemilik komunitas Billionaire Trader. Dalam hal ini, peneliti hadir untuk menyaksikan dan mencatat dinamika komunikasi secara langsung tanpa ikut serta aktif dalam interaksi.

Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan secara fleksibel dengan menggunakan panduan pertanyaan yang telah disiapkan oleh peneliti. Wawancara ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman, motivasi, dan pandangan informan secara mendalam.

Studi Dokumen: Metode ini mencakup analisis terhadap dokumen pendukung seperti potongan percakapan di *Telegram* yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik Penentuan Informan

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut mencakup informan yang terlibat langsung dan memahami proses komunikasi serta pembangunan kepercayaan di komunitas Billionaire Trader.

Tabel 1. Kategori Informan.

No.	Kategori Informan	Jumlah
1	Pemilik Komunitas Kripto Billionaire Trader	1 Orang
2	Mentor Pengelola Komunitas di Telegram	3 Orang
3	Pelanggan yang Ingin Bergabung Komunitas	5 Orang
4	Pelanggan yang Sudah Bergabung Komunitas	5 Orang

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di komunitas digital Billionaire Trader dengan kantor operasional di Nusa dua, Kabupaten Badung, Bali. Mengingat karakter komunitas yang

berbasis virtual dan anggotanya tersebar di berbagai daerah, pengumpulan data dilakukan dengan dua cara: Tatap muka langsung untuk informan yang berdomisili Badung dan secara virtual untuk informan yang berada di luar Bali. Pendekatan ini memastikan cakupan data yang menyeluruh tanpa terbatas oleh jarak geografis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa komunikasi digital langsung antara mentor dan peserta di komunitas edukasi *crypto* Billionaire Trader melalui *Telegram* memiliki dampak besar dalam membentuk dan mempertahankan kepercayaan. Namun, proses ini tidak selalu berjalan tanpa kendala. Beberapa calon anggota masih menunjukkan keraguan terhadap kredibilitas komunitas, terutama terkait keterbukaan dan keamanan informasi. Berdasarkan pengamatan, interaksi di grup *Telegram* komunitas memperlihatkan pola komunikasi dua arah yang aktif dan terbuka. Mentor secara rutin membagikan hasil analisis pasar, bukti transaksi, serta laporan hasil trading mingguan untuk menunjukkan keahlian dan akurasi strategi mereka. *Mentor A menjelaskan, “Kami ingin anggota melihat bukti nyata, bukan janji. Semua data analisis kami tampilkan di grup agar mereka tahu hasilnya bukan manipulasi.”*

Tindakan tersebut memperlihatkan bagaimana keahlian menjadi kunci kredibilitas sumber. Peserta menilai keahlian mentor bukan hanya dari cara berbicara, tetapi juga dari konsistensi hasil yang ditunjukkan secara terbuka. Peserta B, yang sudah bergabung selama delapan bulan, mengatakan, *“Saya percaya karena mentor bisa menjelaskan logika di balik setiap entry, bukan asal suruh ikut sinyal.”* Temuan ini menunjukkan bahwa kredibilitas terbentuk dari bukti empiris yang berulang, bukan sekadar citra profesional di media sosial.

Selain keahlian, aspek kepercayaan juga muncul dari transparansi informasi. Berdasarkan hasil wawancara, seluruh peserta yang aktif menyebutkan bahwa kejujuran mentor dalam menjelaskan risiko menjadi alasan utama mereka merasa aman. *Peserta D menuturkan, “Sebelum belajar, mentor selalu bilang tidak ada profit pasti. Justru karena itu saya merasa mereka jujur.”* Hal ini sesuai dengan teori Kredibilitas Sumber, bahwa komunikator yang menunjukkan kejujuran dan integritas lebih mudah membangun penerimaan pesan.

Namun, tidak semua calon anggota memiliki pengalaman positif. Calon Anggota C, yang sempat mengikuti sesi percakapan awal melalui *Telegram*, mengaku ragu untuk bergabung karena masih meragukan keaslian hasil trading yang dipublikasikan. *Ia berkata, “Saya lihat hasil trading di grup memang bagus, tapi saya tidak tahu apakah itu akun real atau hanya akun demo. Jadi saya belum yakin untuk ikut.”* Temuan ini memperlihatkan bahwa kredibilitas sumber tidak hanya dibangun dari kemampuan menyampaikan pesan, tetapi juga dari sejauh

mana penerima pesan memiliki akses dan keyakinan terhadap bukti yang ditampilkan. Dalam konteks ini, kurangnya transparansi pada aspek teknis dapat menghambat pembentukan kepercayaan, terutama pada calon anggota baru yang belum memiliki pengalaman langsung.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa daya tarik mentor berperan penting dalam menjaga loyalitas anggota. Gaya penyampaian yang santai, ramah, dan responsif menciptakan suasana belajar yang terbuka. Mentor B sering menggunakan bahasa yang sederhana dan membangun kedekatan dengan anggota melalui humor ringan atau contoh nyata dari pengalaman pribadi. *Peserta E menjelaskan, “Cara mentor menjelaskan itu ringan tapi jelas, seperti teman diskusi. Itu bikin saya nyaman dan mau terus ikut belajar.”* Faktor ini menunjukkan bahwa daya tarik personal dapat memperkuat hubungan emosional dan memperpanjang keterlibatan anggota di komunitas.

Dari sisi dokumentasi, peneliti menemukan bahwa komunitas memiliki panduan komunikasi internal yang mengatur etika penyampaian informasi. Dokumen ini menegaskan kewajiban setiap mentor untuk menyampaikan hasil trading yang sudah diverifikasi. Langkah tersebut memperkuat kepercayaan anggota lama, meskipun belum cukup efektif menjangkau calon anggota baru yang belum mengenal reputasi komunitas. Temuan dari wawancara dan observasi ini menunjukkan bahwa kredibilitas mentor dibangun secara bertahap melalui kombinasi keahlian, kejujuran, dan daya tarik personal. Namun, kredibilitas yang belum sepenuhnya terverifikasi dapat menimbulkan celah persepsi negatif bagi sebagian calon anggota. Dalam konteks komunikasi interpersonal digital, kepercayaan bukan hanya hasil dari pesan yang disampaikan, tetapi juga hasil dari validitas bukti dan konsistensi interaksi antara komunikator dan komunikan.

Komunikasi Transparan sebagai Fondasi Rasa Aman Finansial

Komunikasi yang bebas hambatan telah terbukti sebagai fondasi utama dalam menciptakan keamanan finansial di komunitas edukasi *crypto* Billionaire Trader. Dari hasil wawancara, pelanggan aktif menganggap keterbukaan mentor terhadap risiko dan hasil trading sebagai bentuk perlindungan moral terhadap mereka. *Pelanggan F menjelaskan, “Saya merasa tenang karena mentor tidak pernah menjanjikan keuntungan instan, tapi selalu kasih panduan realistis.”*

Observasi di grup *Telegram* memperlihatkan bahwa setiap laporan hasil *trading* selalu disertai keterangan waktu, pair mata uang, dan penjelasan strategi. Hal ini memperlihatkan adanya upaya komunikasi berbasis data yang memperkuat kepercayaan anggota terhadap integritas mentor. Namun, temuan dari Calon Anggota C yang memutuskan tidak bergabung

juga menjadi refleksi bahwa transparansi perlu diperluas hingga mencakup bukti validasi hasil trading yang lebih objektif.

Temuan ini menegaskan bahwa rasa aman finansial dalam komunitas tidak hanya dibangun dari janji keberhasilan, tetapi dari komunikasi yang jujur, terbuka, dan dapat diverifikasi. Kredibilitas sumber yang kuat akan memperkuat rasa aman psikologis anggota, sementara ketidakpastian informasi dapat menimbulkan keraguan yang berdampak pada keputusan untuk tidak bergabung. Dengan demikian, komunikasi interpersonal digital yang transparan dan beretika menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan dan rasa aman finansial di komunitas edukasi *crypto* Billionaire Trader.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Studi ini mengindikasikan bahwa interaksi digital langsung di komunitas edukasi *crypto* Billionaire Trader melalui *Telegram* berperan penting dalam menciptakan dan mempertahankan kepercayaan antara mentor dan peserta. Dari hasil wawancara, pengamatan, dan studi dokumen, terungkap bahwa legitimasi mentor adalah elemen utama yang memengaruhi pilihan peserta untuk bergabung dan tetap terlibat dalam komunitas. Tiga komponen teori Kredibilitas Sumber, yakni keahlian, kepercayaan, dan daya tarik, tampak dominan dalam proses pertukaran digital harian. Keahlian mentor terlihat dari kemampuan menjelaskan strategi *trading* secara logis dan menyertakan bukti hasil yang bebas hambatan. Kejujuran serta keterbukaan data membangun rasa aman keuangan bagi peserta, sedangkan gaya komunikasi yang santai dan mudah dicerna menciptakan ikatan emosional yang memperkuat kesetiaan terhadap komunitas.

Meski begitu, hasil studi juga menunjukkan adanya skeptisisme dari beberapa calon peserta yang belum bergabung karena masih meragukan keaslian hasil perdagangan yang diperlihatkan. Ini menandakan bahwa legitimasi tidak hanya bergantung pada kemampuan berkomunikasi, tetapi juga pada mekanisme verifikasi data yang bisa diperiksa secara publik. Kurangnya keterbukaan teknis bisa memicu pandangan negatif dan menghalangi pembentukan kepercayaan. Oleh sebab itu, penting bagi mentor dan administrator komunitas untuk memperkuat sistem validasi hasil perdagangan serta menyediakan bukti autentik yang mudah diakses oleh calon peserta. Langkah ini akan membantu memperluas kepercayaan masyarakat sekaligus memperkuat citra komunitas di dunia digital.

Bagi peserta komunitas, partisipasi aktif dalam diskusi dan pemberian masukan perlu ditingkatkan agar proses komunikasi berjalan dua arah dan berkesinambungan. Keterlibatan peserta tidak hanya memperkaya proses belajar, tetapi juga memperkuat rasa kepemilikan

terhadap komunitas. Sementara itu, bagi peneliti mendatang, disarankan untuk memperluas cakupan studi pada komunitas digital lain di luar sektor keuangan guna memahami bagaimana interaksi digital langsung membangun kepercayaan dalam berbagai lingkungan sosial. Pendekatan kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif juga bisa diterapkan untuk mengukur seberapa besar legitimasi sumber memengaruhi kesetiaan peserta secara lebih akurat.

Secara umum, studi ini menegaskan bahwa di zaman digital yang sarat risiko informasi, interaksi digital langsung yang jujur, bebas hambatan, dan beretika menjadi landasan pokok dalam menciptakan kepercayaan serta rasa aman keuangan. Legitimasi mentor bukan hanya hasil dari kemampuan teknis, tetapi juga dari dedikasi moral untuk menjaga integritas dalam setiap pertukaran digital. Komunikasi yang terbuka dan bertanggung jawab menjadi penghubung utama antara pengetahuan, kepercayaan, dan tanggung jawab sosial di komunitas edukasi *crypto*.

DAFTAR REFERENSI

- Bratina, T. (2023). Digital devices and interpersonal communication over time. *Journal of Elementary Education*, 16(4), 425–439. <https://doi.org/10.18690/rei.2958>
- DeVito, J. A. (2019). *The interpersonal communication book* (15th ed.). Pearson.
- Hermawan, E. (2023). Pengaruh kepercayaan, pembelajaran dan kolaborasi terhadap manajemen pengetahuan. *Jurnal Komunikasi dan Ilmu Sosial*, 1(1). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650.
- Lisanda, I., Fahmi, M., & Rahman, D. (2023). Telegram sebagai media komunikasi komunitas digital: Analisis fitur, keamanan, dan efektivitas interaksi. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 112–124.
- Lisanda, S., & Monang, S. (2023). Pemanfaatan aplikasi messaging Telegram @Xkwavers sebagai media komunikasi fans K-pop dalam meningkatkan value diri dan kesadaran beragama (Studi kasus pada anggota GC Telegram @Xkwavers). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1105–1112. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.339>
- Mega Hasibuan, & Zuhri M. Nawawi. (2023). Peran etika bisnis dalam membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 3(1), 50–68. <https://doi.org/10.55606/jempper.v3i1.2426>
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust in digital environments. *Journal of Digital Communication*, 1(1), 1–10.

- O'Sullivan, P. B. (2020). Rapport management in digitally mediated communication. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(3), 163–178.
- Rahmat Eka, & Rakhmadi. (2024). Analisis dan pencegahan serangan social engineering pada jaringan komputer: Studi kasus penipuan investasi crypto. *Jurnal Riset Sistem Informasi*, 1, 8–16. <https://doi.org/10.69714/8b7xtv35>
- Serman, Z. E., & Sims, J. (2023). Source Credibility Theory: SME hospitality sector blog posting during the COVID-19 pandemic. *Information Systems Frontiers*, 25(6), 2317–2334. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10349-3>
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. John Wiley.
- Syakhvani, & Widijatmoko. (2024). Perkembangan komunikasi digital: Dampak media sosial pada interaksi sosial di era modern. *Jurnal Komunikasi*, 2, 919–925.
- Wahyuni. (2025, June 5). Alasan Tokocrypto gencar edukasi kripto. <https://www.akurat.co/keuangan/1306107987/alasan-tokocrypto-gencar-edukasi-kripto>
- Walther, J. B. (2011). Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *The SAGE handbook of interpersonal communication* (pp. 443–479). SAGE.