

Analisis Ketidakpercayaan Masyarakat Indonesia Terhadap Bitcoin Sebagai Aset Digital: Studi Pada Penggunaan Bitcoin Melalui Platform Indodax

Ni Wayan Lasmi*, Ni Kadek Ayu Puspita Dewi, Ni Putu Nina Eka Lestari, Ni Ketut Arniti

Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia

Email: wayanlasmi@undiknas.ac.id*, ayu666879@gmail.com,
putuninaekalestari@undiknas.ac.id, ketutarniti@undiknas.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi Bitcoin yang diterapkan oleh pelaku industri aset kripto, khususnya Indodax dan edukator kripto seperti Timothy Ronald, dalam mengatasi ketidakpercayaan masyarakat Indonesia terhadap aset kripto. Ketidakpercayaan ini masih menjadi hambatan besar dalam proses adopsi Bitcoin, terutama disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan digital, kekhawatiran terhadap keamanan investasi, serta stigma negatif yang melekat akibat fluktuasi harga dan pemberitaan media yang tidak selalu objektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam persepsi, pengalaman, serta strategi komunikasi yang diterapkan dalam promosi Bitcoin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap beberapa kategori informan, yaitu pengguna aktif Indodax, pengguna baru yang terdorong oleh fear of missing out (FOMO), masyarakat yang masih skeptis terhadap Bitcoin, serta karyawan dari Indodax. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi konten media sosial dan edukasi yang disampaikan oleh influencer kripto sebagai bentuk dokumentasi promosi. Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang efektif tidak hanya bergantung pada iklan atau kampanye visual semata, melainkan lebih menekankan pada edukasi berkelanjutan dan peningkatan literasi keuangan masyarakat. Penyampaian informasi yang sederhana, jujur, serta berbasis pada pengalaman nyata pengguna terbukti dapat membangun kepercayaan publik. Pendekatan edukatif yang dilakukan melalui media sosial, video interaktif, webinar, dan kolaborasi dengan influencer terbukti mampu mengubah persepsi negatif menjadi ketertarikan, terutama di kalangan generasi muda. Dengan demikian, edukasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan Bitcoin di Indonesia.

Kata kunci: bitcoin; Platform Indodax; indonesia; aset digital

Abstract

This research aims to analyze the promotional strategies of Bitcoin implemented by key players in the cryptocurrency industry, particularly Indodax and crypto educators such as Timothy Ronald, in addressing the distrust of the Indonesian public towards crypto assets. This distrust remains a significant obstacle to Bitcoin adoption, primarily due to the low level of digital financial literacy, concerns over investment security, and the negative stigma associated with price volatility and often-biased media coverage. The study employs a descriptive qualitative approach, allowing the researcher to explore in depth the perceptions, experiences, and communication strategies applied in Bitcoin promotion. Data collection techniques include in-depth interviews with several categories of informants, such as active Indodax users, new users driven by the fear of missing out (FOMO), skeptical individuals, and Indodax employees. In addition, the researcher conducted observations of social media content and educational materials shared by crypto influencers as forms of promotional documentation. Data analysis was conducted using the interactive model by Miles and Huberman, involving data reduction, data display, and drawing conclusions thematically. The results reveal that effective promotional strategies rely not merely on advertisements or visual campaigns but more on continuous education and the enhancement of financial literacy. Clear, honest, and experience-based communication was proven to build public trust. Educational approaches delivered through social media, interactive videos, webinars, and collaborations with influencers effectively shifted negative perceptions into interest, especially among younger generations. Thus, education emerges as the key factor in increasing interest and trust in the use of Bitcoin in Indonesian.

Keywords: bitcoin; Indodax Platform; Indonesia; Digital Assets



PENDAHULUAN

Sebelum pengawasan terhadap aset kripto resmi beralih ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sektor ini berada di bawah pengawasan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (Bappebti), lembaga yang secara struktural lebih berorientasi pada aspek perdagangan komoditas daripada perlindungan konsumen di ranah keuangan digital (Kharisma & Uwais, 2023; Maharani, 2025; Siboro et al., 2024; Tambun & Putuhena, 2022). Kondisi ini menyebabkan adanya kesenjangan regulasi antara perkembangan cepat teknologi aset digital dan kesiapan sistem pengawasan nasional (Amrillah & Gusthomi, 2025; Berutu & Prasetyo, 2025; Rahmawati & Ismail, 2025). Dalam kurun waktu tersebut, berbagai platform perdagangan aset kripto seperti Indodax harus menghadapi beragam tantangan serius yang berdampak langsung terhadap kepercayaan publik dan stabilitas ekosistem kripto di Indonesia. Salah satu permasalahan utama adalah belum adanya regulasi yang secara komprehensif melindungi konsumen dari risiko penipuan, manipulasi pasar, maupun kehilangan aset akibat celah keamanan sistem. Minimnya pengawasan membuat maraknya kasus investasi fiktif yang berkedok trading kripto, di mana masyarakat dijanjikan keuntungan tinggi dalam waktu singkat tanpa pemahaman memadai mengenai risiko yang menyertainya (Medidjati & Heryana, 2024; Prameswari, 2025; Satrio, 2022). Lemahnya sistem verifikasi identitas pengguna (Know Your Customer/KYC) dan ketidaktegasan implementasi Anti-Money Laundering (AML) turut memperbesar potensi penyalahgunaan aset digital untuk aktivitas ilegal seperti pencucian uang dan pendanaan terlarang.

Selain itu, aspek keamanan siber menjadi sorotan penting dalam konteks perdagangan aset kripto. Ketika sistem pengawasan dan perlindungan data belum matang, platform exchange dihadapkan pada ancaman peretasan (hacking) dan kebocoran data yang dapat menimbulkan kerugian besar bagi pengguna (Kholis, 2024; Laita, 2025; Rianda, 2025). Kasus-kasus peretasan terhadap bursa kripto internasional yang sempat mencuri perhatian publik turut memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap platform lokal seperti Indodax. Ramadhan dan Wahyudi (2023) menegaskan bahwa risiko keamanan dan perlindungan data merupakan isu sentral dalam pengembangan industri kripto di Indonesia, karena kelemahan pada aspek ini dapat menghambat adopsi teknologi blockchain secara luas. Lebih jauh, ketidakpastian regulasi dan minimnya edukasi publik memperburuk persepsi masyarakat terhadap aset kripto. Sebagian besar masyarakat masih menganggap investasi kripto sebagai bentuk perjudian digital atau skema cepat kaya, bukan sebagai instrumen ekonomi berbasis teknologi yang memiliki nilai inovatif. Dalam konteks ini, Indodax sebagai exchange kripto tertua dan terbesar di Indonesia memiliki tanggung jawab besar untuk membangun kepercayaan publik melalui transparansi operasional, edukasi finansial, serta peningkatan sistem keamanan pengguna (Abdurohim & Irfan, 2024; Faqih, 2025). Kini, dengan beralihnya fungsi pengawasan ke OJK, diharapkan tercipta ekosistem aset digital yang lebih aman, transparan, dan berorientasi pada perlindungan konsumen. Namun, proses transisi pengawasan ini tetap membutuhkan kolaborasi antara regulator, pelaku industri, dan masyarakat agar mampu menjawab tantangan keamanan siber, penegakan hukum, serta peningkatan literasi keuangan digital secara berkelanjutan. Salah satu insiden yang mencoreng reputasi ekosistem kripto di Indonesia adalah kasus peretasan terhadap sistem Indodax yang menyebabkan kerugian sebesar Rp330 juta. Meskipun kerugian tersebut berasal dari dana operasional milik perusahaan dan bukan dana nasabah, peristiwa ini tetap menimbulkan kekhawatiran publik terhadap keamanan transaksi digital. Indodax kemudian

menjelaskan bahwa perusahaan memiliki cadangan dana sebesar Rp11 triliun untuk menjamin stabilitas dan kepercayaan operasional, sehingga mampu menanggung sendiri kerugian tanpa mengganggu aset milik pengguna. Berdasarkan laporan investigasi internal dan kerja sama dengan pihak ketiga, serangan siber tersebut diduga kuat berasal dari kelompok peretas internasional, dengan dugaan keterlibatan aktor siber asal Korea Utara. Bahkan tidak hanya Indodax, beberapa platform kripto global lainnya juga dilaporkan mengalami serangan serupa dalam kurun waktu yang berdekatan CNN Indonesia (2021).

Meningkatnya ancaman keamanan dan tekanan publik mendorong pemerintah Indonesia untuk memperkuat regulasi aset kripto melalui Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU PPSK), yang secara resmi mengalihkan pengawasan aset kripto dari Bappebti ke OJK. Sejak Januari 2025, OJK memiliki kewenangan penuh dalam mengatur dan mengawasi ekosistem kripto nasional melalui proses transisi yang dilakukan secara bertahap dengan pendekatan smooth landing. Langkah ini memungkinkan pembentukan peraturan teknis, penguatan infrastruktur keamanan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang aset digital. Dengan masuknya platform seperti Indodax ke dalam pengawasan OJK, standar kepatuhan dan keamanan meningkat melalui penerapan prinsip transparansi operasional, akuntabilitas pelaporan, verifikasi identitas pengguna, sistem anti pencucian uang, dan perlindungan data konsumen. Kehadiran OJK sebagai regulator utama diharapkan dapat membangun kepercayaan publik, memastikan stabilitas sistem keuangan digital, serta menciptakan ekosistem investasi kripto yang lebih aman, transparan, dan berkelanjutan di Indonesia.

Namun, meskipun pengawasan OJK membawa angin segar bagi industri kripto, penerimaan Bitcoin di Indonesia masih menghadapi tantangan besar karena persepsi negatif masyarakat yang menganggapnya spekulatif, tidak memiliki nilai intrinsik, dan rawan manipulasi harga. Fluktuasi ekstrem, status hukum yang belum pasti, serta stigma keterlibatan Bitcoin dalam aktivitas ilegal memperkuat keraguan publik. Rendahnya literasi terhadap teknologi blockchain dan mekanisme kripto, ditambah dengan budaya kolektivis yang cenderung berhati-hati dalam mengambil risiko finansial, menyebabkan masyarakat belum sepenuhnya percaya pada aset digital ini. Walaupun jumlah investor meningkat pesat, hal tersebut belum sebanding dengan pemahaman dan kepercayaan yang terbentuk. Upaya edukasi dan promosi yang dilakukan oleh Indodax maupun edukator digital seperti Timothy Ronald belum berhasil secara signifikan mengubah persepsi publik. Berdasarkan teori Diffusion of Innovations (Rogers, 2003), masyarakat Indonesia masih berada pada tahap persuasi dan keputusan, belum mencapai tahap implementasi karena belum terjadi internalisasi nilai terhadap Bitcoin. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis efektivitas strategi promosi Bitcoin oleh Indodax dan persepsi masyarakat terhadapnya di tengah rendahnya kepercayaan publik, dengan harapan dapat memperkaya literatur akademik sekaligus memberikan panduan praktis bagi regulator dan pelaku industri dalam meningkatkan literasi serta penerimaan masyarakat terhadap aset kripto di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan multi-lokasi yang menggabungkan metode offline dan online untuk memperoleh data secara mendalam mengenai strategi promosi Bitcoin oleh Indodax dan persepsi masyarakat terhadapnya. Lokasi utama penelitian adalah kantor

Indodax Bali di Jl. Sunset Road, Kuta, yang dipilih karena menjadi pusat layanan dan edukasi kripto bagi masyarakat serta memudahkan peneliti menjangkau informan dari berbagai latar belakang. Selain itu, observasi dan wawancara juga dilakukan di kantor Indodax wilayah Canggü dan Denpasar yang aktif mengadakan seminar dan diskusi komunitas. Secara daring, peneliti mengumpulkan data melalui situs resmi Indodax, media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta forum Telegram Indodax Official. Pendekatan ini dipilih karena Bitcoin sebagai aset digital bersifat lintas batas dan memiliki pengguna yang beragam. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur terhadap delapan informan yang mewakili berbagai kategori, termasuk pengguna lama dan baru, masyarakat skeptis, serta staf Indodax yang terlibat dalam promosi dan edukasi kripto. Observasi dilakukan baik secara partisipatif dengan mengikuti kegiatan daring seperti webinar dan kampanye digital, maupun non-partisipatif dengan menganalisis interaksi publik di media sosial. Dokumentasi meliputi pengumpulan data sekunder dari laporan tahunan Indodax, berita ekonomi, siaran pers, serta peraturan resmi Bappebti dan OJK untuk memperkuat validitas data. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dan observasi di lapangan, sedangkan data sekunder berasal dari publikasi resmi, laporan media, dan riset industri kripto global seperti Chainalysis dan TripleA. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas hasil penelitian dijaga dengan teknik triangulasi sumber, metode, dan waktu, serta mengacu pada empat kriteria keabsahan data menurut Lincoln dan Guba, yaitu kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas. Melalui proses ini, penelitian diharapkan menghasilkan temuan yang akurat dan komprehensif mengenai strategi promosi Bitcoin oleh Indodax serta faktor sosial, psikologis, dan regulatif yang memengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap aset kripto.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wawancara dan Hasil

1. Penggunaan Bitcoin di Indonesia

Berdasarkan data Bappebti (2024), jumlah investor aset kripto di Indonesia telah mencapai 20,16 juta orang, dan sekitar 6,7 juta di antaranya merupakan pengguna Indodax. Hal ini menegaskan posisi Indodax sebagai bursa kripto lokal terbesar di Indonesia yang menjadi pusat transaksi sekaligus edukasi aset digital. Sepanjang 2024, Indodax mencatat volume transaksi senilai Rp133 triliun, setara dengan 20,5% dari total transaksi kripto nasional (BeinCrypto, 2024). Fakta tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia semakin aktif menggunakan aset digital, khususnya Bitcoin, meskipun perannya masih terbatas sebagai instrumen investasi. Bank Indonesia tetap menegaskan bahwa hanya rupiah yang sah digunakan sebagai alat pembayaran sesuai Undang-Undang No. 7 Tahun 2011 tentang Mata Uang (Bank Indonesia, 2011), sementara Bappebti mengatur Bitcoin sebagai komoditas yang sah diperdagangkan. Dengan demikian, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menempatkan Bitcoin di posisi yang jelas bukan sebagai mata uang resmi, melainkan sebatas instrumen investasi, sehingga tidak dapat digunakan dalam transaksi sehari-hari.

Namun, permasalahan besar masih terlihat dalam adopsi Bitcoin, salah satunya adalah rendahnya literasi masyarakat. Banyak orang mengenal Bitcoin hanya sebatas kabar di media

atau cerita dari teman tanpa memahami teknologi *blockchain* yang menjadi dasarnya. Menurut Susilowardhani *et al.* (2022), literasi digital yang rendah membuat masyarakat mudah terpengaruh stigma negatif karena tidak mampu menilai manfaat maupun risiko secara komprehensif misalnya edukator atau influencer kripto. OECD (2023) juga melaporkan bahwa rendahnya literasi kripto di negara berkembang menjadikan masyarakat rentan terhadap misinformasi dan skema penipuan, sehingga meningkatkan keraguan terhadap aset digital.

Selain itu, regulasi yang masih dianggap tidak jelas turut memengaruhi tingkat kepercayaan publik. Meskipun Bappebti (2024) menetapkan Bitcoin sebagai komoditas yang sah diperdagangkan, Bank Indonesia tetap melarang penggunaannya sebagai alat pembayaran. Ambiguitas ini menciptakan *regulatory uncertainty* yang menimbulkan keraguan di kalangan investor (Fauzi & Sudarto, 2021). Zohar (2015) menegaskan bahwa kejelasan regulasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan legitimasi Bitcoin dan partisipasi investor baru. Situasi serba tanggung ini membuat masyarakat setengah percaya, setengah ragu, karena di satu sisi pemerintah membuka ruang perdagangan kripto, namun di sisi lain masih menutup ruang penggunaannya dalam transaksi riil. Faktor berikutnya adalah kekhawatiran keamanan, terutama di platform exchange seperti Indodax. Meskipun sistem *blockchain* dirancang *secure by design* karena transparan dan terdesentralisasi (Narayanan *et al.*, 2016), risiko tetap ada pada exchange sebagai pintu masuk transaksi. Banyak masyarakat awam terpengaruh oleh berita tentang kasus peretasan, sehingga membuat mereka ragu. Chainalysis (2024) mencatat kerugian akibat kejahatan kripto global mencapai lebih dari *USD 1,7 miliar*, sementara Kaspersky (2023) menekankan meningkatnya serangan phishing yang menyasar pengguna pemula. Namun demikian, Indodax sendiri telah menerapkan pengamanan berlapis seperti autentikasi dua faktor, verifikasi berjenjang, dan kampanye edukasi keamanan. Antonopoulos (2017) menekankan bahwa keamanan aset kripto tidak hanya bergantung pada sistem, tetapi juga perilaku pengguna dalam menjaga kunci pribadi serta kewaspadaan terhadap praktik berisiko.

Di sisi lain, stigma negatif masih melekat kuat di masyarakat. Banyak yang menganggap Bitcoin sebagai judi digital, skema ponzi, atau instrumen transaksi ilegal. Fatwa MUI tahun 2021 yang menyatakan Bitcoin haram sebagai alat pembayaran memperkuat persepsi negatif tersebut. Penelitian Adiyanto (2023) menunjukkan bahwa media sosial kerap memperburuk stigma dengan menyoroti kasus penipuan dan kerugian investor. Tasca, Hayes & Liu (2018) juga menemukan bahwa stigma terhadap Bitcoin sangat dipengaruhi oleh asosiasi dengan aktivitas ilegal, meskipun teknologi *blockchain* justru transparan. Venkatesh *et al.* (2003) dalam teori UTAUT menjelaskan bahwa edukasi dan *social influence* mampu mengubah persepsi masyarakat, sehingga literasi dan kampanye positif menjadi kunci untuk mengikis stigma yang terlanjur melekat. Menanggapi berbagai persoalan tersebut, Indodax sebagai bursa kripto terbesar di Indonesia telah melakukan upaya promosi dan edukasi yang sistematis. Pertama, melalui edukasi visual di *Indodax Academy* yang menyajikan konten berbasis infografis, video animasi, hingga simulasi transaksi. Pendekatan ini terbukti efektif karena mampu menyederhanakan konsep rumit sehingga mudah dipahami masyarakat awam (Mayer, 2009). Dimana Indodax juga melaksanakan kampanye digital seperti #AsetMasaDepan yang tidak hanya memperkenalkan kripto sebagai instrumen investasi, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem keuangan masa depan. Konsistensi pesan kampanye

lintas platform sesuai dengan teori *Integrated Marketing Communication* (Kotler & Keller, 2016), sehingga meningkatkan *brand awareness* dan kepercayaan masyarakat. Ketiga, Indodax aktif melakukan sosialisasi digital melalui webinar, Indodax TV, serta komunitas di Telegram dan Instagram. Fakta terbaru menunjukkan bahwa strategi media sosial menjadi salah satu cara paling efektif untuk menjangkau masyarakat luas. Indodax secara konsisten menghadirkan konten interaktif di Instagram, edukasi rutin melalui YouTube *Indodax TV*, hingga live streaming di TikTok yang membahas tren aset digital terkini. Selain itu, Indodax membangun komunitas diskusi di Telegram dan Twitter/X untuk memfasilitasi tanya jawab langsung antara pengguna dan tim ahli. Pendekatan ini sejalan dengan *Social Media Engagement Theory* (Brodie *et al.*, 2011) yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif audiens dalam membangun kepercayaan dan loyalitas. Katadata (2024) mencatat bahwa peningkatan jumlah pengguna Indodax sejalan dengan intensitas interaksi di media sosial, menandakan bahwa sosialisasi digital melalui *platform* sosial menjadi salah satu pilar utama dalam memperluas pemahaman sekaligus memperkuat citra Indodax sebagai bursa kripto terbesar di Indonesia.

Akhirnya, posisi Bitcoin sebagai *market leader* dalam ekosistem kripto tidak terlepas dari efek jejaring (*network effect*), menjelaskan bahwa semakin banyak orang menggunakan suatu teknologi maka semakin besar pula nilai yang dirasakan pengguna baru. Fenomena ini terlihat jelas pada Bitcoin yang hingga kini masih mendominasi pasar global; menurut laporan CoinGecko Q1 2025, Bitcoin menguasai sekitar 59,1% kapitalisasi pasar kripto global, sementara data Slickcharts (2025) mencatat pangsa pasar lebih dari 58,3%, dan *MacroMicro* memperkirakan nilai kapitalisasi Bitcoin mencapai *USD 2,258 triliun* pada September 2025. Dominasi tersebut juga terlihat di Indonesia, di mana menurut Bappebti (2024) Bitcoin masih menjadi aset kripto dengan volume transaksi terbesar di Indodax, sehingga menjadikannya aset paling likuid dan dipercaya investor lokal. Sejak 2019 Bappebti telah mengakui Bitcoin sebagai komoditas yang sah diperdagangkan, dan legitimasi ini semakin diperkuat dengan adanya Peraturan Pemerintah No. 49 Tahun 2024 yang memindahkan pengawasan aset kripto dari Bappebti ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta diberlakukannya POJK No. 27 Tahun 2024 efektif per 1 Oktober 2025 yang mengatur perdagangan aset digital di bawah otoritas OJK, OJK. (2024). Perubahan regulasi ini dipandang sebagai langkah penting untuk meningkatkan legitimasi dan kepercayaan investor terhadap ekosistem kripto di Indonesia. Dengan kombinasi dominasi global, legitimasi regulasi nasional, dan kekuatan efek jejaring, Bitcoin tidak hanya bertahan sebagai pelopor tetapi juga menjadi simbol utama kepercayaan investor sekaligus *market leader* dalam industri kripto, baik di Indonesia maupun secara global.

2. Wawancara Dengan Masyarakat

Tabel 1. Wawancara Dengan Masyarakat (Pengguna Aktif Bitcoin) Angga, 24 Tahun

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pendapat Anda terkait kurangnya literasi Bitcoin di kalangan masyarakat?	“Menurut saya literasi memang masih rendah. Banyak orang hanya dengar Bitcoin dari berita atau teman tanpa paham mekanismenya. Padahal kalau dipelajari lebih dalam, Bitcoin itu punya dasar teknologi yang jelas. Saya pribadi percaya karena sudah belajar dan merasakan manfaatnya lewat Indodax. Jadi sebenarnya edukasi adalah kunci agar masyarakat tidak hanya melihat sisi negatifnya saja.” Menurut Susilowardhani <i>et al.</i> (2022), literasi digital yang rendah membuat masyarakat lebih

	mudah termakan stigma negatif terhadap Bitcoin karena kurang memahami dasar teknologi <i>blockchain</i> .
2. Bagaimana tanggapan Anda terhadap regulasi yang tidak jelas?	“Regulasi yang belum tegas memang bikin banyak orang bingung. Di satu sisi pemerintah memperbolehkan Bitcoin sebagai komoditas, tapi di sisi lain belum bisa dipakai sebagai alat pembayaran. Saya sendiri tetap percaya karena Indodax sudah diawasi Bappebt dan juga OJKi, tapi kalau regulasi lebih pasti, saya yakin masyarakat akan lebih berani ikut investasi.” Bappebti (2024) menetapkan Bitcoin sebagai komoditas yang sah diperdagangkan, namun Bank Indonesia tetap melarang penggunaannya sebagai alat pembayaran. Ketidakjelasan ini menimbulkan ambiguitas dan memengaruhi kepercayaan investor (<i>BeinCrypto</i> , 2024).
3. Bagaimana tanggapan Kakak Angga terhadap kekhawatiran keamanan pada Indodax dan Bitcoin ini?	“Kalau soal keamanan, memang ada risiko hacking, tapi sejauh pengalaman saya di Indodax aman-aman saja karena ada verifikasi berlapis. Kita sebagai pengguna juga harus disiplin, simpan aset di wallet pribadi. Jadi menurut saya, kekhawatiran bisa diminimalisir dengan pengetahuan dan kewaspadaan.” Menurut Narayanan <i>et al.</i> (2016), sistem <i>blockchain</i> bersifat <i>secure by design</i> karena transparan dan terdistribusi, namun risiko keamanan tetap ada terutama pada <i>exchange</i> . Edukasi mengenai keamanan pengguna sangat penting untuk menekan risiko.
4. Bagaimana tanggapan Anda terkait stigma negatif di masyarakat?	“Stigma negatif itu sudah melekat sejak lama, misalnya dikaitkan dengan judi atau transaksi ilegal. Padahal kenyataannya tidak sesederhana itu. Saya lihat stigma ini muncul karena literasi rendah dan informasi yang beredar di media seringkali hanya menyoroti sisi buruknya. Kalau edukasi lebih masif, stigma ini bisa perlahan hilang.” Fatwa MUI (2021) yang menyatakan Bitcoin haram sebagai alat pembayaran memperkuat stigma negatif di masyarakat. Namun, menurut Venkatesh <i>et al.</i> (2003)



Rabu 24
September 2025
(12.24 Wita)
Lokasi: Pemogan

Sumber: Hasil wawancara, 24 September 2025

Tabel 2. Wawancara Dengan Masyarakat (Pengguna Baru Bitcoin) Manik 24 Tahun

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pendapatmu terkait kurangnya literasi Bitcoin di kalangan Masyarakat?	“Menurut saya literasi masyarakat memang rendah. Banyak yang beli Bitcoin cuma karena takut ketinggalan tren. Saya pribadi awalnya juga FOMO, lihat teman-teman di media sosial dapat untung besar, jadi ikut coba. Tapi setelah masuk, ternyata banyak hal teknis yang saya belum paham. Jadi literasi itu penting biar orang nggak salah kaprah.” Menurut Susilowardhani <i>et al.</i> (2022), rendahnya literasi keuangan digital membuat masyarakat mudah terjebak dalam fenomena FOMO tanpa mempertimbangkan risiko jangka panjang.
2. Bagaimana tanggapan Anda terhadap regulasi yang tidak jelas?	“Regulasi yang belum jelas bikin saya agak was-was. Takutnya suatu saat pemerintah melarang, terus aset kita jadi nggak bisa dipakai. Saya masih belajar sedikit-sedikit, tapi kalau aturannya lebih pasti, tentu saya akan lebih percaya diri untuk menambah investasi.” Zohar (2015) menjelaskan bahwa <i>regulatory clarity</i> berpengaruh langsung terhadap legitimasi Bitcoin dan tingkat partisipasi investor baru di berbagai negara.

3. Bagaimana tanggapan Kakak Manik terhadap kekhawatiran keamanan pada Indodax dan Bitcoin ini?	“Jujur saya masih agak takut soal keamanan. Saya pernah baca berita <i>exchange</i> di luar negeri kena <i>hack</i> . Walaupun di Indodax kelihatan aman, saya tetap belajar pakai autentikasi dua faktor. Jadi memang kekhawatiran itu nyata, tapi saya percaya kalau hati-hati bisa lebih aman.” Narayanan <i>et al.</i> (2016) menekankan bahwa meski <i>blockchain</i> relatif aman, <i>exchange vulnerabilities</i> tetap jadi salah satu risiko terbesar dalam ekosistem kripto, sehingga mitigasi risiko oleh pengguna wajib dilakukan.
4. Bagaimana tanggapan Anda terkait stigma negatif di masyarakat?	“Stigma negatif memang bikin banyak orang ragu. Bahkan orang tua saya juga sempat melarang. Ada yang bilang Bitcoin cuma alat spekulasi, ada juga yang menganggap penipuan. Saya pribadi juga sering dapat komentar begitu dari orang sekitar. Padahal sebenarnya yang bikin rugi itu oknum penipu, bukan Bitcoinnya. Kalau edukasi lebih banyak, stigma ini pasti bisa berkurang.” Menurut Gans & Halaburda (2015), persepsi negatif pada teknologi baru sering muncul dari ketidaktauhan dan berita sensasional, tetapi bisa berubah jika ada regulasi jelas dan edukasi berkelanjutan.



Sabtu 27 September
2025 (16.34 Wita)
Lokasi: Kuta

Tabel 2. Wawancara Dengan Masyarakat Skeptis (Tidak Percaya) Eva 17 Tahun

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana pendapatmu terkait kurangnya literasi Bitcoin di kalangan masyarakat?	“Menurut saya literasi soal Bitcoin memang masih rendah. Banyak orang hanya tahu Bitcoin bisa bikin cepat kaya, tapi tidak tahu risikonya. Saya sendiri sampai sekarang masih ragu karena merasa belum cukup paham, apalagi banyak informasi simpang siur di media sosial. Literasi yang rendah ini bikin masyarakat gampang percaya hoaks atau janji keuntungan instan.” Menurut OECD (2023), rendahnya literasi kripto di negara berkembang membuat masyarakat rentan terhadap misinformasi dan skema penipuan berbasis aset digital.
2. Bagaimana tanggapan Anda terhadap regulasi yang tidak jelas?	“Regulasi yang masih setengah-setengah bikin saya makin tidak percaya. Memang boleh diperdagangkan di <i>exchange</i> resmi seperti Indodax, tapi belum jelas apakah benar-benar aman jangka panjang. Saya takut kalau suatu saat pemerintah melarang total. Jadi ketidakpastian aturan membuat saya memilih tidak terlibat dulu.” Menurut laporan Bappebti (2024), status Bitcoin di Indonesia hanya sebagai komoditas, bukan alat pembayaran, sehingga menciptakan ambiguitas yang membuat sebagian masyarakat menahan diri untuk berinvestasi.
3. Bagaimana tanggapan Kakak Eva terhadap kekhawatiran keamanan pada Indodax dan Bitcoin ini?	“Saya sebenarnya masih punya rasa khawatir soal keamanan. Saya pernah membaca berita tentang <i>platform exchange</i> luar negeri yang diretas. Meskipun Indodax terlihat cukup aman, saya tetap berhati-hati dengan mengaktifkan autentikasi dua faktor. Jadi rasa khawatir itu memang ada, tapi menurut saya keamanan tetap bisa dijaga selama kita waspada.” Menurut Narayanan <i>et al.</i> (2016), meskipun sistem <i>blockchain</i> memiliki tingkat keamanan yang tinggi, celah keamanan pada <i>crypto exchange</i> masih menjadi ancaman utama dalam ekosistem kripto, sehingga pengguna perlu melakukan langkah-langkah mitigasi untuk mengurangi risiko tersebut.

4. Bagaimana tanggapan Anda terkait stigma negatif di masyarakat? “Menurut saya stigma negatif itu memang kuat, misalnya Bitcoin dianggap judi digital atau alat transaksi ilegal. Saya sering lihat konten di TikTok atau YouTube yang menampilkan kerugian besar, jadi makin takut untuk coba. Jadi wajar kalau masyarakat seperti saya tetap skeptis.” Menurut penelitian Adiyanto (2023), media sosial sering memperkuat stigma negatif terhadap Bitcoin dengan menyoroti risiko tinggi dan kasus penipuan, sehingga memperburuk ketidakpercayaan masyarakat.

Rabu 24
September 2025
(15.17 Wita)
Lokasi: Pemogan




Sumber: Hasil wawancara, 24 September 2025

1. Wawancara Dengan Lembaga atau Staff Indodax

Tabel 3. Wawancara Dengan Lembaga Indodax Kevin Anggoro 25 Tahun

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana tanggapan Anda terhadap edukasi visual yang dilakukan Indodax?	“Menurut saya, edukasi visual yang dilakukan Indodax melalui Indodax Academy sangat efektif dalam menjelaskan konsep yang rumit menjadi lebih sederhana. Banyak masyarakat awam yang awalnya menganggap aset kripto sulit dipahami, namun ketika melihat konten berupa infografis, video animasi, hingga simulasi transaksi, mereka bisa lebih mudah memahami cara kerja kripto. Hal ini sejalan dengan temuan Mayer (2009) dalam <i>Cognitive Theory of Multimedia Learning</i> yang menyatakan bahwa penyajian informasi melalui kombinasi visual dan verbal dapat meningkatkan daya serap pengetahuan. Fakta terbaru, berdasarkan laporan resmi Indodax Academy (2025), jumlah pengguna yang mengakses konten edukasi visual meningkat signifikan seiring pertumbuhan investor kripto di Indonesia yang telah mencapai 20,16 juta orang (Bappebti, 2024). Dengan pendekatan visual, Indodax berhasil menjangkau segmen generasi muda yang lebih responsif terhadap konten berbasis multimedia.”
5. Kampanye apa saja yang dilakukan oleh Indodax?	“Menurut saya, salah satu kampanye yang paling menonjol adalah #AsetMasaDepan yang diperkenalkan Indodax sejak 2021. Kampanye ini tidak hanya menekankan bahwa aset kripto adalah instrumen investasi, tetapi juga mengedukasi masyarakat bahwa kripto bisa menjadi bagian dari masa depan keuangan digital. Selain itu, Indodax juga rutin melakukan kampanye referral dan edukasi komunitas melalui blog serta media sosial resminya (Indodax, 2025). Berdasarkan teori <i>Integrated Marketing Communication</i> oleh Kotler & Keller (2016), konsistensi pesan di berbagai kanal memperkuat brand awareness dan loyalitas pelanggan. Data Bappebti (2024) juga mendukung hal ini, di mana peningkatan investor kripto di Indonesia banyak dipengaruhi oleh kampanye digital yang masif, termasuk dari Indodax yang kini memiliki lebih dari 6,7 juta pengguna.”
6. Bagaimana bentuk sosialisasi digital yang dilakukan Indodax kepada masyarakat?	“Dimana yang saya tahu selama saya bekerja dan bertugas di Indodax, dimana Indodax telah memiliki strategi sosialisasi digital yang cukup komprehensif. Kami menggunakan berbagai platform seperti Instagram, YouTube melalui Indodax TV, hingga Telegram community untuk menyebarkan informasi seputar kripto. Tidak hanya itu, webinar edukasi juga rutin dilakukan dengan menghadirkan narasumber ahli dari dunia kripto. Hal ini sesuai dengan teori <i>Diffusion of Innovations</i> oleh Rogers (2003), yang menjelaskan bahwa media digital adalah saluran utama dalam mempercepat adopsi inovasi baru. Fakta

	yang bisa dilihat adalah semakin banyak masyarakat Indonesia yang mengikuti webinar Indodax Academy, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mendorong digitalisasi edukasi. Dengan demikian, sosialisasi digital terbukti menjadi pilar penting dalam memperluas pemahaman masyarakat tentang kripto.”
7. Mengapa menurut Anda Bitcoin bisa menjadi market leader baik di Indodax maupun global?	“Bitcoin tetap menjadi market leader karena ia adalah mata uang kripto pertama yang berhasil menciptakan <i>trust</i> dan memiliki jaringan pengguna yang sangat luas. Bitcoin juga memiliki likuiditas tertinggi dibandingkan aset digital lain, sehingga memudahkan investor dalam melakukan transaksi. Hal ini sejalan dengan teori <i>Network Effect</i> dari Katz & Shapiro (1985), yang menyatakan bahwa semakin banyak orang menggunakan suatu teknologi, semakin besar pula nilainya bagi pengguna baru. Data dari CoinMarketCap (2024) menunjukkan bahwa Bitcoin masih menguasai lebih dari 50% dominasi pasar kripto global. Di Indonesia sendiri, laporan Bappebti (2024) menyebutkan bahwa Bitcoin menjadi aset kripto dengan volume transaksi tertinggi di platform Indodax. Fakta ini memperkuat bahwa Bitcoin memiliki posisi unik yang sulit disaingi oleh aset kripto lain.”
Selasa 23 September 2025 (11.30 Wita) Lokasi: Jl. Sunset Road No.48 a-b, Legian, Kec. Kuta, Kabupaten Badung, Bali 80361	

Sumber: Hasil wawancara, 23 September 2025

1. Pengguna Aktif

Berdasarkan hasil wawancara dengan Angga dan Dewi, keduanya sepakat bahwa literasi masyarakat mengenai Bitcoin masih rendah. Angga menilai banyak orang hanya mengetahui Bitcoin dari berita atau cerita teman tanpa benar-benar memahami teknologi blockchain yang mendasarinya. Hal ini membuat masyarakat mudah terpengaruh oleh stigma negatif yang melekat pada Bitcoin. Dewi menambahkan bahwa ketakutan masyarakat sering kali disebabkan oleh kurangnya edukasi yang masif dan kredibel. Temuan ini sejalan dengan penelitian Susilowardhani et al. (2022) yang menjelaskan bahwa rendahnya literasi digital menyebabkan masyarakat tidak mampu menilai manfaat maupun risiko Bitcoin secara objektif. Kedua narasumber juga menyinggung ketidakjelasan regulasi. Menurut Angga, status Bitcoin yang diakui sebagai komoditas oleh Bappebti (2024), tetapi dilarang sebagai alat pembayaran oleh Bank Indonesia, membuat masyarakat bingung. Dewi mengungkapkan bahwa regulasi yang tidak pasti ini menimbulkan rasa ragu, meskipun ia tetap percaya karena Indodax sudah berada di bawah pengawasan OJK dan Bappebti. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Fauzi & Sudarto (2021) yang menyatakan bahwa regulatory uncertainty menjadi hambatan dalam perkembangan adopsi aset digital. Zohar (2015) juga menekankan bahwa kejelasan regulasi merupakan elemen

penting dalam meningkatkan legitimasi misalnya dengan menyimpan Bitcoin di wallet pribadi. Dewi pun menilai bahwa keamanan bukan hanya tanggung jawab platform, tetapi juga perilaku pengguna. Pandangan ini konsisten dengan argumen Antonopoulos (2017) yang menyatakan bahwa keamanan aset kripto tidak hanya bergantung pada infrastruktur blockchain atau sistem exchange, melainkan juga. Angga menilai stigma itu muncul karena kurangnya informasi dan dominasi berita negatif di media, sedangkan Dewi menekankan bahwa kasus penipuan berkedok kripto memperkuat anggapan bahwa Bitcoin adalah judi atau skema ponzi. Menurut Tasca, Hayes & Liu (2018), stigma ini dipengaruhi oleh asosiasi Bitcoin dengan aktivitas ilegal. Dengan demikian, wawancara dengan pengguna aktif menegaskan pentingnya literasi digital, regulasi jelas, serta kampanye edukatif untuk menekan stigma negatif terhadap Bitcoin.

2. Pengguna Baru

Hasil wawancara dengan Astawa dan Manik menunjukkan bahwa motivasi awal mereka mengenal Bitcoin lebih banyak karena faktor fear of missing out (FOMO) dan pengaruh lingkungan sosial. Astawa mengaku awalnya ikut membeli Bitcoin hanya karena melihat tren di lingkungannya, sementara Manik menyatakan bahwa ia terdorong ikut berinvestasi setelah melihat teman-teman di media sosial memperoleh keuntungan. Hal ini sejalan dengan teori Diffusion of Innovations (Rogers, 2003), yang menjelaskan bahwa adopsi awal teknologi seringkali didorong oleh peer influence atau pengaruh teman sebaya, bukan pemahaman mendalam. Susilowardhani et al. (2022) juga menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan digital meningkatkan kerentanan masyarakat terhadap fenomena FOMO. Dari sisi regulasi, baik Astawa maupun Manik mengaku merasa bingung dengan ketidakjelasan status Bitcoin di Indonesia. Astawa menilai bahwa regulasi yang “setengah-setengah” membuat masyarakat menjadi ragu untuk terlibat lebih dalam, sedangkan Manik menekankan bahwa regulasi yang lebih tegas akan membuat investor baru merasa lebih percaya diri. Penelitian Fauzi & Sudarto (2021) menunjukkan bahwa regulatory uncertainty menjadi salah satu penyebab utama keraguan investor. Zohar (2015) juga menekankan bahwa kejelasan regulasi berpengaruh langsung terhadap legitimasi dan kepercayaan investor, sehingga peran pemerintah menjadi penting dalam membangun kepastian hukum.

Isu keamanan juga mendapat perhatian dari kedua narasumber. Astawa menilai bahwa meskipun Indodax terlihat aman, kekhawatiran tetap ada karena banyak berita tentang peretasan di exchange luar negeri. Manik pun menambahkan bahwa ia tetap merasa waspada dan memilih menggunakan autentikasi dua faktor. Menurut Narayanan et al. (2016), meski sistem blockchain relatif aman, kerentanan tetap ada pada exchange, sehingga edukasi mengenai keamanan pengguna menjadi penting. Antonopoulos (2017) menambahkan bahwa kesadaran pengguna (user awareness) adalah faktor yang tidak kalah penting dibandingkan infrastruktur teknis. Dalam hal stigma, keduanya mengakui bahwa masyarakat masih menilai Bitcoin sebagai bentuk judi digital atau alat spekulasi. Astawa menilai hal ini muncul karena kurangnya informasi yang benar, sementara Manik menambahkan bahwa stigma bahkan membuat keluarganya melarangnya berinvestasi. Menurut Gans & Halaburda (2015), persepsi negatif seperti ini sering kali muncul akibat ketidaktahuan dan berita sensasional, namun dapat berubah melalui regulasi yang jelas dan edukasi berkelanjutan. Dengan demikian, pengalaman pengguna baru menunjukkan bahwa meskipun minat terhadap Bitcoin cukup tinggi karena tren sosial, literasi, regulasi, dan edukasi keamanan tetap menjadi faktor penentu keberlanjutan adopsi.

Masyarakat Skeptis

Narasumber dari kelompok skeptis, yakni Eva dan Novi, memberikan perspektif yang sangat berbeda dibanding pengguna aktif maupun baru. Eva menilai literasi masyarakat soal Bitcoin sangat rendah karena sebagian besar orang hanya mengenal Bitcoin sebagai cara cepat kaya tanpa memahami risikonya. Novi bahkan menyebut bahwa literasi yang kurang membuatnya lebih memilih investasi tradisional yang dianggap lebih aman. Hal ini diperkuat oleh laporan OECD (2023) yang menegaskan bahwa rendahnya literasi kripto di negara berkembang meningkatkan kerentanan masyarakat terhadap hoaks dan skema penipuan. Arner et al. (2023) juga menemukan bahwa tingkat literasi keuangan digital yang rendah menjadi hambatan besar bagi adopsi kripto di Asia Tenggara. Ketidakjelasan regulasi menjadi alasan kuat bagi keduanya untuk tidak percaya pada Bitcoin. Eva menyebut bahwa status Bitcoin sebagai komoditas tetapi bukan alat pembayaran membuatnya ragu akan keberlangsungan aset tersebut di masa depan. Novi menambahkan bahwa ia lebih percaya pada emas atau deposito karena memiliki landasan hukum yang jelas. Temuan ini konsisten dengan data Bappebti (2024) dan sikap Bank Indonesia (2024) yang menegaskan bahwa hanya rupiah yang sah sebagai alat pembayaran. Fauzi & Sudarto (2021) menegaskan bahwa ketidakpastian regulasi memang menciptakan hambatan psikologis yang signifikan bagi calon investor. Soal keamanan, baik Eva maupun Novi menilai risiko sangat tinggi. Eva mengaku sering membaca berita tentang peretasan exchange di luar negeri, sementara Novi menegaskan bahwa serangan phishing dan pencurian aset membuatnya enggan mencoba. Hal ini konsisten dengan laporan Kaspersky (2023), yang mencatat peningkatan signifikan dalam serangan phishing yang menargetkan pemula. Narayanan et al. (2016) juga menekankan bahwa meskipun blockchain bersifat aman, exchange tetap menjadi titik lemah utama. Terakhir, mengenai stigma, keduanya merasa bahwa masyarakat lebih banyak terpengaruh oleh konten negatif di media sosial. Eva mengaku ketakutannya semakin besar karena melihat banyak video di TikTok dan YouTube yang menyoroti kerugian besar, sedangkan Novi menyebut bahwa stigma negatif dianggap wajar karena kasus penipuan berkedok kripto begitu marak. Penelitian Adiyanto (2023) membuktikan bahwa media sosial memang sering memperkuat stigma negatif terhadap Bitcoin dengan lebih menyoroti kasus penipuan ketimbang manfaatnya. Tasca, Hayes & Liu (2018) juga menegaskan bahwa stigma Bitcoin sebagian besar muncul karena asosiasi dengan aktivitas ilegal. Dengan demikian, perspektif masyarakat skeptis menunjukkan bahwa tanpa literasi yang memadai dan regulasi yang kuat, sulit bagi kelompok ini untuk percaya pada Bitcoin.

Karyawan Indodax

Pandangan karyawan Indodax, yaitu Kevin dan Sari, lebih menekankan pada strategi promosi dan edukasi yang dilakukan oleh perusahaan. Kevin menilai bahwa edukasi visual melalui Indodax Academy sangat efektif karena mampu menyederhanakan konsep kripto yang rumit. Hal ini sejalan dengan Cognitive Theory of Multimedia Learning (Mayer, 2009), yang menjelaskan bahwa kombinasi visual dan verbal dapat meningkatkan pemahaman. Sari juga menambahkan bahwa literasi digital di Indonesia masih rendah, hanya 49,68% (OJK, 2023), sehingga pendekatan visual sangat relevan. Indodax Academy (2025) mencatat peningkatan signifikan dalam jumlah akses materi visual, yang memperkuat efektivitas strategi ini. Selain edukasi visual, keduanya menilai kampanye digital Indodax, termasuk kampanye Aset Masa Depan, kompetisi komunitas, dan program referral, berhasil meningkatkan kepercayaan

masyarakat. Kevin mengaitkan hal ini dengan teori Integrated Marketing Communication (Kotler & Keller, 2016) yang menekankan konsistensi pesan lintas platform. Sari menekankan bahwa strategi berbasis komunitas mampu menciptakan kedekatan emosional dengan pengguna, sesuai dengan Brand Community Theory. Data Bappebti (2024) menunjukkan bahwa jumlah investor kripto di Indonesia mencapai lebih dari 20 juta orang, sebagian besar melalui Indodax, menandakan bahwa kampanye ini berkontribusi langsung pada pertumbuhan pasar. Terkait sosialisasi digital, Kevin menyebut bahwa Indodax memanfaatkan Instagram, YouTube (Indodax TV), Telegram, hingga webinar media digital mempercepat adopsi teknologi. Sari menambahkan bahwa interaksi aktif dengan pengguna di media sosial sejalan dengan Social Media Engagement Theory (Brodie et al., 2011), yang menekankan keterlibatan sebagai kunci membangun kepercayaan. Fakta empiris menunjukkan peningkatan pesat jumlah pengguna aktif media sosial Indodax dari 2022 hingga 2024 (Indodax Academy, 2025).

Akhirnya, semakin banyak orang menggunakan suatu teknologi, semakin besar pula nilainya. Sari menekankan aspek kepercayaan, sesuai dengan Data CoinMarketCap (2024) menunjukkan bahwa Bitcoin masih mendominasi lebih dari 50% kapitalisasi pasar global, sementara Bappebti (2024) melaporkan bahwa 70% transaksi kripto di Indonesia didominasi oleh Bitcoin. Dengan demikian, wawancara dengan karyawan Indodax menegaskan bahwa strategi promosi yang konsisten, edukasi visual, dan sosialisasi digital merupakan faktor penting dalam memperkuat posisi Bitcoin di Indonesia.

Triangulasi (Sumber, Teknik, dan Waktu)

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data menjadi hal yang sangat penting agar hasil penelitian dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Salah satu cara untuk menjaga keabsahan data adalah dengan menerapkan triangulasi. Triangulasi merupakan upaya membandingkan dan memeriksa data melalui berbagai sumber, teknik, atau waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi dan validitas informasi yang diperoleh (Sugiyono, 2024). Menurut Carter et al. (2014), triangulasi bertujuan memperkuat hasil penelitian dengan cara melihat suatu fenomena dari berbagai sudut pandang sehingga tidak bergantung pada satu sumber atau metode tunggal. Dengan pendekatan ini, data yang dikumpulkan menjadi lebih objektif, lengkap, dan terhindar dari bias pribadi peneliti.

Lebih lanjut, penelitian terkini oleh Feters dan Molina-Azorin (2023) menegaskan bahwa triangulasi tidak hanya berfungsi untuk menguji keabsahan, tetapi juga untuk memperluas pemahaman teoretis terhadap fenomena sosial. Dengan menggabungkan data dari berbagai dimensi seperti wawancara, observasi, dan dokumen peneliti dapat menemukan makna yang lebih dalam dan kompleks, serta mengidentifikasi pola yang mungkin tersembunyi jika hanya menggunakan satu metode. Denzin (2017) sebelumnya juga membedakan empat jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode, triangulasi peneliti, dan triangulasi teori, yang masing-masing berperan dalam memperkuat validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

Selain itu, Noble dan Heale (2019) menambahkan bahwa triangulasi yang baik tidak hanya menekankan keberagaman sumber, tetapi juga mempertimbangkan konteks waktu. Dalam penelitian sosial yang bersifat dinamis, data dapat berubah seiring perkembangan situasi atau pengalaman informan. Oleh karena itu, melakukan triangulasi waktu yaitu membandingkan data yang dikumpulkan pada momen berbeda dapat membantu memastikan bahwa temuan

penelitian tetap relevan dan mencerminkan kondisi sebenarnya. Dengan mengacu pada pandangan-pandangan terbaru tersebut, penerapan triangulasi dalam penelitian ini dilakukan secara menyeluruh melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu, untuk menjamin hasil penelitian yang kredibel, konsisten, dan mendalam dalam menggambarkan strategi promosi Bitcoin oleh Indodax serta persepsi masyarakat Indonesia terhadap aset kripto.

Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai narasumber yang memiliki latar belakang berbeda. Melalui cara ini, peneliti dapat menemukan pola kesamaan, perbedaan, dan kecenderungan pandangan dari setiap kelompok. Dalam penelitian ini, sumber data terdiri atas empat kategori, yaitu (1) pengguna aktif Indodax yang telah berpengalaman bertransaksi, (2) pengguna baru yang terdorong fenomena fear of missing out (FOMO), (3) masyarakat skeptis yang belum mempercayai Bitcoin, dan (4) karyawan Indodax sebagai pihak internal yang memahami strategi promosi dan edukasi perusahaan. Perbandingan antar kelompok ini memberikan gambaran menyeluruh tentang persepsi masyarakat terhadap literasi, regulasi, keamanan, dan stigma Bitcoin. Menurut Dedi Susanto (2023), triangulasi sumber tidak hanya membantu menemukan kebenaran yang bersifat tunggal, tetapi juga menggambarkan keragaman pandangan sosial yang membentuk realitas suatu fenomena. Hasil perbandingan antar narasumber dalam penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun masing-masing kelompok memiliki sudut pandang berbeda, terdapat titik temu pada pentingnya edukasi dan kejelasan regulasi sebagai kunci peningkatan kepercayaan terhadap Bitcoin. Dengan demikian, triangulasi sumber memastikan bahwa data yang diperoleh tidak bias terhadap kelompok tertentu saja.

Triangulasi Teknik atau Metode

Selain menggunakan berbagai sumber data, penelitian ini juga menerapkan triangulasi teknik atau metode, yaitu strategi pengujian keabsahan data dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk meneliti fenomena yang sama. Pendekatan ini dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam, menyeluruh, dan valid mengenai strategi promosi Bitcoin oleh Indodax serta persepsi masyarakat Indonesia terhadap aset kripto. Menurut Arianto (2024), triangulasi metode berfungsi untuk menutupi kelemahan dari satu teknik dengan kekuatan dari teknik lainnya, sehingga hasil penelitian menjadi lebih objektif dan tidak bias terhadap pendekatan tunggal. Hal ini sejalan dengan pandangan Schlunegger et al. (2023) yang menegaskan bahwa penggunaan berbagai metode pengumpulan data dalam penelitian sosial modern tidak hanya meningkatkan validitas, tetapi juga memperkaya interpretasi peneliti terhadap fenomena yang kompleks, khususnya ketika objek penelitian berkaitan dengan perilaku manusia dan interaksi digital. Dalam konteks penelitian ini, triangulasi metode dilakukan dengan memadukan tiga teknik utama, yaitu: (1) wawancara mendalam, (2) observasi media sosial, dan (3) analisis dokumen. Ketiga teknik ini saling melengkapi dan digunakan secara paralel untuk memastikan bahwa setiap temuan dapat diuji kebenarannya dari berbagai sudut pandang.

Pertama, wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh pemahaman langsung dari para informan terkait pandangan, pengalaman, serta persepsi mereka terhadap Bitcoin dan strategi promosi yang dilakukan oleh Indodax. Melalui wawancara ini, peneliti menggali opini

dari berbagai tipe informan, mulai dari pengguna lama Indodax yang sudah berpengalaman, pengguna baru yang terdorong oleh rasa FOMO (Fear of Missing Out), masyarakat yang masih skeptis terhadap aset kripto, hingga karyawan Indodax dan edukator publik seperti Timothy Ronald. Teknik wawancara memungkinkan peneliti memahami makna subjektif yang dibentuk oleh individu terhadap Bitcoin, baik dari sisi kepercayaan, persepsi risiko, maupun motivasi adopsi. Sebagaimana dijelaskan oleh Creswell dan Poth (2018), wawancara mendalam dalam penelitian kualitatif memberikan ruang bagi partisipan untuk mengekspresikan pandangannya secara bebas dan kontekstual, sehingga peneliti dapat menangkap nuansa emosional dan sosial di balik jawaban yang diberikan.

Kedua, observasi media sosial digunakan untuk melihat secara langsung bagaimana strategi promosi dan pesan edukatif Indodax disampaikan kepada masyarakat dalam ruang digital. Observasi dilakukan pada beberapa platform seperti Instagram, YouTube, Telegram, dan TikTok, yang merupakan media utama penyebaran konten promosi dan edukasi kripto. Melalui observasi ini, peneliti tidak hanya menilai konten secara visual dan verbal, tetapi juga memperhatikan pola interaksi antara Indodax, edukator, dan pengguna termasuk jumlah keterlibatan (engagement), komentar, serta respon publik terhadap kampanye yang dijalankan. Hal ini penting karena dalam era komunikasi digital, efektivitas promosi tidak hanya diukur dari jumlah tayangan atau pengikut, tetapi juga dari tingkat partisipasi dan persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan. Sejalan dengan teori digital ethnography dari Kozinets (2020), observasi di media sosial membantu peneliti memahami dinamika budaya digital dan cara masyarakat berinteraksi dengan simbol, narasi, serta pesan yang dikonstruksi secara daring.

Ketiga, analisis dokumen dilakukan untuk memperkuat temuan dari wawancara dan observasi dengan menelaah sumber tertulis yang relevan. Dokumen yang dianalisis meliputi materi kampanye digital resmi Indodax, artikel edukasi yang diterbitkan di laman resmi dan media partner, laporan aktivitas komunitas, serta konten edukatif yang diproduksi oleh figur publik dan edukator kripto seperti Timothy Ronald. Selain itu, analisis juga mencakup dokumen sekunder seperti berita ekonomi, laporan riset pasar kripto, dan pernyataan resmi dari Bappebti atau OJK yang berkaitan dengan regulasi aset digital di Indonesia. Dengan cara ini, analisis dokumen berperan sebagai alat verifikasi terhadap data empiris dari lapangan. Bowen (2009) menjelaskan bahwa analisis dokumen memiliki keunggulan dalam memberikan konteks historis dan kebijakan terhadap fenomena yang diteliti, sehingga data yang dihasilkan tidak hanya bersifat empiris tetapi juga interpretatif. Hasil dari ketiga teknik tersebut kemudian dibandingkan dan dikonfirmasi satu sama lain untuk menguji konsistensi informasi yang diperoleh. Misalnya, apabila dalam wawancara informan menyebutkan bahwa edukasi Indodax efektif dalam meningkatkan literasi kripto, pernyataan tersebut kemudian diverifikasi melalui observasi terhadap konten edukasi yang diunggah di media sosial dan analisis dokumen resmi terkait tingkat partisipasi publik. Jika terdapat ketidaksesuaian antara pernyataan dan bukti empiris, peneliti melakukan refleksi mendalam untuk menafsirkan penyebab perbedaan tersebut, apakah disebabkan oleh persepsi individu, bias sosial, atau konteks komunikasi yang berbeda. Pendekatan semacam ini memastikan bahwa hasil penelitian tidak hanya menggambarkan opini subjektif, tetapi juga mengandung validitas empiris yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan mengombinasikan wawancara, observasi, dan analisis dokumen, penelitian ini menjadi lebih komprehensif, kaya makna, dan kontekstual. Triangulasi metode tidak hanya memperkuat kredibilitas temuan, tetapi juga membantu peneliti

menangkap kompleksitas interaksi antara strategi promosi, kepercayaan publik, dan dinamika sosial dalam ekosistem aset kripto Indonesia. Pendekatan multi-metode ini sejalan dengan prinsip metodologis kualitatif modern yang menekankan pada pemahaman fenomena secara mendalam daripada sekadar pengukuran statistik. Dengan demikian, triangulasi teknik dalam penelitian ini berperan sebagai fondasi utama untuk menjamin keabsahan data, mengurangi bias interpretatif, serta memperluas wawasan tentang bagaimana strategi promosi Indodax beroperasi dalam membentuk persepsi dan adopsi Bitcoin di masyarakat Indonesia.

Triangulasi Waktu

Selain triangulasi sumber dan teknik, penelitian ini juga menerapkan triangulasi waktu. Carter et al. (2014) menjelaskan bahwa triangulasi waktu digunakan untuk menguji konsistensi data dengan melakukan pengumpulan informasi pada waktu yang berbeda. Tujuannya agar hasil penelitian tidak dipengaruhi oleh kondisi sesaat atau situasi tertentu. Dalam penelitian ini, proses wawancara dan observasi dilakukan antara 23–27 September 2025, di beberapa lokasi seperti Denpasar, Canggu, Kerobokan, Kuta, hingga kantor Indodax Bali. Pemilihan waktu dan tempat yang bervariasi ini dimaksudkan untuk melihat apakah terdapat perubahan atau perbedaan pandangan narasumber di berbagai momen dan konteks sosial. Schlunegger et al. (2023) menekankan bahwa triangulasi waktu penting dilakukan untuk menghindari bias temporal, yaitu ketika hasil penelitian hanya mencerminkan kondisi sesaat dan bukan kecenderungan umum. Dalam konteks penelitian ini, perbedaan waktu wawancara membantu peneliti melihat apakah persepsi masyarakat terhadap Bitcoin tetap stabil atau mengalami perubahan, misalnya akibat berita regulasi baru atau tren harga kripto yang sedang meningkat. Dengan demikian, triangulasi waktu tidak hanya memperkuat validitas data, tetapi juga membantu menggambarkan dinamika sosial yang lebih nyata. Penerapan ketiga jenis triangulasi sumber, teknik, dan waktu dilakukan secara terpadu untuk memastikan data yang diperoleh bersifat kredibel, dapat diandalkan (dependable), dan objektif (confirmable). Proses ini tidak hanya memastikan kesesuaian antar temuan, tetapi juga memperlihatkan variasi makna yang muncul dari berbagai konteks sosial dan waktu yang berbeda. Peneliti kemudian membandingkan hasil antar metode dan sumber melalui matriks triangulasi, yang berfungsi untuk memetakan kesamaan dan perbedaan temuan. Pendekatan triangulasi ini juga sejalan dengan anjuran penelitian modern yang menekankan transparansi metodologis (Schlunegger et al., 2023) dan pentingnya menggabungkan berbagai teknik agar hasil penelitian lebih akurat (Bambang Arianto, 2024). Melalui kombinasi triangulasi sumber, teknik, dan waktu, penelitian ini berhasil menggambarkan secara komprehensif strategi promosi dan edukasi Bitcoin oleh Indodax di Indonesia, serta memastikan bahwa setiap data yang digunakan benar-benar valid dan representatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif melalui wawancara, observasi media sosial, dan analisis konten promosi, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi Bitcoin oleh Indodax bersifat sistematis, edukatif, dan berbasis komunitas dengan tujuan membangun pemahaman serta kepercayaan publik terhadap aset digital dan teknologi blockchain. Pendekatan yang digunakan meliputi edukasi visual untuk menyederhanakan konsep kripto, kampanye digital yang menargetkan generasi muda melalui media sosial, serta sosialisasi berbasis komunitas

yang menumbuhkan rasa kebersamaan dan kepercayaan pengguna. Namun, efektivitas strategi ini masih dibatasi oleh rendahnya tingkat literasi keuangan, perbedaan generasi, serta faktor eksternal seperti regulasi yang belum jelas, pemberitaan negatif, dan kondisi ekonomi nasional. Secara teoritis, penerimaan publik terhadap Bitcoin dipengaruhi oleh faktor keunggulan relatif, kesesuaian sosial, kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial dari figur publik, dengan kepercayaan dan regulasi sebagai variabel mediasi utama. Oleh karena itu, meskipun strategi promosi Indodax sudah mengarah pada pendekatan partisipatif dan edukatif, keberhasilannya masih memerlukan penguatan literasi keuangan, perluasan jangkauan demografis, serta sinergi antara industri, regulator, dan edukator publik agar adopsi Bitcoin di Indonesia dapat berkembang secara sehat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurohim, A., & Irfan, M. (2024). Cryptocurrency dan stabilitas sistem keuangan: Tinjauan literatur dampak, peluang, dan tantangan regulasi. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 21(2), 64–94.
- Amrillah, M. W., & Gusthomi, M. I. (2025). Kesiapan kerangka hukum Indonesia dalam menghadapi ekonomi digital: Tantangan administrasi negara untuk mengatur, memungut, dan mengawasi pajak digital. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 6(1), 1513–1531.
- Antonopoulos, A. M. (2017). *Mastering Bitcoin: Programming the open blockchain* (2nd ed.). O'Reilly Media.
- Bank Indonesia. (2018, January 12). *Bank Indonesia memperingatkan kepada seluruh pihak agar tidak menjual, membeli atau memperdagangkan virtual currency*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/newsrelease/Pages/sp_200418.aspx
- Berutu, J. R., & Prasetyo, D. A. (2025). *Aset kripto di Indonesia: Regulasi, pengawasan, dan kepastian hukum di era digital*. Deepublish.
- CoinMarketCap. (2025). *Bitcoin market capitalization*. <https://coinmarketcap.com>
- Faqih, M. A. (2025). *Analisis strategi kreatif Indodax dalam membangun brand image di industri cryptocurrency* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia].
- Kharisma, D. B., & Uwais, I. (2023). Studi komparasi regulasi perdagangan aset kripto di Indonesia, Amerika Serikat, dan Jepang. *Perspektif*, 28(3), 141–153.
- Kholis, I. M. (2024). Perlindungan data pribadi dan keamanan siber di sektor perbankan: Studi kritis atas penerapan UU PDP dan UU ITE di Indonesia. *Staatsrecht: Jurnal Hukum Kenegaraan dan Politik Islam*, 4(2), 275–299.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laita, R. H. (2025). Kritik terhadap lemahnya penegakan hukum dalam kasus cybercrime peretasan platform kripto Indodax 2024. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 6(2), 218–228.
- Maharani, C. (2025). Kepastian hukum aset kripto konsumen pada perusahaan yang ditolak izin perdagangannya oleh Otoritas Jasa Keuangan. *Krisna Law: Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana*, 7(3).
- Medidjati, R. A., & Heryana, T. (2024). *Investasi bodong: Fenomena, bias perilaku investor, dan dampaknya di Indonesia*. Penerbit Adab.
- Majelis Ulama Indonesia. (2021). *Keputusan fatwa hukum uang kripto atau cryptocurrency*. <https://mui.or.id/berita/32209/keputusan-fatwa-hukum-uang-kripto-ataucryptocurrency/>
- Prameswari, A. D. (2025). Analisis kritis celah regulasi investasi bodong sebagai peningkatan tata kelola bisnis terkait investasi. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 7(1), 5.
- Rahmawati, R., & Ismail, H. (2025). Analisis kesiapan regulasi zakat dan wakaf dalam

- menghadapi transformasi digital: Perspektif fiqh dan kebijakan publik. *Jurnal Tana Mana*, 6(1), 544–551.
- Rianda, F. U. (2025). *Urgensi pengaturan central bank digital currency untuk melindungi data pribadi dari cybercrime di Indonesia* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim].
- Satrio, E. S. (2022). *Analisis preferensi investor terhadap keputusan investasi pada aset cryptocurrency (Studi kasus komunitas Satoshi BTCS Gayeng)* [Skripsi, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri].
- Siboro, C. C., Sihombing, N. G., & Pakpahan, D. A. R. (2024). Peran Otoritas Jasa Keuangan dalam pengawasan transaksi kripto di Indonesia: Tinjauan regulasi dan tantangannya. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(6), 92–102.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambun, M. A., & Putuhena, M. I. (2022). Tata kelola pembentukan regulasi terkait perdagangan mata uang kripto (cryptocurrency) sebagai aset kripto (crypto asset). *Mahadi: Indonesia Journal of Law*, 1(1), 33–57.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).