

## REKONSTRUKSI CITRA DIRI DALAM JASA *JOKI GALBAY* ANALISIS WACANA KRITIS RELASI PENYELAMAT DAN KORBAN DI MEDIA SOSIAL FACEBOOK, TIKTOK, DAN INSTAGRAM

*Ridha Nazharullah*<sup>1\*</sup>

*Lisya Ramitha Putri*<sup>2</sup>

Universitas Muhammadiyah Banjarmasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin  
e-mail: \* [ridhanazharulah@umbjm.ac.id](mailto:ridhanazharulah@umbjm.ac.id)

**Abstrak:** Pesatnya pertumbuhan *financial technology* (fintech) di Indonesia memunculkan fenomena gagal bayar (galbay) yang dialami debitur akibat asimetri literasi finansial. Kerentanan ini dimanfaatkan oleh penyedia jasa "Joki Galbay" melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi wacana persuasif dan struktur dominasi hegemoni yang dibangun oleh penyedia jasa joki dalam mengeksplorasi kondisi psikologis debitur. Menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. van Dijk yang disintesiskan dengan teori retorika Aristoteles, penelitian ini membedah dimensi teks, skema sosial, dan konteks sosial dari wacana di Facebook, TikTok, dan Instagram. Temuan menunjukkan bahwa bahasa digunakan sebagai instrumen kekuasaan yang memanipulasi emosi (*pathos*) dan logika semu (*logos*). Joki merekonstruksi citra diri sebagai "penyelamat" (*savior*) yang memiliki otoritas semu (Ethos), sementara menempatkan debitur dalam posisi subordinat sebagai "korban" yang bergantung. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa AWK efektif membongkar hegemoni digital yang beroperasi melalui strategi manipulasi kognitif (*risk reduction*) demi keuntungan ekonomi sepihak.

**Kata Kunci:** rekonstruksi citra diri; analisis wacana kritis; joki galbay.

## **SELF-IMAGE RECONSTRUCTION IN GALBAY JOCKEY SERVICES A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN RESCUERS AND VICTIMS ON SOCIAL MEDIA: FACEBOOK, TIKTOK, AND INSTAGRAM**

*Ridha Nazharullah<sup>1\*</sup>*

*Lisya Ramitha Putri<sup>2</sup>*

Muhammadiyah University of Banjarmasin, Antasari State Islamic University of Banjarmasin

e-mail: \* [ridhanazharulah@umbjm.ac.id](mailto:ridhanazharulah@umbjm.ac.id)

**Abstract:** The rapid growth of *financial technology* (fintech) in Indonesia has led to the phenomenon of loan defaults (*gagal bayar/galbay*) experienced by debtors due to financial literacy asymmetry. This vulnerability is exploited by "Joki Galbay" services operating via social media. This study aims to analyze the construction of persuasive discourse and hegemonic power relations built by these service providers to exploit the debtors' psychological distress. Employing a qualitative case study method with the Critical Discourse Analysis (CDA) model by Teun A. van Dijk synthesized with Aristotle's rhetoric theory, the study dissects the textual, social cognition, and social context dimensions of the discourse on Facebook, TikTok, and Instagram. The findings indicate that language is utilized as an instrument of power that manipulates emotions (*pathos*) and pseudo-logic (*logos*). Joki reconstructs their self-image as a "savior" possessing false authority (*Ethos*), while placing the debtor in a subordinate position as a dependent "victim." The study's implication asserts that CDA is effective in deconstructing digital hegemony operating through strategies of cognitive manipulation (*risk reduction*) for one-sided economic gain.

**Keywords:** Self-Image Reconstruction; Critical Discourse Analysis; Joki Galbay.

## A. PENDAHULUAN

Transformasi lanskap keuangan digital di Indonesia melalui *financial technology* (fintech) telah meningkatkan aksesibilitas kredit bagi masyarakat *unbanked* dan *underbanked*. Namun, inklusi keuangan yang tidak diimbangi dengan literasi memadai memicu permasalahan struktural, seperti jeratan utang akibat suku bunga tinggi dan mekanisme penagihan yang agresif. Ketidakmampuan debitur memenuhi kewajiban finansial ("gagal bayar") menciptakan kerentanan psikologis dan sosial yang signifikan.

Dalam ekosistem digital, kerentanan ini dieksplorasi oleh aktor informal yang menawarkan jasa mediasi utang atau dikenal sebagai "Joki Galbay". Melalui platform media sosial seperti Facebook, TikTok, dan Instagram, para aktor ini beroperasi massif membangun narasi solutif di tengah krisis yang dialami debitur.

Berdasarkan tinjauan riset terdahulu dan rumpang penelitian, fenomena pinjaman online dan gagal bayar telah banyak dikaji, namun mayoritas studi masih terpaku pada perspektif normatif-legal dan ekonomi makro. Penelitian seperti yang dilakukan oleh (Ali, 2023, Dzaky, dkk. 2024) berfokus pada perlindungan hukum bagi pemberi dan penerima pinjaman serta efektivitas penegakan hukum terhadap pinjol ilegal. Di sisi lain, (Gomulya, 2023, Wardhono, dkk. 2018) menyoroti aspek literasi digital dan inklusi keuangan sebagai faktor determinan dalam perilaku ekonomi masyarakat. Sementara itu, studi mengenai strategi komunikasi di media sosial, seperti penelitian (Tania & Laksono, 2022) dan (Paramita, dkk. 2023), memang telah membahas strategi pesan persuasif, namun terbatas pada konteks pemasaran produk yang sah (*legitimate marketing*) dan pembangunan citra jenama (*brand image*).

Dari keterbatasan riset terdahulu, belum banyak literatur yang secara spesifik membedah bagaimana bahasa digunakan dalam praktik ekonomi abu-abu (*grey economy*) seperti jasa "Joki Galbay". Terdapat kekosongan literatur (*gap*) dalam menganalisis bagaimana wacana persuasif dikonstruksi bukan untuk menjual produk, melainkan untuk mengeksplorasi keputusasaan (*desperation*) dan membalikkan logika risiko hukum menjadi peluang keselamatan. Studi terdahulu belum secara mendalam menyentuh aspek mikro-linguistik yang membongkar struktur dominasi asimetris antara penyedia jasa ilegal dan korban dalam ruang digital.

Berkenaan urgensi dan kebaruan, penelitian ini hadir untuk mengisi rumpang tersebut dengan menawarkan perspektif dengan menggunakan pendekatan linguistik kritis. Berbeda dengan pendekatan pemasaran konvensional, penelitian ini menggunakan pisau analisis Analisis Wacana Kritis (AWK) untuk mengungkap hegemoni di balik teks promosi. Meskipun AWK telah banyak digunakan untuk membedah ketimpangan kuasa di media massa (Fauzan, 2014), penerapannya dalam konteks wacana kejahatan finansial siber (*cyber-financial crime*) masih sangat terbatas.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah menganalisis bahasa sebagai instrumen legitimasi praktik ilegal. Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini berupaya menjawab dua pertanyaan pokok:

1. Bagaimana strategi wacana persuasif "Joki Galbay" dikonstruksi melalui dimensi teks, skema sosial, dan konteks sosial di media sosial (Facebook, TikTok, dan Instagram)?
2. Bagaimana wacana tersebut merekonstruksi struktur dominasi yang menempatkan joki sebagai "penyelamat" dan debitur sebagai "korban" di ruang digital?

Penelitian ini bertujuan merekonstruksi bagaimana bahasa difungsikan sebagai instrumen legitimasi praktik ekonomi berisiko. Secara spesifik, studi ini akan menginvestigasi bagaimana Joki menempatkan diri sebagai pihak superior (*penyelamat*), sedangkan debitur diposisikan sebagai pihak inferior (*korban*), serta bagaimana elemen retorika digunakan untuk memanipulasi skema sosial korban.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam strategi wacana yang digunakan oleh "Joki Galbay" dalam konteks aslinya di media sosial.

### 2.1. Kerangka Analisis

Penelitian ini menerapkan Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. van Dijk yang disintesiskan dengan Teori Retorika Aristoteles.

Kerangka	Fungsi dalam Penelitian
AWK van Dijk	Membaca wacana pada tiga dimensi: Struktur Teks (pilihan dixsi, <i>framing</i> ), Skema sosial (representasi mental Joki/Korban), dan Konteks Sosial (krisis utang pinjol).
Retorika Aristoteles	Mengkategorisasi strategi persuasi: <i>Ethos</i> (membangun kredibilitas joki), <i>Pathos</i> (mengeksploitasi emosi korban), dan <i>Logos</i> (menggunakan logika semu).

### 2.2. Sumber Data dan Data Penelitian

#### A. Jenis dan Jumlah Data

Data penelitian ini adalah data tekstual dan visual yang bersumber dari konten media sosial.

1. Jenis Data: Tangkapan layar (*screenshot*) yang berisi: (a) Teks promosi, (b) Video pendek yang mengandung teks persuasif (misalnya, di TikTok), (c) Interaksi dalam kolom komentar, dan (d) Cuplikan percakapan negosiasi awal (via DM/WhatsApp).

2. Jumlah Data Inti: Sebanyak 16 unit wacana telah dikumpulkan dan dianalisis secara intensif. Unit wacana ini berasal dari akun Joki Galbay yang berbeda di tiga platform utama.

### **B. Kriteria Penentuan Data (Sampling)**

Penentuan data menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Relevansi Topik: Wacana harus secara eksplisit menawarkan jasa "Joki Galbay" atau sejenisnya ("Galbay Aman," "Pemutihan Data," dll.).
2. Visibilitas: Wacana berasal dari akun yang memiliki interaksi tinggi (jumlah *like*, *share*, atau komentar yang menunjukkan potensi pengaruh luas).
3. Platform: Wacana tersebar merata dari tiga platform utama yang menjadi fokus studi kasus: Facebook, TikTok, dan Instagram.
4. Representasi Struktur dominasi: Wacana yang dipilih harus mengandung elemen linguistik yang jelas menunjukkan konstruksi citra diri (joki sebagai "penyelamat" dan debitur sebagai "korban").

### **C. Periode Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan dalam periode Tiga Bulan (Mei 2025 hingga Juli 2025). Periode ini dipilih untuk memastikan data yang terkumpul merepresentasikan tren wacana yang paling mutakhir dan aktif pada saat penelitian dilakukan.

#### **2.3. Validasi Data (Keabsahan Data)**

Validitas temuan penelitian ini dijamin melalui dua teknik utama:

1. Triangulasi Sumber Data: Analisis tidak hanya didasarkan pada satu jenis teks (misalnya, hanya *caption* promosi), tetapi melibatkan perbandingan dan konfirmasi antar sumber yang berbeda (Teks Promosi di Facebook, Video di TikTok, dan Interaksi Komentar) untuk memastikan konsistensi strategi wacana.
2. Validasi Temuan oleh Pakar (*Expert Review*): Temuan awal dan interpretasi linguistik akan dikonsultasikan dengan seorang pakar di bidang Analisis Wacana Kritis atau Sosiolinguistik untuk meminimalisir bias interpretasi peneliti dan memperkuat objektivitas akademik.

## **C. PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan temuan data tekstual dan visual dari media sosial (Facebook, TikTok, Instagram) yang dikelompokkan berdasarkan dimensi analisis AWK: Struktur Teks (Mikro), Skema sosial, dan Konteks Sosial.

### **3.1. Struktur Teks (Strategi Persuasif Mikro)**

Temuan menunjukkan pola linguistik yang konsisten dalam wacana "Joki Galbay" untuk membangun kepercayaan dan mereduksi risiko di mata debitur.

<b>Strategi Teks (Temuan Data)</b>	<b>Elemen Linguistik</b>	<b>Fungsi Retorika &amp; Kuasa</b>
Eufemisme dan Jargon Semu	Penggunaan frasa: " <i>Galbay Aman</i> ", " <i>Pemutihan Data</i> ",	Mereduksi Risiko ( <i>Risk Reduction</i> ): Mengganti konsekuensi hukum/etik

Strategi Teks (Temuan Data)	Elemen Linguistik	Fungsi Retorika & Kuasa
	"Jalur Khusus", "Metode AJAIB"	wanprestasi dengan terminologi yang <i>aman</i> dan <i>solutif</i> , memanipulasi kategori kognitif debitur dari <i>illegal</i> menjadi <i>prosedural</i> .
Aksi Kepahlawanan (Klaim Ethos)	Diksi kepemilikan otoritas: "Kami Punya Akses", "Sudah Kami Kawal Puluhan Klien", "Dibantu Sampai Beres"	Konstruksi <i>Ethos</i> Superior: Membangun citra diri joki sebagai pihak yang memiliki otoritas, pengetahuan eksklusif, dan kemampuan menyelesaikan masalah yang tidak dimiliki debitur.
Amplifikasi Pathos	Penggunaan kata-kata yang memicu ketakutan (seperti "Teror DC" dan "Malu"), diikuti dengan janji penyelesaian instan: "Stop Galbay, Hentikan Penderitaanmu Sekarang!"	Eksloitasi Emosi ( <i>Pathos</i> ): Memanfaatkan kondisi psikologis korban (rasa takut dan putus asa) untuk memintas pemikiran rasional ( <i>Logos</i> ), mendorong tindakan impulsif.

### 3.2. Konstruksi Struktur Dominasi dalam Wacana

Wacana Joki Galbay secara sistematis merekonstruksi citra diri untuk menciptakan struktur dominasi yang asimetris: Joki sebagai *Penyelamat* dan Debitur sebagai *Korban*.

1. Penyelamat (Joki): Dibingkai sebagai pihak yang "bersih" dan "berilmu". Mereka menawarkan *pengetahuan rahasia* tentang celah sistem pinjol.
2. Korban (Debitur): Dibingkai sebagai pihak yang "bodoh" atau "lemah" (tidak tahu cara melawan *debt collector*).

Relasi ini terungkap melalui instruksi verbal yang bersifat direktif: "*Serahkan saja pada kami*" (wacana di Instagram) yang menegaskan subordinasi total debitur terhadap otoritas Joki.

Pembahasan ini mendiskusikan temuan yang telah disajikan dalam Seksi 3, dengan fokus pada dialog antara data empiris dan kerangka teoretis AWK Van Dijk serta Retorika Aristoteles. Tujuannya adalah untuk mengkonfirmasi, memperluas, dan menunjukkan relevansi teori-teori tersebut dalam konteks wacana kejahatan finansial digital.

### 4.1. Dialektika Teks dan Skema sosial: Konfirmasi AWK Van Dijk

Temuan mengenai strategi eufemisme dan reduksi risiko (3.1) merupakan konfirmasi eksplisit terhadap hubungan dialektis antara **Struktur Teks dan Skema sosial** dalam model AWK Van Dijk.

### **A. Manipulasi Skema Kognitif melalui *Risk Reduction***

Wacana Joki Galbay menggunakan diksi "*Galbay Aman*" dan "*Pemutihan Data*" sebagai strategi pemilihan leksikal mikro yang kuat. Secara skema sosial, ini adalah upaya disengaja untuk memanipulasi skema risiko debitur. Joki tidak hanya mendeskripsikan realitas, tetapi merekonstruksi realitas tersebut di benak korban.

AWK Konfirmasi: Van Dijk menegaskan bahwa kelompok yang berkuasa (dalam hal ini Joki, sebagai pemilik *pengetahuan eksklusif*) menggunakan strategi linguistik untuk memproduksi Model Mental Bersama (Skema Keamanan Palsu) di antara kelompok yang lemah (debitur). Manipulasi ini melegitimasi praktik ilegal (melawan hukum) dengan mengubahnya menjadi praktik yang tampak rasional dan tanpa risiko di tingkat kognisi individu.

### **B. Penggunaan *Pathos* sebagai Instrumen Kekuasaan Kognitif**

Amplifikasi *Pathos* (rasa takut) yang terwujud dalam frasa seperti "*Hentikan Penderitaanmu Sekarang!*" menunjukkan bahwa Joki Galbay memahami dan mengeksploitasi Model Mental *Trauma* yang dialami debitur.

Hubungan AWK dan Retorika: Dalam konteks AWK, *Pathos* tidak hanya dilihat sebagai teknik retorika (seperti pada Aristoteles), tetapi sebagai strategi ideologis. Ideologi Joki (yaitu, *eksploitasi keuntungan di atas penderitaan*) dijalankan dengan mengaktifkan *Pathos* yang sudah ada. Keberhasilan Joki bergantung pada kemampuannya untuk menurunkan fungsi kontrol kognitif korban yang sedang panik. Joki memanfaatkan kekuasaan psikologis yang tercipta dari rasa takut untuk memaksakan konsensus (*consent*) pada layanan mereka.

### **4.2. Perluasan Teori Struktur dominasi: *Hegemoni Digital***

Temuan mengenai konstruksi relasi Penyelamat dan Korban (3.2) memperluas pemahaman tentang struktur dominasi dalam konteks digital.

#### **A. Kekuasaan Berbasis Pengetahuan (Ethos Semu)**

Joki membangun *Ethos* (kredibilitas) dengan mengklaim Pengetahuan Eksklusif (misalnya, "*Kami Punya Akses*" atau "*Metode Rahasia*").

1. AWK Perluasan: Kekuasaan Joki di sini bukan bersumber dari struktur sosial-ekonomi formal (seperti pemerintah atau lembaga keuangan), melainkan dari kekuasaan simbolik digital. Joki menjadi 'pahlawan' karena menjanjikan pengetahuan yang melampaui otoritas penegak hukum atau regulator. Ini menunjukkan bahwa struktur dominasi di ruang siber dapat terbentuk sangat cepat dan efisien hanya melalui klaim otoritas verbal yang didukung oleh keputusasaan target.
2. Implikasi Ideologis: Ideologi yang terbentuk adalah bahwa solusi ilegal lebih efektif daripada solusi formal. Ini adalah tantangan implisit terhadap legitimasi sistem regulasi dan hukum, yang semakin memperkuat subordinasi debitur.

## B. Struktur Dominasi Melalui *Logos* yang Terdistorsi

Strategi Joki menggunakan *Logos* semu (misalnya, menormalisasi wanprestasi dengan alasan "*pinjol ilegal tidak perlu dibayar*") adalah manifestasi kekuasaan struktural.

AWK Refleksi: Joki menjalankan kontrol wacana (*discourse control*) dengan memaksakan *logika* mereka sendiri. Meskipun argumen tersebut secara hukum cacat, dalam konteks sosial korban yang tertekan, logika semu ini menjadi Logos yang Dominan. Ini adalah bukti bagaimana kekuasaan dioperasikan, tidak harus melalui paksaan fisik, tetapi melalui koersi kognitif—membuat korban secara *volunteer* mengadopsi kerangka berpikir yang menguntungkan kelompok yang berkuasa (Joki).

### 4.3. Tantangan dan Arah Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini mengonfirmasi relevansi AWK dan Retorika dalam menganalisis wacana eksploitasi di media sosial.

1. Mengembangkan AWK-Retorika: Studi ini menunjukkan bahwa analisis retorika tidak boleh hanya bersifat kategoris (*hanya menyebutkan Pathos*), tetapi harus disematkan dalam analisis ideologis AWK (*Pathos digunakan sebagai alat kekuasaan kognitif*).
2. Menantang Konsep Tradisional: Fenomena Joki Galbay menantang konsep tradisional tentang *marketing* dan *persuasi*. Dalam kasus ini, persuasi bermuatan eksploitasi berfungsi sebagai alat hegemoni yang beroperasi di luar batas etika dan hukum.
3. Arah Selanjutnya: Penelitian lanjutan perlu menggunakan temuan AWK ini sebagai dasar untuk menguji dampak *intervensi* (misalnya, literasi digital kritis) terhadap kemampuan debitur untuk menolak *hegemoni digital* ini. Hal ini dapat dikembangkan melalui studi eksperimental yang menguji respons audiens terhadap wacana Joki Galbay.

## D. KESIMPULAN

Temuan utama pada penelitian ini terdapat tiga dimensi. Struktur dominasi Hegemonik berupa wacana "Joki Galbay" berhasil membangun struktur dominasi asimetris di media sosial, di mana joki merekonstruksi diri sebagai "Penyelamat" berkat klaim otoritas (Ethos semu), sementara debitur diposisikan sebagai "Korban" yang berada dalam kondisi subordinat dan bergantung. Manipulasi Kognitif berupa persuasi dioperasikan melalui manipulasi kognitif dengan mengeksplorasi emosi (*Pathos*) korban (rasa takut) dan menggunakan logika semu (*Logos* yang terdistorsi) serta eufemisme ("*Galbay Aman*") untuk menormalisasi wanprestasi dan mereduksi persepsi risiko. Fungsi Ideologis berupa bahasa berfungsi sebagai instrumen yang melegitimasi praktik ekonomi ilegal dengan menyebarkan ideologi anti-regulasi yang menantang sistem hukum demi keuntungan finansial sepihak.

Kontribusi Ilmiah pada penelitian ini memperluas penggunaan Analisis Wacana Kritis (AWK) Van Dijk ke dalam konteks baru wacana kejahatan finansial siber, menegaskan relevansi teori tersebut dalam membongkar operasi kekuasaan simbolik di

ruang digital. Adapun keterbatasannya, fokus penelitian pada data tekstual publik dari media sosial membatasi kedalaman analisis skema sosial dan pengalaman subjektif korban secara komprehensif, sehingga memerlukan studi lanjutan yang berbasis etnografi digital dan wawancara mendalam.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, N. 2023. Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Pinjaman Terhadap Resiko Gagal Bayar Pinjaman Online. *Palangka Law Review*, 3(1), 14–31. DOI <https://doi.org/10.52850/palarev.v3i1.9487>
- Amory, J. D. S., & Mudo, M. 2025. Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur Tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37.
- Azzikri, M. F. 2023. *Kebiasaan Menggunakan Layanan Jasa Pinjaman Online Oleh Pemuda di Kota Tangerang*. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Dzaky, A. R. A., Kamal, M., & Badaru, B. (2024). Efektivitas Penegakan Hukum Terhadap Korban Melalui Aplikasi Pinjaman Online Ilegal yang Terjadi di Masyarakat. *Journal of Lex Theory (JLT)*, 5(2), 711–729.
- Fauzan, U. 2014. Analisis Wacana Kritis dari Model Fairclough Hingga Mills. *Jurnal Pendidik*, 6(1).
- Gomulya, A. M. 2023. Efektivitas Peran Literasi Digital dalam Pembangunan Ekonomi Digital: Studi Kasus pada Korban Kejahatan Pinjaman Online Ilegal. *Kritis*, 32(2), 117–136. DOI <https://doi.org/10.24246/kritis.v32i2p117-136>.
- Indra, F., Andreina, K., Kania, N. S., & Valensky, S. 2023. Peran Joki Dalam Perkuliahan Terhadap Etika: Tinjauan Dari Perspektif Mahasiswa Dan Dosen. *Jurnal Bangun Manajemen*, 2(1), 113–119.
- Paramita, M. K. P., Susanti, L. E., & Pambudi, B. 2023. Peranan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(4), 962–977.
- Rahmanita, M. 2013. *Fenomena Joki Three In One Sebagai Alternatif Pekerjaan Informal Pada Masyarakat Migran: (Studi pada Joki Three In One di Jalan Pintu Satu, Senayan, Jakarta Pusat)* [Skripsi]. Universitas Negeri Jakarta.
- Rifai, I., Mandey, S. L., & Lapian, S. L. H. V. J. 2023. *Fenomena Pinjaman Online: Konsep dan Strategi Pemasaran*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sudibyo, A. 2019. *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Tania, C., & Laksono, V. B. 2022. Strategi Pesan Persuasif di Media Sosial Instagram @somethincofficial. *Avant Garde*, 10(1), 30.
- Van Dijk, Teun A. 1996. *Discourse Analysis in Society*. London: Academic Press Inc.

Wardhono, A., Indrawati, Y., & Qori'ah, C. G. 2018. *Inklusi Keuangan Dalam Persimpangan Kohesi Sosial Dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan*. Pustaka Abadi.

Yulianto, D. 2024. Analisis Kejahatan Ekonomi Dalam Praktik Pinjaman Online: Dampak Terhadap Masyarakat dan Strategi Penanggulangan. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(12), 5641–5657.