

ONLINE TRADING ON TELEGRAM: LINGUISTIC FINTECH STUDY

Yunita Suryani¹ Bambang Yulianto² Suhartono³ ✉
Universitas Negeri Surabaya (Pendidikan Bahasa dan Sastra)
✉ yunitasuryani.23024@mhs.unesa.ac.id

Abstract:

Fintech (financial technology) is a financial service through an application system or digital platform with a quick and easy response. The focus of research on this linguistic study of fintech is the persuasive language used in marketing fintech products. One of the persuasive characteristics of the fintech industry on telegram social media when offering products is to influence account group members to become investors in their products. The purpose of this study is to describe the persuasive speech performed by the fintech industry on telegram social media accounts. The method in this research is descriptive qualitative with netnography approach. Data collection techniques use orthographic pairing. Furthermore, data analysis techniques use triangulation. The results of this study obtained data on rational persuasive speech and persuasive suggestions made by the fintech industry on telegram social media with the findings of investment fraud committed by several fintech industries in telegram social media accounts using language as the medium.

Keywords: linguistic fintech study; telegram; online trading

ملخص البحث:

التكنولوجيا المالية (التكنولوجيا المالية) هي خدمة مالية من خلال نظام تطبيقي أو منصة رقمية ذات استجابة سريعة وسهلة. ويركز البحث في هذه الدراسة اللغوية للتكنولوجيا المالية على اللغة الإقناعية المستخدمة في تسويق منتجات التكنولوجيا المالية. إحدى الخصائص الإقناعية لصناعة التكنولوجيا المالية على وسائل التواصل الاجتماعي في التلغرام عند عرض المنتجات هي التأثير على أعضاء مجموعة الحسابات ليصبحوا مستثمرين في منتجاتهم. والغرض من هذه الدراسة هو وصف الخطاب الإقناعي الذي تقوم به صناعة التكنولوجيا المالية على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي على تليجرام. والمنهج المتبع في هذا البحث هو المنهج الوصفي الكيفي باستخدام منهج علم الشبكات. وتستخدم تقنية جمع البيانات أسلوب الاقتران الإملائي. علاوة على ذلك، تستخدم تقنية تحليل البيانات أسلوب التثليث. وقد تم الحصول على نتائج هذه الدراسة على بيانات عن الخطاب الإقناعي العقلاني والاقتراحات الإقناعية التي تقوم بها صناعة التكنولوجيا المالية على وسائل التواصل الاجتماعي على تليجرام مع نتائج الاحتيال الاستثماري الذي تقوم به العديد من صناعات التكنولوجيا المالية في حسابات وسائل التواصل الاجتماعي على تليجرام باستخدام اللغة كوسيلة.

مفردات البحث: دراسة لغوية للتكنولوجيا المالية، والتلغرام، والتداول عبر الإنترنت

PENDAHULUAN

Fintech menurut World Bank (Nizar, 2019) didefinisikan sebagai industri finansial yang menggunakan teknologi untuk mengatur keuangan agar lebih tersistem dan efisien. FinTech menurut FSB (Financial Stability Board, 2017) adalah inovasi teknologi yang menghasilkan model-model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material untuk penyediaan layanan keuangan. Dapat disimpulkan, fintech adalah inovasi teknologi yang menyediakan kemudahan dalam layanan finansial melalui platform digital dengan respon cepat. Guna memudahkan pengguna mengakses dan mengoperasikan layanan finansial melalui aplikasi, maka platform digital dilengkapi dengan teknologi bahasa yang muncul melalui layar perangkat elektronik.

Teknologi bahasa menjadi hal yang sangat penting untuk membantu mobilitas layanan digital. Teknologi bahasa adalah penggunaan teknologi komputer untuk memahami, memproses, dan menghasilkan bahasa manusia. Ini melibatkan berbagai bidang seperti pemrosesan bahasa alami (natural language processing/NLP), pemodelan bahasa, pengenalan suara, terjemahan mesin, dan banyak lagi. Bahasa yang diproses dalam mesin dan muncul melalui layar perangkat elektronik atau dapat disebut bahasa mesin menjadi perantara atau media yang memudahkan pengguna dan penyedia layanan membuat suatu keputusan.

Maraknya aplikasi yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa perlu bersemuka seperti toko online, pegadaian online, bank online, hingga pinjaman online atau dikenal dengan pinjol pada akhirnya menjadi pilihan yang dinilai praktis dan efisien. Pengguna cukup membuka ponsel atau layar pintar, mengunduh dan mendaftar aplikasi yang diinginkan, selanjutnya melakukan transaksi cukup dengan mengikuti petunjuk yang muncul melalui layar. Petunjuk yang muncul melalui layar bukan hanya berupa gambar, melainkan juga bahasa. Bahkan bahasa merupakan faktor utama keberhasilan pengguna dalam mengikuti petunjuk dan berakhir pada pengambilan keputusan.

Fintech kaitannya dengan linguistik adalah penyampaian finansial digital yang dilakukan secara online untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan dengan perantara bahasa. Bahasa mempermudah masyarakat untuk melakukan transaksi dan mengoperasikan fintech. Sehingga bahasa dengan fintech sangat erat kaitannya. Pentingnya pengetahuan literasi finansial untuk

masyarakat adalah agar masyarakat paham atau melek fintech agar terhindar dari praktik penipuan yang dapat merugikan konsumen.

Praktik penipuan yang mengatasnamakan industri fintech yang menjanjikan keuntungan besar cukup mudah banyak ditemui di dunia maya atau online. Jika pengguna atau anggota dalam industri fintech tersebut memahami cara kerja dan seluk beluk fintech, maka akan dengan mudah membedakan mana industri fintech yang menawarkan produknya secara legal dan mana yang illegal atau menipu. Tetapi sebaliknya, jika pengguna atau anggota industri fintech tidak memahami fintech, maka akan dengan mudah tergiur dengan keuntungan yang dijanjikan tetapi pada akhirnya malah rugi, dalam hal ini industri fintech tersebut illegal dan melakukan penipuan. Penipuan yang dilakukan adalah dengan menggunakan media bahasa untuk mengkomunikasikan maksud yang ingin dicapai.

Data fintech dalam penelitian ini berasal dari media sosial telegram. Di media sosial telegram, seringkali pengguna akun telegram secara langsung dimasukkan dalam grup industri fintech tanpa diminta. Salah satu fitur telegram adalah secara default, setiap pengguna telegram dapat ditambahkan ke grup tanpa persetujuan mereka. Berbagai macam penawaran terkait fintech seperti investasi/ penanaman saham, deposito, simpan pinjam keuangan secara finansial seringkali menggairkan dan menarik minat pengguna karena menambah pundi-pundi materi mereka dengan cepat, didukung dengan testimoni orang lain yang tidak dikenal bahwa setiap orang akan mendapatkan manfaat finansial jika bergabung dan menerima tawaran terkait investasi/ penanaman saham, deposito, simpan pinjam keuangan yang dapat dengan mudah dilakukan secara online atau digital.

Linguistik fintech dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teori persuasif selanjutnya dikaitkan dengan teknologi keuangan atau fintech. Penggunaan bahasa untuk memberikan informasi kepada masyarakat, baik berupa informasi, permohonan, penerimaan, penolakan, dan pembatalan melalui sistem dalam fintech. Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada pengguna media sosial terkait penggunaan bahasa fintech. Pengguna media sosial yang awam fintech seringkali sulit memahami istilah dan maksud yang digunakan dalam fintech sehingga tidak sedikit yang merasa dirugikan.

Linguistik fintech juga membahas teknologi bahasa seperti pemrosesan bahasa alami (*natural language processing*) dan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*)

digunakan dalam fintech untuk memperbaiki pengalaman pengguna dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam penelitian ini, difokuskan pada mendeskripsikan linguistik fintech berupa bahasa pemasaran produk pada akun media sosial telegram dikaji dengan teori persuasif. Menurut Alwi (Alwi, 2005) persuasif dapat berarti mengajak seseorang dengan menyertakan alasan dan prospek yang meyakinkan, membujuk dengan halus, atau bertujuan membuktikan pendapat. Upaya yang dilakukan agar wacana persuasif dapat diterima tanpa paksaan adalah dengan menyodorkan bukti. Industri fintech biasanya menyertakan testimoni, ulasan, atau komentar sebagai bukti jika jasa yang ditawarkan sesuai atau menguntungkan pengguna. Masih menurut Alwi, bentuk-bentuk persuasif dapat ditemukan pada: 1) propaganda yang dilakukan badan atau golongan tertentu, 2) iklan di berbagai media, baik cetak maupun online, 3) selebaran. Pada penelitian ini, bentuk persuasif ditemukan pada bahasa penawaran investasi dana oleh industri fintech di media sosial telegram.

Menurut Keraf (Keraf, 1994) dalam Suryani (Suryani, 2023), terdapat beberapa teknik persuasif yang digunakan oleh pembicara atau penulis antara lain rasionalisasi, identifikasi, sugesti, konformitas, kompensasi, penggantian atau substitusi, dan proyeksi. 1) Persuasif rasionalisasi berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain untuk percaya akan kebenaran yang didasarkan pada keinginan, sikap, keputusan, atau tindakan yang telah direncanakan maksud dan tujuannya namun tidak mutlak kebenarannya. 2) Persuasif identifikasi berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain dengan menonjolkan identitas diri yaitu menyebutkan nama atau ciri sesuatu yang dimaksud dengan rinci dan jelas. 3) Persuasif sugesti berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain untuk percaya dan yakin akan sesuatu hal atau suatu kebenaran dengan memanfaatkan kekuatan emosional. 4) Persuasif konformitas berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain untuk mengubah sikap dengan memberikan penilaian yang baik terhadap sasaran yang dituju. 5) Persuasif kompensasi berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain untuk bertindak atau mengambil keputusan lebih baik guna mencapai tujuan yang diinginkan. 6) Persuasif penggantian atau substitusi berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain untuk mengalihkan perhatian dari satu hal lain kepada hal yang menjadi sasaran atau dituju. 7) Persuasif proyeksi berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak orang lain untuk mengalihkan kekurangan yang dimiliki kepada hal

baik yang dinilai menguntungkan. Linguistik fintech pada penelitian ini berfokus pada tuturan persuasif yang digunakan oleh industri fintech dalam memasarkan produknya melalui akun media sosial telegram.

HEADING 2

Pada artikel Mah (2022) berjudul “Analysis of Natural Language Processing in the FinTech Models of Mid-21st Century” dalam Journal of Information Technology and Digital World Vol.4 Issue 3 menjelaskan bahwa Natural Language Processing adalah aplikasi komputer yang berfungsi mempromosikan, dan mensimulasikan produk fintech dengan menggunakan sistem teknologi bahasa yang mendekati bahasa yang digunakan oleh manusia. Pemrosesan bahasa dengan bantuan pilar-pilar fintech memungkinkan perangkat lunak komputer untuk memahami perintah manusia berdasarkan konten yang disediakan dalam aplikasi. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini, jika pada penelitian tersebut fokus pada sistem atau teknologi bahasa pemrograman atau NLP dalam fintech, pada penelitian ini fokus pada penggunaan bahasa dalam industri fintech dalam menawarkan produk *trading online* melalui akun media sosial telegram.

Penelitian serupa selanjutnya adalah artikel yang ditulis oleh Haridh (2022) berjudul “Language Barriers as A Limitation to Achieving Financial Inclusion Through Fintech in India” dalam Journal Student Research vol.11 issue 4 yang menjelaskan banyaknya bahasa lokal di India menghambat penggunaan fintech, karena tidak dapat menjangkau banyak orang yang tidak menggunakan salah satu bahasa utama. Solusi yang ditawarkan adalah melengkapi aplikasi dengan deteksi suara dan terjemahan ke dalam bahasa lokal sehingga dapat mempermudah akses ke layanan keuangan digital.

Layanan yang diaktifkan menggunakan suara akan memungkinkan mereka yang berbicara dalam bahasa lokal untuk berkomunikasi langsung dengan aplikasi, sehingga mereka dapat melakukan aktivitas keuangan dalam bahasa lokal. Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian ini, jika pada penelitian tersebut fokus pada penggunaan fitur bahasa yaitu suara pada aplikasi fintech untuk mempermudah Masyarakat India mengakses aplikasi keuangan, pada penelitian ini fokus pada penggunaan bahasa dalam industri fintech dalam menawarkan produk *trading online* melalui akun media sosial telegram.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan netnografi. Pendekatan netnografi digunakan dalam penelitian yang memanfaatkan ruang siber sebagai sebagai fokus penelitian (Kozinets, 2010). Fokus netnografi adalah interaksi pengguna dalam ruang siber yang mampu membentuk budaya dan sistem masyarakat tersendiri. Metode ini menggunakan teknik analisis AMS (Analisis Media Siber) yang melalui 4 level yaitu: level ruang media, level dokumen media, level objek media, level pengalaman (Nasrullah, 2018). Penelitian ini menggunakan Telegram sebagai *field* (daerah penelitian), dan akun @Always Liquid Traders sebagai komunitasnya.

PEMBAHASAN

Persuasif dalam data linguistik fintech di media sosial telegram banyak dilakukan oleh industri fintech. Persuasif tersebut berupa usaha memengaruhi, membujuk, mengajak pengguna media sosial telegram yang menjadi anggota dalam grup mereka untuk percaya akan kebenaran bahwa dengan menginvestasikan dana kepemilikan saham pada industri fintech yang dimaksud yang didasarkan pada keinginan, sikap, keputusan, atau tindakan investor yang telah direncanakan maksud dan tujuannya maka investor tersebut akan mendapat keuntungan atau profit berupa pegembalian dana yang berlipat ganda. Berikut adalah contoh data trading online dalam akun media sosial telegram serta analisis data bahasa dengan menggunakan studi linguistik fintech.

HALO SAHABAT SEMUA, punya duit bingung mau diapain????

Yukss INVESTASIKAN Dana anda

Kalian harus punya penghasilan dana setiap hari cocok untuk semua orang yang lagi butuh penghasilan

- ✓ Mahasiswa
- ✓ Pelajar
- ✓ Ibu rumah tangga
- ✓ Karyawan
- ✓ Yang masih nganggur
- DLL

System Titipdana 

Uang diputar di Trading Online , putaran dana hanya 3/6 jam setelah Join langsung ada hasilnya 

Contoh :
Titip 700rb get 9jt

Hasil 9jt dibagi 70% 30%

- ✓ Investor 70% = 6.300.000
- ✓ Perusahaan 30% = 2.700.000

Dana titipan di putar di Trading Online di jamin 99% pasti WINZ
1% LOSE

Jikalau Wins maka member atau Investor yg titip dana akan Deposit, dan akan menerima hasil total 9juta dan jika lose/kalah member hanya dibalikin modal join awal 700rb , Bisa juga diputar lagi.

DONE PENCAIRAN PLAN BIG FAST YA..

Gambar 1. Persuasif dalam Trading Online di Telegram Akun @Always Liquid Traders

Deskripsi bahasa dalam trading online di Telegram akun @Always Liquid Traders:

HALO SAHABAT SEMUA, punya duit bingung mau diapain????

Yukss INVESTASIKAN Dana anda

Kalian harus punya penghasilan dana setiap hari cocok untuk semua orang yang lagi butuh penghasilan

- ✓ Mahasiswa
- ✓ Pelajar
- ✓ Ibu rumah tangga
- ✓ Karyawan
- ✓ Yang masih nganggur
- DLL

Sistem Titidana (icon laptop)

Uang diputar di Trading Online, putaran dana hanya 3/6 jam setelah Join langsung ada hasilnya (icon ATM)

contoh:

titip 700rb get 9jt

hasil 9jt dibagi 70% 30%

√ Investor 70% = 6.300.000

√ Perusahaan 30% = 2.700.000

Dana titipan di putar di Trading Online di jamin 99% pasti WINZ 1% LOSE

Jikalau Wins maka member atau Investor yg titip dana akan Deposit, dan akan menerima hasil total 9jt dan jika lose/kalah member hanya dibalikin modal join awal 700rb

Bisa juga diputar lagi

DONE PENCAIRAN PLAN BIG FAST YA...

Data 1

HALO SAHABAT SEMUA, punya duit bingung mau diapain????

Yukss INVESTASIKAN Dana anda

Konteks pernyataan awal di atas merupakan salam pembuka berisi pertanyaan sekaligus saran. Kalimat *punya duit bingung mau diapain???* merupakan bentuk pertanyaan kepada pengguna atau anggota industri fintech dalam grup telegram Always Liquid Traders. Pertanyaan tersebut secara langsung menggiring anggota untuk melakukan sesuatu.

Berdasarkan data 1 tersebut, tuturan industri fintech Always Liquid Trading pada akun media sosial telegram menggunakan persuasif proyeksi. Industri fintech tersebut berusaha memengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk mengalihkan kekurangan yang dimiliki, yaitu memberikan solusi kepada anggota yang bingung atau tidak tahu harus berbuat apa saat memiliki uang. Industri fintech memberikan solusi pada kalimat *Yukss INVESTASIKAN Dana anda* kepada anggota untuk melakukan hal baik yang dinilai menguntungkan yaitu menginvestasikan dana atau duit.

Data 2

Kalian harus punya penghasilan dana setiap hari cocok untuk semua orang yang lagi butuh penghasilan

√ Mahasiswa

√ Pelajar

√ Ibu rumah tangga

√ Karyawan

√ Yang masih nganggur

-DLL

Data 2 tersebut, tuturan industri fintech Always Liquid Trading pada akun media sosial telegram menggunakan persuasif rasionalisasi. Industri fintech berusaha memengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk percaya akan kebenaran yang didasarkan pada keinginan, sikap, keputusan, atau tindakan yang telah direncanakan maksud dan tujuannya namun tidak mutlak kebenarannya. Industri fintech mempengaruhi anggota dalam grup yang heterogen, dengan asumsi bahwa anggota grup memiliki profesi sebagai pelajar, ibu rumah tangga, karyawan, bahkan yang masih menganggur, dan terakhir tidak didefinisikan dengan kata -DLL.

Industri fintech berusaha mempengaruhi, membujuk, dan mengajak anggota grup yang berprofesi sebagai mahasiswa, pelajar, ibu rumah tangga, karyawan, bahkan yang masih menganggur dan profesi lain yang tidak disebutkan untuk dapat menghasilkan uang setiap hari. Kata -DLL pada konteks tersebut oleh industri fintech disertakan untuk mempengaruhi anggota yang memiliki profesi apapun yang tidak disebutkan sebelumnya pun dapat berinvestasi. Tentu saja hal tersebut dimaksudkan untuk memperluas industri fintech agar dapat memperoleh banyak investor dari berbagai latar belakang profesi mencakup pendidikan, status, dan ekonomi.

Data 3

Sistem Titipdana (icon laptop)

Uang diputar di Trading Online, putaran dana hanya 3/6 jam

setelah Join langsung ada hasilnya (icon ATM)

contoh:

titip 700rb get 9jt

hasil 9jt dibagi 70% 30%

$\sqrt{\text{Investor } 70\% = 6.300.000}$

$\sqrt{\text{Perusahaan } 30\% = 2.700.000}$

Data 3 tersebut, tuturan industri fintech Always Liquid Trading pada akun media sosial telegram menggunakan persuasif rasionalisasi. Industri fintech berusaha memengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk percaya akan kebenaran yang didasarkan pada keinginan, sikap, keputusan, atau tindakan yang telah direncanakan maksud dan tujuannya namun tidak mutlak kebenarannya. Industri fintech mempengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk menitipkan dana atau berinvestasi

melalui sistem trading dengan hasil yang cepat 3 hingga 6 jam setelah bergabung. Selanjutnya, industri fintech memberikan contoh hitungan investasi. Pada contoh yang diberikan, menunjukkan jika anggota atau investor menipikan atau investasi dana sebesar Rp.700.000 maka dalam waktu 3 hingga 6 jam akan bertambah menjadi Rp.9.000.000 dengan rincian investor akan memperoleh keuntungan 70% sebesar Rp.6.300.000 dan perusahaan memperoleh keuntungan 30% sebesar Rp.2.700.000.

Tuturan *Sistem Titip dana Uang diputar di Trading Online, putaran dana hanya 3/6 jam setelah Join langsung ada hasilnya* merupakan program investasi yang ditawarkan oleh industri fintech kepada anggota untuk memperoleh keuntungan cepat melalui *trading online*. Sistem dalam KBBI daring berarti metode, perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Sistem titip dana pada konteks tersebut di atas memiliki arti metode atau sebuah cara untuk menyimpan uang melalui perdagangan *online*. Investasi tersebut berlangsung secara langsung setelah bergabung dan mengirim uang kepada industri fintech, dalam konteks disebut perusahaan dan dalam waktu 3 sampai 6 jam investasi tersebut akan secara langsung menunjukkan hasilnya.

Dalam trading online yang benar, klaim bahwa dana diputar dan menghasilkan keuntungan dalam waktu singkat seperti 3/6 jam merupakan hal yang tidak realistis atau bisa menandakan adanya risiko tinggi. Pergerakan pasar keuangan tidak dapat diprediksi dengan akurasi tinggi dalam waktu singkat. Investasi dengan janji hasil cepat umumnya perlu diperlakukan dengan skeptis. Investasi yang bersifat spekulatif dan menawarkan keuntungan tinggi dalam waktu singkat seringkali melibatkan risiko yang sesuai. Keuntungan yang tinggi juga dapat menjadi tanda adanya risiko yang tinggi.

Data 4

Dana titipan di putar di Trading Online di jamin 99% pasti WINZ 1% LOSE

Data 4 tersebut, tuturan industri fintech Always Liquid Trading pada akun media sosial telegram menggunakan persuasif sugestif. Industri fintech berusaha memengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk percaya dan yakin akan sesuatu hal atau suatu kebenaran dengan memanfaatkan kekuatan emosional. Industri fintech mempengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk menipikan dana kepada perusahaannya karena dana tersebut akan diinvestasikan melalui *trading online* dengan jaminan 99% pasti

menang dan kemungkinan kalah hanya 1%. Secara emosional, anggota yang membaca tuturan persuasif tersebut diharapkan terpengaruh, tertarik, dan mengambil keputusan untuk menerima atau mengikuti investasi yang ditawarkan oleh Perusahaan tersebut.

Namun, pada kenyataannya pergerakan harga di pasar dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang sulit diprediksi. Tidak ada strategi atau sistem perdagangan yang dapat menjamin keuntungan 100% atau menghilangkan sepenuhnya risiko kerugian. Tidak ada jaminan pasti dalam *trading online*, dan klaim bahwa suatu dana titipan dijamin 99% pasti profit dan hanya 1% risiko kerugian. Ada banyak penipuan dan skema investasi ilegal yang berusaha memanfaatkan ketidakpahaman orang terhadap pasar keuangan dengan menjanjikan keuntungan pasti.

Data 5

*Jikalau Wins maka member atau Investor yg titip dana akan Deposit, dan akan menerima hasil total 9jt dan jika lose/kalah member hanya dibalikin modal join awal 700rb
Bisa juga diputar lagi*

DONE PENCAIRAN PLAN BIG FAST YA...

Data 5 tersebut, tuturan industri fintech Always Liquid Trading pada akun media sosial telegram menggunakan persuasif rasionalisasi. Industri fintech berusaha memengaruhi, membujuk, mengajak anggota untuk percaya akan kebenaran yang didasarkan pada keinginan, sikap, keputusan, atau tindakan yang telah direncanakan maksud dan tujuannya namun tidak mutlak kebenarannya. Industri fintech mempengaruhi anggota bahwa dengan menitipkan dana atau berinvestasi kepada perusahaan mereka akan memperoleh keuntungan jika menang dalam trading, dan investor tidak akan rugi jika trading mengalami kekalahan dengan mengembalikan dana atau modal awal dengan utuh, atau bisa di-*trading*-kan kembali. Meskipun demikian, yang perlu diperhatikan oleh investor bahwa jika investor memenangkan *trading*, maka akan dikenakan deposit atau dana tambahan yang tidak dijelaskan maksud dan tujuannya.

Data 5, tuturan *Jikalau Wins maka member atau Investor yg titip dana akan Deposit*. *Deposit*, menurut KBBI daring adalah sejumlah uang yang disimpan dalam rekening tertentu untuk tujuan keamanan atau kemudahan transaksi; uang jaminan. Dalam konteks tersebut di atas, *deposit* memiliki arti bahwa jika hasilnya positif atau menang, investor akan diminta untuk melakukan deposit tambahan atau memberikan uang

jaminan selain uang atau dana yang dititipkan di awal. Tuturan *dan akan menerima hasil total 9jt*, memiliki arti sebuah janji pengembalian hasil sebesar Rp.9.000.000 jika investasi berhasil. Tuturan *jika lose/kalah member hanya dibalikin modal join awal 700rb*, memiliki arti bahwa jika pada *trading online* mengalami kekalahan, investor hanya akan mendapatkan kembali modal awal sebesar Rp.700.000. Tuturan *bisa juga diputar lagi*, merujuk pada kemungkinan untuk menginvestasikan kembali dana yang telah dikembalikan atau sebagian dari hasil yang diterima. Tuturan DONE PENCAIRAN PLAN BIG FAST YA, merupakan pernyataan penawaran pencairan dana dengan cepat dan memiliki rencana besar.

Dapat disimpulkan bahwa bahasa persuasif yang digunakan industri fintech dalam menawarkan produk jasa investasi dana, memiliki maksud agar anggota grup percaya bahwa produk jasa yang ditawarkan adalah masuk akal atau rasional, dan sah kebenarannya. Selain itu, bahasa persuasif yang digunakan memiliki tujuan agar anggota grup mengambil sikap, atau tindakan untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Literasi finansial pada gambar 1 tersebut dapat diperoleh pemahaman bahwa dalam dunia investasi, keahlian dan pengetahuan adalah kunci. Pentingnya pemahaman tentang risiko aktivitas trading online agar tidak tertipu dengan tergiur atau percaya dengan perusahaan atau industri fintech yang menawarkan keuntungan besar dalam waktu yang relatif singkat.

KESIMPULAN

Melalui pendekatan linguistik, dapat dipahami bagaimana bahasa dan komunikasi dalam layanan fintech berperan dalam memengaruhi persepsi, tingkah laku pengguna, dan bahkan kepatuhan terhadap regulasi. Dengan demikian, kajian linguistik fintech dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana bahasa dan komunikasi memainkan peran dalam pengalaman pengguna dan regulasi dalam industri keuangan digital. Perlunya kewaspadaan dari pengguna akun digital yang memutuskan menjadi investor perusahaan atau industri fintech yang menawarkan produknya melalui media sosial, agar tidak mudah percaya sehingga berujung pada penipuan dan kerugian finansial.

REFERENCES

- Alwi, H. 2005. Tata Bahasa Baku Indonesia Edisi ke-3. Jakarta: Balai Pustaka
- Ansori, Miswan. Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. UNISNU Jepara
- Crystal, David. 1987. The Cambridge Encyclopedia of Language. Cambridge: Cambridge University Press
- FinTech menurut FSB (Financial Stability Board, 2017)
- Haridh, Ishwar. 2022. "Language Barriers As A Limitation To Achieving Financial Inclusion Through Fintech In India". Journal Student Research vol.11 issue 4, page 1-13.
- Keraf, G. (1994). Argumentasi dan Narasi. Gramedia.
- Kozinets, Robert V. (2010). Netnography: Doing Ethnographic Research Online. London: SAGE Publications Ltd.
- Mah, Pascal Muam, Iwona Skalna, John Muzam, Lilian Kuyiena Song. 2022. "Analysis of Natural Language Processing in the FinTech Models of Mid-21st Century". Journal of Information Technology and Digital World, Vol.4 Issue 3 page 183-211.
- Nasrullah, D. R. (2018). Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi Di Internet. Simbiosis Rekatama Media
- Nizar, M. A. 2017. Teknologi keuangan (Fintech): Konsep dan implementasinya di Indonesia. Warta Fiskal
- Suryani, Yunita. 2021 "Linguistik Forensik Dalam Perniagaan Elektronik," in SNasPPM. pp. 717-726
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/sistem>
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/deposit>