

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1. Kesimpulan

Cuitan pengguna media sosial Twitter (X) yang mengandung opini-opini pada jaringan komunikasi Adakami selama tanggal 17 September s/d 23 September 2023 merupakan reaksi pengguna saat mengetahui adanya debitur macet Adakami yang mengakhiri hidupnya akibat biaya yang dikenakan pada debitur, beserta cara penagihan para *debt collector* Adakami yang berlebihan. Hal ini pada akhirnya memunculkan opini-opini negatif mengenai Adakami dari para pengguna lain seperti mengkritisi cara penagihan serta biaya peminjaman Adakami yang berlebihan, yang pada akhirnya mendorong terjadinya suatu pergerakan opini digital terhadap isu Adakami dalam *platform* media sosial Twitter (X).

Penemuan yang didapatkan melalui penelitian ini menunjukkan bahwa para pengguna cenderung menyampaikan opini mereka sekaligus menanggapi cuitan-cuitan yang ada secara spontan dan tidak dikomando oleh aktor tertentu. Respon yang disampaikan pengguna *platform* media sosial Twitter (X) mengenai Adakami sendiri juga cenderung terjadi secara searah, dimana cuitan-cuitan tersebut tidak mendapatkan timbal balik dari pengguna lain. Munculnya pergerakan opini mengenai Adakami secara spontan ini turut memunculkan beragam narasi mengenai Adakami. Hal ini muncul dari cuitan utas (*thread*) milik @rakyatvspinjol yang berusaha menjelaskan kisah dari debitur Adakami yang menjadi korban “kebrutalan” dari teror yang datang dari *debt collector*

Adakami hingga mengakibatkan sang debitur meninggal dunia akibat bunuh diri. Cuitan tersebut mendorong isu mengenai Adakami di *platform* media sosial Twitter (X) menguat pada 17 September 2023, yang pada mendorong cuitan tersebut menjadi puncak dalam pembicaraan pengguna dari tanggal 19 September s/d 21 September 2023. Peningkatan tersebut diakibatkan oleh adanya pengguna lain di *platform* media sosial Twitter (X) yang menanggapi secara spontan cuitan atas tersebut.

Pada pergerakan opini digital isu Adakami ini, opini publik yang disampaikan oleh para pengguna cenderung menyampaikan tentang keresahan publik atas bisnis pinjaman berbasis *online* (pinjol) Adakami, yang menjadi narasi utama dalam jaringan komunikasi tersebut. Narasi lain yang mencuat berkat pergerakan opini tersebut antara lain narasi yang mengkritisi cara yang digunakan DC (*debt collector*) Adakami sehingga mengakibatkan debitur memutuskan untuk bunuh diri, biaya peminjaman Adakami yang berlebihan, serta iklan-iklan Adakami di sejumlah aplikasi maupun game berbasis *mobile* (ponsel) yang bersifat intrusif.

Opini-opini yang terdapat dalam pergerakan ini, setelah dilakukan analisis sentimen, mayoritas bernada negatif. Jaringan komunikasi isu Adakami sendiri melibatkan beragam sektor (*cross-sectoral*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Terdapat 3 (tiga) sektor yang terdapat dalam percakapan tersebut, yakni akun-akun yang terafiliasi dengan pemerintah atau perusahaan, baik individu maupun lembaga institusi, lalu akun milik media, dan akun individu yang tidak memiliki afiliasi dengan pihak-pihak lain. Akun yang

dimiliki oleh individu cenderung menjadi penggerak opini dalam jaringan komunikasi, berdasarkan analisis jaringan dan kluster. Sebaliknya, akun-akun terafiliasi pemerintahan, media, maupun perusahaan cenderung sulit menggerakkan opini dalam jaringan tersebut. Cuitan-cuitan yang dibuat oleh individu tersebut cenderung mendapat interaksi berupa balasan (*reply*) yang lebih banyak dibandingkan akun-akun di sektor lain.

Dalam temuan lain, akun terafiliasi pemerintah tidak berperan besar dalam pergerakan opini isu Adakami. Meski demikian, salah satu akun terafiliasi pemerintah (@ojkindonesia) hanya menyampaikan tanggapan singkat berupa rilis pers yang menyatakan bahwa mereka akan menindaklanjuti isu yang berkembang pada saat itu. Akun terafiliasi perusahaan milik Adakami (@adakamiofficial) dalam jaringan komunikasi tersebut cenderung melakukan balasan (*reply*) di tiap cuitan pengguna lain yang menyebut akun tersebut secara otomatis dan bukan merupakan cuitan yang berusaha meng-*counter* narasi negatif yang ada dalam percakapan tersebut, serta hanya memberikan sedikit keterangan mengenai isu yang berkaitan dengan perusahaan tersebut. Hal ini mengakibatkan opini yang mencuat dalam pergerakan opini digital Adakami dipenuhi oleh narasi-narasi tertentu yang mengkritisi Adakami sebagai perusahaan penyedia pinjaman dana (*Peer-to-Peer Lending*).

## 5.2. Saran

Analisis berbasis *big data* memiliki kemampuan untuk menganalisis permasalahan sosial yang diperbincangkan di media sosial secara *real time* dengan memanfaatkan basis data yang besar untuk dapat digunakan dalam

berbagai hal, termasuk dalam segi membangun dan mempertahankan citra perusahaan.

Melalui hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada PT Pembiayaan Digital Indonesia (atau Adakami) untuk dapat memberikan pernyataan terbuka (atau rilis pers) sedini mungkin untuk dapat menanggapi opini-opini yang berkembang di *platform* media sosial, yang pada akhirnya dapat memberikan gambaran buruk terhadap citra Adakami sebagai *platform* peminjaman dana *peer-to-peer*. Kemampuan media sosial sebagai *platform* untuk melakukan pergerakan opini juga perlu diwaspadai, mengingat bahwa opini yang berkembang pada *platform* tersebut dapat meluas ke berbagai hal, termasuk tindakan *doxxing*, dan tindakan sejenis yang tidak diinginkan. Minimnya tanggapan yang jelas dari Adakami mengenai isu terkait mendorong publik untuk menyatakan opininya secara spontan, yang pada akhirnya mempertanyakan bagaimana Adakami dapat mematok biaya layanan pinjaman dana yang begitu besar, bagaimana standar prosedur yang digunakan dalam penagihan, dan juga promosi produk yang begitu eksekutif. Kepemilikan perusahaan Adakami yang beragam pada akhirnya turut memunculkan cuitan yang bersifat *doxxing* yang menargetkan pemilik, pemegang saham, bahkan perusahaan yang memiliki afiliasi Adakami.

Peneliti turut menyarankan agar PT Pembiayaan Digital Indonesia dapat lebih memperhatikan opini-opini yang berkembang mengenai Adakami guna mengurangi maupun menahan arus opini bernada negatif atas Adakami yang terbentuk dari opini-opini yang bersifat spontan dan tak terorganisir

tersebut. PT Pembiayaan Digital Indonesia juga disarankan untuk dapat memberikan gambaran yang lebih jelas serta aturan yang lebih mendetil atas cara mereka menetapkan biaya layanan peminjaman dana, beserta cara penagihan *debt collector* yang lebih manusiawi, dengan harapan dapat mengembalikan citra dan kepercayaan publik, termasuk para debitur untuk tetap menggunakan Adakami di kemudian hari.