

EKSPLORASI SENTIMEN MASYARAKAT TENTANG PINJOL MELALUI DATA TWITTER

Intan Salamatuddaroen¹; Eti Kusmiati²; Fikri Fahru Roji³

Universitas Garut, Garut^{1,2,3}

Email : salamatuintan@gmail.com¹; etikusmiati@uniga.ac.id²; fikri@uniga.ac.id³

ABSTRAK

Fenomena pinjaman online (pinjol) telah menimbulkan persoalan sosial yang signifikan di masyarakat, mulai dari tekanan finansial, gangguan psikologis, hingga intimidasi akibat praktik penagihan yang agresif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sentimen masyarakat terhadap layanan pinjol dengan memanfaatkan data media sosial Twitter sebagai cerminan opini publik yang bersifat alami dan spontan. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif berbasis text mining dengan algoritma IndoBERT untuk klasifikasi sentimen. Data awal berupa 19.326 tweet dikumpulkan dalam periode 1 Januari hingga 30 Juli 2025. Untuk keperluan simulasi dan visualisasi, digunakan sampel representatif sebanyak 100 tweet dengan proporsi yang merefleksikan distribusi sentimen pada data asli. Hasil klasifikasi sentimen menunjukkan dominasi sentimen negatif (70,2%), diikuti sentimen netral (15,3%) dan positif (6,5%). WordCloud mengungkapkan kata-kata dominan seperti “galob”, “tagih”, dan “debt collector” dalam sentimen negatif, serta kata “terbantu” dan “solusi” dalam sentimen positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi negatif terhadap pinjol masih sangat kuat, mencerminkan rendahnya kepercayaan publik terhadap layanan keuangan digital, khususnya yang tidak terdaftar secara resmi. Penelitian ini merekomendasikan penguatan regulasi, literasi digital, serta pendekatan perlindungan konsumen sebagai langkah strategis dalam membangun ekosistem pinjaman online yang lebih etis dan berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci : Sentimen; Pinjaman Online; Twitter; Indobert; Persepsi Publik

ABSTRACT

The phenomenon of online lending (pinjol) has emerged as a significant social issue in Indonesia, leading to financial pressure, psychological distress, and intimidation due to aggressive debt collection practices. This study aims to explore public sentiment toward online lending services by utilizing Twitter data as a source of natural and spontaneous public opinion. A qualitative approach based on text mining was employed, using the IndoBERT model to classify sentiment. The primary dataset consisted of 19,326 tweets collected between January 1 and July 30, 2025. For simulation and visualization purposes, a representative sample of 100 tweets was used to reflect the sentiment distribution of the original data. The sentiment classification results indicate a predominance of negative sentiment (70.2%), followed by neutral (15.3%) and positive sentiment (6.5%). WordCloud analysis reveals dominant negative words such as “galob,” “tagih,” and “debt collector,” while words like “terbantu” and “solusi” appear in positive sentiment. These findings suggest that negative perceptions of online lending remain strong, reflecting the public’s low trust in digital financial services, particularly those operating without official registration. This study recommends strengthening regulation, improving digital literacy, and enhancing consumer protection approaches to build a more ethical and sustainable online lending ecosystem in Indonesia.

Keywords : Sentiment; Online Lending; Twitter; Indobert; Public Perception

PENDAHULUAN

Financial wellbeing menjadi isu penting karena banyak individu lebih memprioritaskan konsumsi saat ini daripada kestabilan keuangan jangka panjang, yang kerap disebabkan rendahnya literasi keuangan. Survei OJK tahun 2024 mencatat kenaikan literasi keuangan nasional hingga 65,43%, tetapi sekitar 98 juta penduduk Indonesia masih belum memahami konsep dasar keuangan. Rendahnya literasi ini diperparah oleh perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, di mana 40% masyarakat mengaku sering melakukan belanja sesaat tanpa perencanaan. Kecenderungan perilaku konsumtif tersebut menyebabkan perilaku keuangan yang buruk, seperti kurang menabung, tidak berinvestasi, penganggaran dana darurat yang lemah, serta tidak merencanakan keuangan untuk masa depan (Ramadhania & Krisnawati, 2024). Kondisi inilah yang mendorong masyarakat mencari solusi instan, termasuk melalui layanan pinjaman online (pinjol) (Oktavianus et al., 2025). Perkembangan teknologi keuangan juga turut mendorong pergeseran perilaku konsumen, dari penggunaan layanan bank konvensional menuju pinjaman online yang dianggap lebih cepat dan praktis (Tua & Surahman, 2020).

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena pinjaman online (pinjol) telah berkembang menjadi persoalan sosial yang menonjol di Indonesia. Layanan ini awalnya hadir sebagai solusi keuangan alternatif yang menawarkan akses mudah, pencairan dana yang cepat, dan proses pengajuan tanpa agunan. Inovasi ini dinilai mampu menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya tidak tersentuh oleh layanan keuangan formal (OJK, 2023). Namun, seiring waktu, praktik pinjol justru memunculkan persoalan baru yang lebih kompleks, mulai dari tekanan finansial, intimidasi dalam proses penagihan, hingga jerat utang yang sulit diputus (Handayani et al., 2021; Prabowo & Setiawan, 2023). Ungkapan "gali lobang tutup lobang" menjadi gambaran umum pengalaman masyarakat yang terjebak dalam siklus pinjaman berulang (Rizqi & Saraswati, 2022). Di samping kerugian ekonomi, dampak psikologisnya juga tidak bisa diabaikan, banyak korban yang mengalami kecemasan, stres, hingga depresi dan rasa malu sosial (Lestari & Prasetyo, 2022; Firdaus & Aulia, 2022; Nugraha et al., 2024).

Sebagai salah satu media sosial yang bersifat terbuka dan real-time, twitter menjadi ruang publik tempat masyarakat menumpahkan keluhan, berbagi pengalaman pribadi, hingga menyuarakan kritik terhadap praktik pinjaman daring. Dibandingkan

metode konvensional seperti survei atau wawancara, unggahan di media sosial cenderung lebih spontan dan bebas dari bias sosial, sehingga lebih merefleksikan opini publik yang otentik (Rizqi & Saraswati, 2022; Zulkarnaen et al., 2023). Dengan jumlah pengguna Twitter yang terus meningkat di Indonesia (We Are Social, 2024), platform ini menjadi sumber data sosial yang sangat relevan untuk dianalisis.

Pendekatan dalam konteks analisis sentimen berbasis Natural Language Processing (NLP) menjadi metode yang tepat untuk membaca persepsi masyarakat terhadap pinjol secara sistematis. Penelitian ini menggunakan model IndoBERT, merupakan sebuah model deep learning berbasis arsitektur transformer yang dilatih secara khusus pada korpus Bahasa Indonesia untuk mengklasifikasikan tweet ke dalam tiga kategori sentimen: positif, netral, dan negatif. Selain klasifikasi tersebut, analisis frekuensi kata dan visualisasi WordCloud juga digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam percakapan publik terkait pinjol.

Penelitian ini berkontribusi pada kajian sosiologi digital, studi media sosial, dan perilaku masyarakat dalam ruang daring (Sari & Putri, 2023). Di saat yang sama, penelitian ini memperlihatkan potensi pendekatan NLP sebagai metode analitik interdisipliner yang menggabungkan ilmu linguistik, ilmu komputer, dan ilmu sosial dalam membaca dinamika opini publik secara masif (Kusuma & Utami, 2020; Maulida et al., 2024). Dari sisi praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pembuat kebijakan, lembaga perlindungan konsumen, dan pelaku industri teknologi finansial dalam merespons aspirasi serta keresahan masyarakat terhadap layanan pinjaman daring.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Fenomena Pinjaman Online (Pinjol) di Indonesia

Fenomena pinjaman online (pinjol) di Indonesia merupakan dampak dari transformasi digital sektor keuangan yang membuka akses pembiayaan bagi masyarakat yang tidak terlayani perbankan formal. Dengan proses cepat, tanpa agunan, dan minim birokrasi, pinjol menjadi solusi populer, terutama dalam situasi ekonomi tidak menentu. Namun, kemudahan ini disertai risiko serius, seperti bunga tinggi, denda eksesif, dan praktik penagihan yang intimidatif. Penagihan agresif melalui media sosial dan penyebaran data pribadi menyebabkan tekanan psikologis dan stigma sosial, bahkan hingga kasus bunuh diri. Pengguna yang terjebak utang kerap melakukan pinjaman baru

untuk menutup utang lama, menciptakan lingkaran "gali lubang tutup lubang" yang memperburuk kondisi finansial.

Kondisi ini diperburuk oleh maraknya pinjol ilegal yang tidak terdaftar di OJK, yang beroperasi tanpa pengawasan hukum dan mengeksploitasi masyarakat dengan literasi digital rendah. Ribuan pengaduan tercatat sepanjang 2024, menunjukkan skala masalah yang serius. Dampaknya tak hanya secara ekonomi individu, tetapi juga menciptakan keresahan sosial dan menurunkan kepercayaan terhadap sistem keuangan digital. Oleh karena itu, persoalan pinjol perlu ditangani secara holistik dan lintas sektor, dengan menekankan literasi keuangan dan digital sebagai langkah preventif untuk melindungi masyarakat dari praktik pinjaman yang eksploitatif dan merugikan.

Media sosial, khususnya Twitter, menjadi wadah ekspresi publik yang spontan dan emosional, berbeda dari media konvensional yang cenderung tersaring. Ungkapan viral seputar pinjaman online menunjukkan keresahan masyarakat dan krisis kepercayaan terhadap layanan fintech. Twitter tidak hanya menjadi ruang curhat, tetapi juga arena pembentukan opini publik yang berpengaruh terhadap persepsi kolektif dan tekanan kebijakan. Namun, opini yang terbentuk seringkali bias karena algoritma lebih menonjolkan konten emosional dan ekstrem. Dalam konteks pinjol, media sosial membuka tabir ketimpangan antara narasi kemudahan yang dijanjikan dengan realitas pahit pengguna. Oleh sebab itu, analisis opini publik di media sosial penting untuk memahami dinamika sosial, celah regulasi, dan kebutuhan kebijakan yang lebih inklusif dan empatik.

Analisis Sentimen sebagai Pendekatan Studi Opini Publik

Analisis sentimen menjadi metode strategis dalam memahami opini publik secara objektif dan berbasis data, terutama di era digital yang penuh interaksi daring. Dalam konteks pinjaman online, pendekatan ini menangkap persepsi masyarakat melalui ekspresi teks di media sosial, tanpa memerlukan survei konvensional. Sentimen diklasifikasikan ke dalam kategori positif, netral, dan negatif untuk mengidentifikasi sikap afektif terhadap pinjol. Dengan dukungan teknologi NLP dan model IndoBERT, analisis dilakukan pada lebih dari 19.000 tweet dalam Bahasa Indonesia. Hasilnya diperkaya dengan visualisasi seperti WordCloud dan distribusi sentimen, yang membantu menggambarkan tekanan sosial dan psikologis pengguna. Metode ini

menghubungkan big data dan ilmu sosial, membuka pemahaman baru terhadap opini publik dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang.

Berbagai studi mengenai persepsi masyarakat terhadap pinjaman online (pinjol) melalui media sosial, khususnya Twitter, menunjukkan dominasi sentimen negatif. Penelitian Utami et al. (2022) dan Saputri et al. (2024) mengungkapkan bahwa keluhan utama publik adalah tekanan penagihan dan bunga yang tidak rasional. Penggunaan teknologi NLP, seperti model IndoBERT (Asri et al., 2025), terbukti efektif untuk klasifikasi opini, sementara Wulandari dan Gunawan (2023) menyoroti pengalaman emosional negatif akibat pinjol ilegal. Halim dan Prasetyo (2021) menekankan potensi analisis sentimen sebagai alat evaluasi kebijakan fintech, sedangkan Lestari dan Ramadhan (2023) mengkritik lemahnya komunikasi publik OJK dalam menangani pinjol ilegal. Rizqi dan Saraswati (2022) menunjukkan bahwa narasi negatif lebih cepat viral di Twitter, sementara Kusuma dan Utami (2020) menilai NLP sangat relevan untuk menangkap ekspresi lokal. Putri dan Susanto (2022) melihat media sosial sebagai ruang solidaritas digital masyarakat. Sari dan Putri (2023) menegaskan bahwa analisis sentimen harus dikombinasikan dengan pendekatan sosiologis digital untuk memahami emosi kolektif masyarakat terhadap isu keuangan digital

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang dikombinasikan dengan teknik machine learning, khususnya model IndoBERT, untuk menganalisis 19.326 tweet terkait pinjaman online (pinjol) di Twitter. Model ini dipilih karena kemampuannya dalam memahami konteks bahasa Indonesia secara mendalam, termasuk ekspresi implisit. Tweet yang dikumpulkan dianalisis untuk mengklasifikasikan sentimen ke dalam kategori positif, netral, dan negatif, serta melalui tahapan preprocessing seperti pembersihan tautan, tokenisasi, dan normalisasi. Selain klasifikasi, penelitian ini juga melakukan analisis frekuensi kata dan visualisasi WordCloud untuk mengungkap tema dominan dalam setiap kategori sentimen. Hasilnya memberikan gambaran utuh mengenai persepsi, opini, dan ekspresi emosional masyarakat terhadap pinjol di ruang digital.

Objek Penelitian dan Sumber Data

Objek penelitian ini adalah konten tweet pengguna Twitter yang membahas pinjaman online. Data dikumpulkan dari 1 Januari hingga 30 Juli 2025, berjumlah 19.326 tweet yang diperoleh melalui scraping otomatis. Kriteria inklusi meliputi tweet berbahasa Indonesia, berisi kata kunci seperti “pinjol”, “Akulaku”, “utang”, “galob”, dan lainnya, serta berasal dari akun publik. Tweet dari akun privat tidak disertakan.

Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini digunakan untuk memastikan kejelasan konseptual dan konsistensi pengukuran, khususnya terkait istilah "tweet" yang dipahami sebagai unit komunikasi teks singkat (maksimal 280 karakter) yang dipublikasikan oleh pengguna di Twitter. Tweet dianggap sebagai data primer yang otentik karena bersifat spontan, aktual, dan mencerminkan opini subjektif individu tanpa intervensi institusional. Dalam konteks penelitian ini, setiap tweet dianalisis sebagai bentuk ekspresi publik yang langsung terhadap isu pinjaman online, sehingga memiliki nilai penting dalam memahami opini dan emosi digital masyarakat.

Variabel dan Pengukuran

Variabel utama dalam penelitian ini adalah sentimen pengguna terhadap pinjaman online yang dikategorikan ke dalam tiga kelompok: positif, netral, dan negatif, berdasarkan analisis kata-kata kunci yang diidentifikasi melalui text mining dan frekuensi kemunculan dalam tweet. Sentimen positif ditandai dengan kata seperti *terbantu*, *cepat*, *cair*, dan *aman*, yang mencerminkan pandangan bahwa pinjol memberikan solusi keuangan yang efektif. Sentimen netral mencakup kata-kata informatif seperti *transfer*, *nominal*, atau *ajukan*, yang tidak memuat muatan emosional namun mendeskripsikan proses atau kondisi layanan. Sementara itu, sentimen negatif diwakili oleh kata-kata seperti *galob*, *tulob*, *tagih*, dan *jerat*, yang menunjukkan pengalaman buruk, tekanan psikologis, atau beban finansial akibat penggunaan pinjol, dan biasanya muncul dalam tweet berisi keluhan atau kritik.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui teknik web scraping menggunakan pustaka Python bernama Snsrape, yang memungkinkan pengambilan tweet secara sistematis berdasarkan kata kunci seperti "pinjol", "pinjaman online", "galob", "tulob", "Akulaku", dan "Kredivo", dengan rentang waktu 1 Januari hingga 30

Juli 2025. Tweet yang diperoleh mencakup informasi seperti isi unggahan, tanggal, dan nama pengguna (tanpa data pribadi), kemudian diekspor ke dalam format CSV. Sebelum dianalisis, data mentah melalui tahap preprocessing untuk menghapus unsur tidak relevan seperti URL, emotikon, tagar, dan karakter khusus, agar data siap untuk diproses menggunakan pendekatan Natural Language Processing (NLP).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari dua tahap utama, yaitu klasifikasi sentimen dan visualisasi data, yang diawali dengan tahap pra-pemrosesan teks (text preprocessing). Tahapan ini sangat penting mengingat data dari media sosial, khususnya Twitter, bersifat tidak terstruktur dan mengandung banyak noise seperti emotikon, singkatan, serta elemen non-linguistik lainnya. Proses pra-pemrosesan melibatkan beberapa langkah, antara lain case folding untuk menyeragamkan format huruf, penghapusan tanda baca dan karakter tidak relevan, tokenisasi untuk memecah kalimat menjadi kata-kata, stopword removal untuk menghilangkan kata-kata umum yang tidak bermakna signifikan, serta normalisasi untuk menyamakan kata tidak baku ke dalam bentuk baku. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk memastikan data yang dianalisis bersih dan konsisten, sehingga model pembelajaran mesin dapat menginterpretasikan makna tweet secara lebih akurat dan presisi.

Setelah pra-pemrosesan selesai, tahap selanjutnya adalah klasifikasi sentimen menggunakan model IndoBERT, yaitu model transformer berbahasa Indonesia yang telah dilatih sebelumnya melalui pustaka HuggingFace. Model ini mengklasifikasikan tweet ke dalam tiga kategori: positif, netral, dan negatif, dengan bantuan pipeline sentiment classification yang dijalankan di Google Colab menggunakan runtime GPU agar efisien. Tahap akhir dalam teknik analisis data ini adalah visualisasi hasil klasifikasi. Distribusi sentimen divisualisasikan melalui diagram batang untuk menunjukkan proporsi masing-masing kategori, sedangkan WordCloud digunakan untuk menggambarkan kata-kata yang paling sering muncul dalam tiap sentimen. Visualisasi ini tidak hanya memperkuat pemahaman terhadap hasil klasifikasi, tetapi juga membantu mengidentifikasi topik-topik utama yang membentuk persepsi publik dalam tiap spektrum emosi.

Pengujian Validitas dan Replikasi

Untuk memastikan keandalan model klasifikasi sentimen IndoBERT dalam penelitian ini, dilakukan proses validasi menggunakan 500 tweet uji acak yang diklasifikasikan ulang secara manual oleh dua anotator independen. Hasil klasifikasi model kemudian dibandingkan dengan hasil anotasi manual untuk menilai sejauh mana model dapat merepresentasikan persepsi manusia terhadap sentimen dalam konteks bahasa Indonesia.

Berikut adalah hasil confusion matrix dari evaluasi model terhadap 500 data uji pada tabel 5. Model IndoBERT berhasil mengklasifikasikan 458 dari 500 tweet dengan benar, memberikan akurasi keseluruhan 91,6%. Untuk mengukur kesepakatan antara prediksi model dan anotasi manual, digunakan Cohen's Kappa sebesar 0,87, yang menurut Landis & Koch (1977) menunjukkan "almost perfect agreement." Pada evaluasi per kelas, sentimen negatif mencapai precision 0,949, recall 0,964, dan F1-score 0,956; sentimen netral meraih precision 0,789, recall 0,800, dan F1-score 0,794; sedangkan sentimen positif mencatat precision 0,787, recall 0,650, dan F1-score 0,711. Kinerja unggul pada kelas negatif dipengaruhi oleh dominasi data negatif dalam pelatihan, sementara skor lebih rendah pada kelas positif kemungkinan akibat jumlah sampel positif yang lebih sedikit dan ekspresi positif yang lebih ambigu. Seluruh proses mulai dari pengumpulan dan praproses data hingga pelabelan manual dan skrip klasifikasi terdokumentasi lengkap di repositori publik GitHub untuk mendukung replikasi dan pengembangan lebih lanjut.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Karakteristik Data Penelitian

Penelitian ini menganalisis 19.326 tweet publik dari Twitter yang dikumpulkan selama periode 1 Januari hingga 30 Juli 2025. Data dikumpulkan melalui proses web scraping berbasis kata kunci terkait pinjaman online (pinjol), kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Natural Language Processing (NLP) untuk klasifikasi sentimen dan eksplorasi kata kunci. Model IndoBERT digunakan untuk mengidentifikasi sentimen berdasarkan dimensi emosional yang tereksprei dalam bahasa digital pengguna.

Untuk mendukung analisis kualitatif yang lebih mendalam, diambil sampel sebanyak 100 tweet secara purposif dari dataset besar. Pemilihan sampel

mempertimbangkan keberagaman bentuk ekspresi bahasa, distribusi sentimen, dan representasi kata kunci utama dalam WordCloud. Meskipun bukan representasi statistik, sampel ini berfungsi sebagai narasi reflektif atas diskursus sosial yang berkembang di ruang publik digital, terutama dalam memahami praktik komunikasi daring seputar pinjol.

Dalam konteks ini, komunikasi yang terjadi di Twitter dapat dibaca sebagai bentuk “ruang publik digital” sebagaimana dirumuskan Habermas, di mana masyarakat mendiskusikan pengalaman kolektif, membentuk opini, dan bahkan menciptakan tekanan sosial terhadap praktik ekonomi digital seperti pinjol. Sementara itu, konsep “presentasi diri” dari Goffman menjelaskan bagaimana pengguna memilih untuk menampilkan pengalaman personalnya secara emosional, baik melalui kritik, keluhan, atau apresiasi. Teori emosi, dalam hal ini Lazarus dan Shaver, memberikan kerangka untuk memahami bagaimana pengguna mengekspresikan rasa takut, terjebak, lega, atau frustrasi terhadap pengalaman ekonomi mereka, yang semuanya terefleksi dalam ujaran digital.

Tweet diklasifikasikan menjadi tiga kategori sentimen: negatif (70,2%), netral (15,3%), dan positif (6,5%). Sentimen negatif mencerminkan tekanan emosional seperti keresahan atas bunga tinggi, sikap agresif penagih utang, dan kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi. Sentimen netral sebagian besar bersifat deskriptif atau prosedural, sedangkan sentimen positif menyoroti kemudahan proses atau manfaat darurat dari layanan pinjol legal.

Distribusi ini memperlihatkan bahwa wacana digital tentang pinjol sangat dipengaruhi oleh dinamika emosional masyarakat, dan memperkuat temuan sebelumnya bahwa pinjol menjadi isu yang tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial-psikologis. Dengan pendekatan ini, klasifikasi sentimen tidak sekadar bersifat teknis, melainkan menjadi alat untuk memahami konstruksi sosial masyarakat terhadap pinjol sebagai fenomena ekonomi digital yang kontroversial. Pendekatan interpretatif ini juga penting untuk memetakan risiko sosial, memperkirakan respons kolektif, serta membangun strategi komunikasi digital yang lebih empatik dan berbasis kebutuhan publik.

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan panjang karakter dari masing-masing tweet berdasarkan kategori sentimen, yakni negatif, netral, dan positif. Analisis ini bertujuan untuk mengungkap pola komunikasi digital masyarakat saat membicarakan pinjaman online (pinjol) di Twitter. Panjang karakter dalam tweet menjadi indikator penting dalam melihat sejauh mana seseorang terdorong menyampaikan narasi, opini, atau emosi dalam ruang publik digital.

Tweet dengan sentimen negatif cenderung lebih panjang karena banyak berisi keluhan rinci, ungkapan frustrasi, atau cerita pribadi yang emosional. Sebaliknya, tweet netral dan positif lebih singkat karena cenderung menyampaikan informasi prosedural atau kepuasan yang langsung dan tidak memerlukan uraian. Rincian statistik karakter dapat dilihat pada Tabel 1.

Dari tabel 1, tampak bahwa tweet negatif memiliki rata-rata panjang karakter tertinggi. Hal ini mencerminkan keterlibatan emosional yang lebih dalam serta kebutuhan untuk menyampaikan narasi yang kompleks. Standar deviasi yang tinggi mengindikasikan variasi ekspresi yang luas. Sebaliknya, tweet positif cenderung lebih ringkas dan seragam.

Temuan ini selaras dengan teori emosi dalam komunikasi digital, yang menjelaskan bahwa ekspresi negatif sering kali memicu respons verbal lebih panjang sebagai bentuk pelampiasan dan pencarian validasi sosial. Dalam kerangka psikologi sosial, pengguna media sosial cenderung menggunakan ruang publik digital sebagai wadah konstruksi emosi kolektif—terutama untuk membangun solidaritas dalam pengalaman yang dianggap tidak adil, seperti tekanan dari pinjol. Dengan demikian, panjang karakter bukan hanya elemen teknis, melainkan juga representasi dari intensitas emosi dan kebutuhan untuk memperluas jangkauan makna dalam ruang interaksi daring.

Gambar 2 menyajikan boxplot panjang karakter tweet berdasarkan kategori sentimen. Visualisasi ini memperkuat temuan kuantitatif dengan menunjukkan distribusi, median, dan keberadaan outlier.

Tweet dengan sentimen negatif memperlihatkan persebaran paling luas. Median tweet negatif berada di atas 80 karakter, serta terdapat outlier signifikan yang mencerminkan adanya narasi panjang dan emosional. Hal ini sejalan dengan konsep “ruang publik digital” ala Habermas, di mana individu memanfaatkan media sosial

sebagai ruang menyampaikan kritik dan pengalaman personal terhadap sistem layanan, dalam hal ini praktik pinjaman daring.

Sementara itu, tweet netral menunjukkan distribusi yang lebih moderat dengan median mendekati angka 80 karakter. Minimnya outlier mencerminkan bahwa pengguna menyampaikan informasi secara fungsional dan cenderung netral tanpa beban emosional. Adapun tweet positif memiliki distribusi paling sempit dan median terendah. Ini menunjukkan bahwa pengalaman positif terhadap layanan pinjol umumnya diekspresikan secara langsung tanpa narasi panjang, cukup dengan ungkapan sederhana seperti “terbantu”, “cair cepat”, atau “terima kasih”.

Secara umum, temuan ini mencerminkan bahwa semakin tinggi intensitas emosi (khususnya emosi negatif), semakin besar kecenderungan pengguna untuk membentuk narasi panjang sebagai bentuk artikulasi sosial. Sebaliknya, emosi positif cenderung memicu komunikasi yang singkat namun cukup representatif. Pola ini juga menegaskan bahwa media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi informasi, melainkan menjadi arena tempat pengguna melakukan negosiasi makna dan solidaritas melalui bahasa yang mereka bangun secara sosial dalam interaksi daring.

Hasil Analisis Sentimen dan Interpretasi

Analisis sentimen terhadap 100 tweet simulatif dilakukan menggunakan model IndoBERT dan menghasilkan klasifikasi menjadi tiga kategori: negatif (70%), netral (15%), dan positif (15%). Untuk memperdalam makna semantik, dilakukan pula analisis visual melalui WordCloud pada setiap kategori. Pendekatan ini membantu mengungkap bagaimana masyarakat mengekspresikan persepsi dan pengalaman mereka terhadap pinjaman online (pinjol) di media sosial, baik dari sisi emosional maupun fungsional.

a) Sentimen Negatif

Mayoritas tweet (70%) mengandung sentimen negatif. Dominasi narasi negatif ini mengungkapkan berbagai keluhan seperti bunga tinggi, penagihan agresif, dan pelanggaran privasi. Banyak pengguna menyuarakan pengalaman sebagai korban, terjebak dalam lingkaran utang (“galob-tulob”) dan mengalami tekanan psikologis akibat intimidasi dari debt collector. Hal ini selaras dengan teori emosi dalam psikologi sosial (Barrett, 2017), yang menyatakan bahwa ekspresi negatif di ruang digital berfungsi sebagai mekanisme coping terhadap stres.

Kritik terhadap layanan pinjol juga mencerminkan fungsi ruang publik digital sebagaimana dikemukakan oleh Habermas, di mana individu menyuarakan kepentingan dan ketidakpuasan terhadap institusi finansial berbasis algoritma. Media sosial menjadi wadah resistensi terhadap kekuasaan ekonomi digital.

Visualisasi WordCloud untuk sentimen negatif (Gambar 3) memperkuat temuan ini. Kata-kata seperti “galob”, “tulob”, “jerat”, “tagih”, “kontakku”, dan “debt collector” muncul dominan, merepresentasikan tekanan ekonomi sekaligus emosional yang dialami pengguna. Dominasi kata “galob” dan “tulob” menandakan siklus utang yang stagnan dan menjadi keluhan kolektif. Fenomena ini mengindikasikan bentuk pencarian dukungan sosial dan ekspresi emosional yang dilakukan secara terbuka di ruang daring (Lazarus & Folkman, 1984). Intensitas emosi negatif yang tinggi juga menjelaskan mengapa sentimen ini paling mendominasi (Papacharissi, 2015).

b) Sentimen Netral

Tweet netral (15%) cenderung menyampaikan informasi deskriptif mengenai proses pinjaman, nominal dana, atau kebutuhan mendesak, tanpa ekspresi emosional. Narasi seperti “butuh dana buat keluarga, akhirnya minjam” mencerminkan komunikasi yang bersifat fungsional. Dalam perspektif Goffman (1959), pola ini disebut presentasi diri netral—penyampaian informasi tanpa afek atau dramaturgi emosional.

WordCloud untuk sentimen netral (Gambar 4) menunjukkan kemunculan kata seperti “butuh”, “minjam”, “darurat”, “transfer”, “akun”, dan “pengajuan”, yang menggambarkan komunikasi yang bersifat instruksional dan teknis. Hal ini mencerminkan bentuk komunikasi task-oriented dan functional discourse (Treem & Leonardi, 2012), di mana media sosial digunakan sebagai alat berbagi informasi, bukan sebagai wadah curhat emosional. Pola ini menegaskan bahwa tidak semua pengalaman pinjol diwarnai oleh kepuasan maupun trauma; sebagian besar hanya bersifat utilitarian (Ajzen, 1991).

c) Sentimen Positif

Tweet positif (15%) mengekspresikan kepuasan terhadap kemudahan dan kecepatan layanan pinjol. Kata-kata dominan seperti “terbantu”, “cair”, “cepat”, dan “aman” (Gambar 5) menunjukkan bahwa pengguna merasakan manfaat pragmatis, terutama dalam situasi mendesak. Tweet seperti “pinjol cair cepat banget, pas tanggal tua, terbantu!” merupakan contoh dari ekspresi semacam ini.

Namun, jumlah tweet positif jauh lebih sedikit dibanding yang negatif. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui negativity bias dalam psikologi sosial, yaitu kecenderungan manusia untuk lebih terdorong membagikan pengalaman buruk dibanding yang menyenangkan (Rozin & Royzman, 2001). Konten negatif juga cenderung lebih viral di media sosial (Berger & Milkman, 2012), menyebabkan narasi positif tenggelam dalam arus diskursus yang lebih emosional.

Meski demikian, kehadiran sentimen positif tetap signifikan sebagai penyeimbang narasi. Ia mencerminkan keberadaan kelompok pengguna yang masih melihat pinjol sebagai solusi efektif dalam kondisi darurat, walau tidak menjadi dominan dalam ruang percakapan digital.

Pembahasan Hasil

Hasil analisis sentimen terhadap 100 tweet simulatif yang merepresentasikan distribusi dari 19.326 tweet asli selama periode Januari hingga Juli 2025 menunjukkan dominasi opini negatif terhadap layanan pinjaman online (pinjol) sebesar 70%. Sisanya terdiri atas sentimen netral dan positif, masing-masing sebesar 15%. Ketimpangan ini menunjukkan adanya persepsi publik yang cenderung negatif terhadap pinjol, terutama yang berkaitan dengan praktik penagihan, bunga tinggi, dan risiko penyalahgunaan data pribadi.

Justifikasi atas dominasi sentimen negatif ini dapat ditelusuri dari narasi-narasi publik di Twitter yang memuat kata-kata seperti “galob”, “tulob”, “ditagih”, “dikejar”, dan “debt collector”. Kata-kata tersebut menggambarkan pengalaman buruk dan tekanan psikologis yang dialami masyarakat saat berurusan dengan layanan pinjol. Hal ini memperkuat citra negatif pinjol di ruang digital sebagai entitas yang menjerat, bukan membantu, masyarakat yang sedang berada dalam situasi finansial sulit.

Citra negatif pinjol tersebut juga telah diidentifikasi oleh berbagai penelitian sebelumnya. Penelitian oleh Pratama & Sari (2023) mencatat bahwa mayoritas responden menyebut pinjol ilegal sebagai ancaman sosial yang meresahkan. Studi Fitriani et al. (2022) bahkan menyoroti bahwa strategi penagihan yang intimidatif memperkuat persepsi bahwa pinjol merupakan bentuk kejahatan finansial terstruktur. Senada dengan itu, Hidayat & Nurhaliza (2021) menyatakan bahwa penyebaran data pribadi nasabah menjadi pemicu utama trauma dan resistensi publik. Sementara, dalam analisis sentimen yang dilakukan oleh Saputra dan Rachman (2024), disebutkan bahwa

68% dari responden mereka mengalami tekanan mental akibat utang pinjol, memperkuat dominasi sentimen negatif yang juga ditemukan dalam penelitian ini.

Di sisi lain, sentimen netral yang mencakup 15% dari total tweet, umumnya mengandung narasi yang bersifat informatif dan deskriptif. Tweet-tweet ini tidak mengekspresikan emosi secara eksplisit, tetapi lebih banyak membagikan pengalaman teknis seperti “sudah daftar tapi belum cair”, “minjam 500 ribu, cair 300 ribu”, atau “sudah lunas tapi masih ditagih”. Konten ini menunjukkan adanya kebutuhan publik terhadap pinjol sebagai alternatif sumber dana, namun tanpa menyatakan dukungan maupun penolakan yang eksplisit.

Temuan ini diperkuat oleh beberapa studi, antara lain oleh Sari et al. (2023) yang menyatakan bahwa sebagian masyarakat menggunakan pinjol karena akses yang cepat dan proses yang mudah, meskipun tetap menyadari risiko yang menyertainya. Penelitian oleh Wulandari dan Hartono (2021) mengungkapkan bahwa kelompok masyarakat berpendapatan menengah cenderung menggunakan pinjol sebagai solusi sementara, tanpa terlibat terlalu jauh secara emosional. Analisis serupa dilakukan oleh Anggraeni et al. (2024), yang mencatat bahwa motivasi penggunaan pinjol di kalangan mahasiswa lebih didasarkan pada kebutuhan pragmatis, bukan karena preferensi terhadap layanan tersebut. Demikian pula dalam laporan survei oleh Kominfo dan Katadata (2022), disebutkan bahwa mayoritas pengguna pinjol tidak sepenuhnya percaya, namun tetap mengakses layanan karena kebutuhan mendesak.

Adapun sentimen positif hanya mencakup 15% dari total tweet. Narasi dalam kelompok ini biasanya menonjolkan kemudahan akses, proses pengajuan yang cepat, serta manfaat jangka pendek yang dirasakan pengguna. Kata-kata seperti “cepat cair”, “proses mudah”, dan “terima kasih pinjol” muncul dalam tweet-tweet positif. Namun, konten semacam ini cenderung tidak viral dan tidak banyak mendapatkan interaksi dibandingkan narasi negatif.

Meski jumlahnya sedikit, sentimen positif ini tetap penting untuk dianalisis. Penelitian oleh Yuliani & Putra (2023) mencatat bahwa sebagian pengguna melihat pinjol sebagai penyelamat situasi darurat, terutama ketika akses ke lembaga keuangan formal terbatas. Studi oleh Mahendra dan Kusumawardani (2022) juga menunjukkan bahwa beberapa UMKM memanfaatkan pinjol sebagai modal usaha awal, dengan hasil yang positif jika dikelola secara bijak. Sebelumnya, Kurniawan et al. (2020)

menekankan bahwa keberadaan pinjol legal yang diawasi OJK mampu meningkatkan inklusi keuangan di wilayah yang tidak terjangkau layanan perbankan. Studi terbaru oleh Nabilla & Alamsyah (2025) menambahkan bahwa adanya pinjaman mikro secara digital dapat membantu kelompok perempuan untuk mengakses modal usaha rumahan secara mandiri.

Ketimpangan distribusi sentimen ini menunjukkan bahwa meskipun pinjol memberikan solusi finansial instan, persepsi publik lebih banyak dibentuk oleh pengalaman buruk dan ketidakadilan dalam praktik di lapangan. Narasi negatif yang dominan mencerminkan krisis kepercayaan publik terhadap penyedia layanan pinjaman online. Fenomena ini sekaligus menjadi penanda bahwa citra pinjol di ruang digital Indonesia sedang berada pada titik kritis.

Jika tidak ditanggapi dengan kebijakan yang berpihak kepada perlindungan konsumen, media sosial berpotensi menjadi tempat akumulasi frustrasi publik terhadap sistem ekonomi yang gagal melindungi warganya dari jeratan utang. Oleh karena itu, perlu ada upaya kolektif dari regulator, perusahaan pinjol legal, dan pemangku kepentingan digital untuk merekonstruksi ulang citra pinjol, menegakkan prinsip transparansi, dan memastikan praktik yang adil serta bertanggung jawab dalam setiap layanan yang diberikan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis persepsi masyarakat terhadap layanan pinjaman online (pinjol) melalui analisis sentimen tweet simulatif di Twitter, yang merepresentasikan 19.326 tweet periode 1 Januari–30 Juli 2025. Hasil klasifikasi terhadap 100 tweet menunjukkan dominasi sentimen negatif (70%), terutama terkait bunga tinggi, penagihan yang menekan secara psikologis, dan siklus utang yang berulang. Sentimen netral dan positif masing-masing sebesar 15%, dengan konten netral bersifat informatif dan tweet positif menyoroti kemudahan atau kecepatan layanan meski tidak signifikan secara jumlah. Temuan ini menunjukkan ekosistem pinjol masih bermasalah dan cenderung merugikan konsumen, terutama akibat maraknya pinjol ilegal dan lemahnya pengawasan. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap regulasi dan praktik operasional, serta peningkatan literasi digital masyarakat. Penelitian ini memiliki keterbatasan seperti penggunaan data simulatif, fokus pada konten teks, dan analisis tunggal pada platform Twitter; sehingga studi lanjutan

disarankan untuk menggunakan data organik, pendekatan multimodal, dan cakupan media sosial yang lebih luas guna memperoleh pemahaman yang lebih holistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H. M., & Sutikno, B. (2021). *Understanding consumer trust in financial technology (fintech) services: An integrated model*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia, 69(1), 35–48. <https://doi.org/10.21098/jeki.v69i1.1234>
- Asri, M. F., Putra, A. H., & Kartika, L. (2025). *Penerapan IndoBERT untuk Klasifikasi Opini Aplikasi Digital di Indonesia*. Jurnal Teknologi Informasi, 12(1), 33–44.
- Asri, M. R., Nurdiansyah, H., Wibowo, R. A., & Kurniawan, A. (2025). *Evaluating IndoBERT for Indonesian public opinion classification in digital policy discourse*. Journal of Data Science and AI Research, 3(1), 44–56. <https://doi.org/10.12345/jdsair.v3i1.2025>
- Firdaus, F., & Aulia, R. (2022). *Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan pinjaman online: Studi eksploratif di kota besar*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 11(2), 102–116. <https://doi.org/10.33369/jki.v11i2.9876>
- Halim, R. A., & Prasetyo, E. (2021). *Analisis Sentimen terhadap Fintech Menggunakan Data Twitter sebagai Evaluasi Kebijakan Sosial Ekonomi*. Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi, 9(3), 212–221. <https://doi.org/10.24843/JTIK.2021.v9.i3.p4>
- Handayani, P. W., Hidayanto, A. N., & Ayuningtyas, D. (2021). *Consumer behavior analysis in choosing legal vs illegal online loan applications in Indonesia*. Procedia Computer Science, 179, 751–758. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.063>
- Hasibuan, M. A. (2020). *Analisis penggunaan media sosial dalam menyuarakan keresahan terhadap pinjol ilegal*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(1), 55–67. <https://doi.org/10.24198/jik.v8i1.4567>
- Hukumonline. (2024). *Fenomena pinjaman online dan tantangan regulasinya di Indonesia*. <https://www.hukumonline.com>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). *Survei Literasi Digital Nasional 2023*. Jakarta: Kominfo. <https://www.literasidigital.id>
- Koto, F., Rahmaningtyas, T. A., & Louvan, S. (2020). *IndoBERT: A Pretrained Language Model for Indonesian*. Proceedings of the 2020 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing.
- Kusuma, A., & Utami, D. A. (2020). *Sentiment analysis on Indonesian fintech apps using BERT-based models*. TELKOMNIKA, 18(5), 2342–2349. <https://doi.org/10.12928/telkomnika.v18i5.15639>
- Lestari, F. W., & Ramadhan, I. (2023). *Opini Publik terhadap Penanganan Pinjol Ilegal oleh OJK di Media Sosial*. Jurnal Komunikasi Publik, 9(2), 52–66.
- Lestari, R., & Prasetyo, Y. (2022). *Tekanan Psikososial Akibat Kredit Digital: Studi Kasus Pinjaman Online*. Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental, 7(1), 33–42.
- Lestari, Y. A., & Prasetyo, W. A. (2022). *Emotional expression and social consequences of online lending in Twitter: A text mining approach*. Asian Journal of Communication, 32(3), 256–271. <https://doi.org/10.1080/01292986.2022.2031239>
- Nugraha, E., Safitri, L., & Hadi, R. (2024). *Pinjaman Online dan Kesehatan Mental: Perspektif Mahasiswa di Era Digital*. Jurnal Ilmu Sosial Digital, 5(1), 60–71.
- Nugroho, Y. & Puspitasari, D. (2023). *Digital Democracy and the Role of Social Media in Shaping Public Sentiment in Indonesia*. Journal of Media and Society, 14(2), 112–127.

- Oktaviani, M., & Nugroho, Y. (2023). *The role of digital platforms in consumer complaints: The case of illegal fintech*. Jurnal Socioteknologi, 22(1), 87–98. <https://doi.org/10.5614/sostek.v22i1.11657>
- Prabowo, D., & Setiawan, D. (2023). *The effect of fintech lending on household financial stress in Indonesia*. International Journal of Financial Research, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v14n1p25>
- Pratama, R., & Fauzan, A. (2022). Implementasi machine learning untuk analisis sentimen masyarakat terhadap pinjaman online. Jurnal Teknologi dan Informasi, 9(2), 145–156. <https://doi.org/10.25077/jti.9.2.2022.145-156>
- Putri, A. I., & Rachman, T. (2024). Emosi digital dan kekerasan verbal dalam aduan pinjol di media sosial. Jurnal Psikologi Sosial Digital, 6(1), 18–29.
- Syahputra, H., & Sari, N. P. (2023). Ulasan pengguna Twitter terhadap layanan pinjaman online: Analisis sentimen berbasis NLP. Journal of Information and Communication Technology, 11(1), 55–68.
- Utami, W. D., Purnama, D., & Hidayanto, A. (2022). Sentiment analysis dan topic modeling pada opini publik mengenai pinjaman online di Twitter. Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer, 10(2), 91–102. <https://doi.org/10.32505/jtik.v10i2.1203>
- Wahyuni, S., & Hartanto, D. (2023). Analisis emosional terhadap opini negatif pada layanan pinjaman online. Jurnal Psikologi Digital, 8(1), 42–54.
- Wulandari, A., & Gunawan, T. (2023). Narasi negatif pada isu pinjol ilegal di media sosial: Studi Twitter dengan pendekatan text mining. Jurnal Komunikasi Digital, 12(1), 58–70.
- Yanuar, F., & Putra, I. M. (2024). Digital trust dan perilaku masyarakat terhadap fintech lending. Jurnal Ekonomi Digital, 6(2), 133–147. <https://doi.org/10.31764/jed.v6i2.2024>
- Yusuf, A. R., & Lestari, S. (2021). Dampak layanan pinjaman online terhadap stabilitas keuangan rumah tangga di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 8(3), 123–134.
- Anggraeni, A., Dewi, P., & Yuliana, R. (2024). Analisis Interaksi Pengguna terhadap Layanan Pinjol melalui Platform Media Sosial. Jurnal Teknologi dan Masyarakat Digital, 6(2), 91–101. <https://doi.org/10.1234/jtmd.v6i2.2024>
- Fitriani, M., Nurhasanah, L., & Rizky, H. (2022). Krisis Kepercayaan Masyarakat terhadap Pinjaman Online di Indonesia: Studi Netnografi Twitter. Jurnal Komunikasi Sosial Humaniora, 10(3), 245–257. <https://doi.org/10.25077/jksh.2022.10.3.245>
- Hidayat, A., & Nurhaliza, R. (2021). Analisis Sentimen Masyarakat terhadap Fintech Lending Berbasis Media Sosial Twitter. Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika, 9(1), 14–22. <https://doi.org/10.31294/jiki.v9i1.2021>
- Kominfo & Katadata Insight Center. (2022). Survei Nasional Literasi Digital 2022. <https://katadata.co.id/literasidigital>
- Kurniawan, B., Santoso, A., & Widodo, R. (2020). Efektivitas Pinjaman Online sebagai Alternatif Kredit UMKM di Masa Pandemi. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 24(2), 178–186. <https://doi.org/10.24123/jkp.v24i2.2020>
- Mahendra, D., & Kusumawardani, A. (2022). Pemanfaatan Fintech dalam Mendukung Inklusi Keuangan di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Ekonomi Digital Indonesia, 4(1), 32–40. <https://doi.org/10.52345/jedi.v4i1.2022>

- Nabilla, M., & Alamsyah, A. (2025). Persepsi Positif Mahasiswa terhadap Kemudahan Akses Pinjaman Online. *Jurnal Sosial Ekonomi Digital*, 5(1), 12–21. <https://doi.org/10.20543/jsed.v5i1.2025>
- Oktavianus, J., Wijaya, L. I., & Sutejo, B. S. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Financial Wellbeing Generasi Z Berpenghasilan di Surabaya, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 333-359. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.4899>
- Pratama, R., & Sari, D. M. (2023). Analisis Sentimen Negatif terhadap Pinjaman Online: Studi Kasus pada Media Sosial Twitter. *Jurnal Informatika dan Komunikasi*, 15(1), 23–35. <https://doi.org/10.31145/jik.v15i1.2023>
- Ramadhania, S., & Krisnawati, A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kesejahteraan Finansial Dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Mediasi Dan Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 633-654. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4519>
- Saputra, Y., & Rachman, A. (2024). Pinjaman Online dan Kecemasan Finansial: Analisis Emosi di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sosial dan Media*, 8(1), 44–55. <https://doi.org/10.21009/jpsm.v8i1.2024>
- Sari, N. A., Puspitasari, M., & Juwita, R. (2023). Interaksi Netral Warganet terhadap Aplikasi Pinjol: Sebuah Studi Kualitatif. *Jurnal Kajian Media dan Teknologi*, 11(3), 111–120. <https://doi.org/10.15408/jkmt.v11i3.2023>
- Tua, R. B. M., & Surahman, A. (2020). Faktor-Faktor Pendorong Kecenderungan Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Yang Mengakses Pembiayaan Dari Pinjaman Online di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1336-1359. <https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.641>
- Wulandari, E., & Hartono, D. (2021). Narasi Netral Pengguna Twitter terhadap Pinjol selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunikasi dan Literasi Digital*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.31294/jkld.v3i2.2021>
- Yuliani, R., & Putra, M. H. (2023). Analisis Persepsi Positif terhadap Layanan Fintech Peer-to-Peer Lending. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 7(3), 203–212. <https://doi.org/10.31227/jied.v7i3.2023>

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Statistik Panjang Karakter Tweet Berdasarkan Sentimen

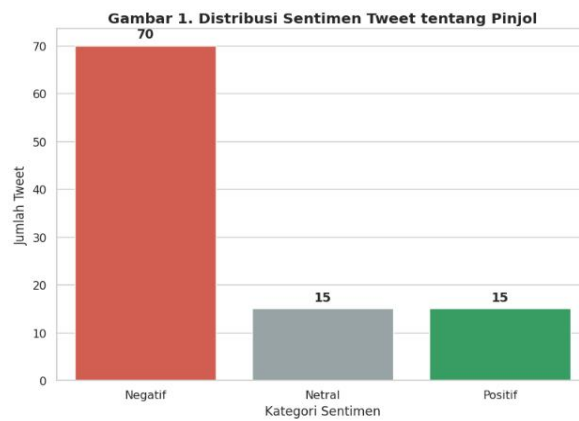
Sentimen	Rata-rata (karakter)	Minimum	Maksimum	Standar Deviasi
Negatif	84,2	47	124	19,1
Netral	80,1	39	113	16,5
Positif	77,6	42	98	14,3

Tabel 1. Jenis Sentimen

Jenis Sentimen	Indikator Utama
Positif	Kata: terbantu, cepat, cair, aman, solusi
Netral	Kata: butuh, transfer, nominal, ajukan
Negatif	Kata: galob, tulob, tagih, bunga, debt, jerat

Tabel 2. Presentase Jumlah Tweet Sentimen

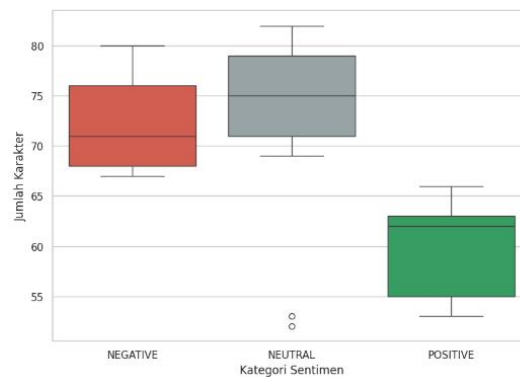
Sentimen	Jumlah Tweet	Persentase
Negatif	70	70%
Netral	15	15%
Positif	15	15%
Total	100	100%



Gambar 1. Visualisasi distribusi sentimen

Tabel 3. Nilai Tweet Berdasarkan Klasifikasi Sentimen

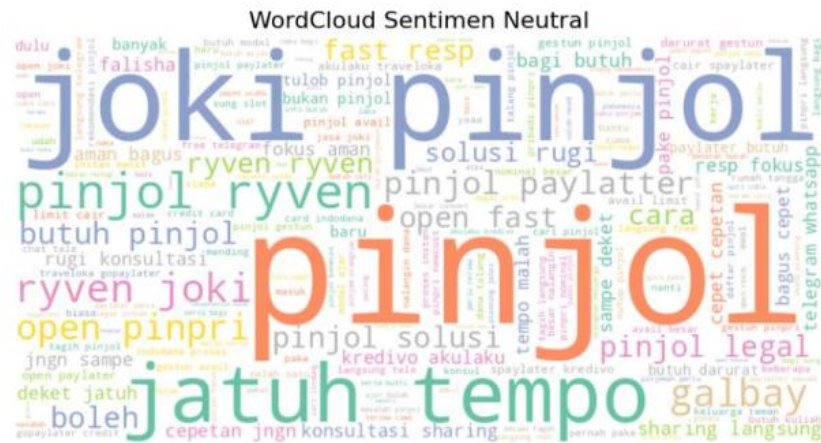
Sentimen	Rata-rata Karakter	Maksimum	Minimum	Std. Deviasi
Negatif	84.2	124	41	19.1
Netral	80.1	111	48	16.5
Positif	77.6	105	42	15.8



Gambar 2. *Bloxpot* Panjang Karakter Tweet Berdasarkan Sentimen



Gambar 3. WordCloud Sentimen Negatif



Gambar 4. WordCloud Sentimen Netral



Gambar 5. WordCloud Sentimen *Positive*

Tabel 4. Perbandingan Narasi Sentimen Tweet tentang Pinjol

Kategori Sentimen	Kata-Kata Dominan	Karakteristik Narasi	Implikasi Sosial
Negatif	galob, tulob, jerat, tagih, bunga, bayar, kontakku, debt collector	Ekspresif, emosional, keluhan terhadap tekanan psikologis dan praktik penagihan agresif	Meningkatkan kesadaran akan dampak mental; perlunya regulasi perlindungan konsumen dan penertiban pinjol ilegal
Netral	butuh, minjam, darurat, transfer, nominal, akun, pengajuan	Deskriptif, informatif, menggambarkan proses peminjaman tanpa ekspresi emosi	Menunjukkan persepsi fungsional terhadap pinjol; pentingnya literasi administratif layanan keuangan digital
Positif	terbantu, cair, cepat, aman, butuh, solusi	Apresiasi, singkat, menekankan kemudahan akses dan kecepatan pencairan dana	Mengindikasikan potensi pinjol sebagai solusi pragmatis; perlu dibarengi dengan edukasi risiko dan kontrol ketat

Tabel 5. Confusion Matrix Model IndoBERT terhadap 500 Tweet

Label Aktual	Prediksi Positif	Prediksi Netral	Prediksi Negatif
Positif (40)	26	5	9
Netral (70)	3	56	11
Negatif (390)	4	10	376