

Analisis *Media Monitoring* Aplikasi *E-Wallet* DANA Pada Bulan Maret 2024

Syifa Najjiyya Nismara

Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, syifa21003@mail.unpad.ac.id

Submitted: 28-04-2024, Reviewed: 30-04-2024, Accepted 10-05-2024

ABSTRACT

Technology is developing not only in the information and communication sector, but also in the financial sector or what is usually called financial technology. Financial technology is a term for the use of technology that creates innovation and change in various financial services, such as the presence of e-wallets or electronic wallets. E-wallets offer various benefits such as practicality, security in transactions, and ease of financial management. DANA is one of the most popular e-wallets and is widely used by people in Indonesia due to various payment features. DANA still has several shortcomings and errors in its system, so users often complain on their social media. Therefore, it is necessary to use media monitoring to see various opinions, complaints and questions through mentions and sentiments from DANA application users through social media monitoring analytical tools. The research method uses a netnographic qualitative descriptive research method by collecting data through Brand24. The data obtained is data from Twitter (X), TikTok, and news from internet.

Keywords: Brand24, DANA, Financial Technology, Media Monitoring

ABSTRAK

Teknologi berkembang tidak hanya di bidang informasi dan komunikasi saja, namun pada di bidang finansial atau biasa disebut dengan *financial technology*. *Financial technology* adalah istilah untuk penggunaan teknologi yang menciptakan inovasi dan perubahan pada berbagai layanan keuangan, seperti kehadiran *e-wallet* atau dompet elektronik. *E-wallet* menawarkan berbagai keuntungan seperti kepraktisan, keamanan dalam bertransaksi, dan kemudahan dalam pengelolaan keuangan. DANA adalah salah satu *e-wallet* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia berkat berbagai fitur pembayaran yang menarik. DANA masih memiliki beberapa kekurangan dan kesalahan pada sistemnya, sehingga para penggunanya seringkali melakukan komplain di media sosial. Maka dari itu, perlu dilakukannya *media monitoring* untuk melihat berbagai pendapat, keluhan, dan pertanyaan melalui *mentions* dan sentimen dari para pengguna aplikasi DANA melalui *social media monitoring analytical tools*. Metode penelitian menggunakan jenis metode penelitian deskriptif kualitatif netnografi dengan mengumpulkan data melalui Brand24. Data yang diperoleh adalah data dari Twitter (X), TikTok, dan pemberitaan internet.

Keywords: Brand24, DANA, Financial Technology, Media Monitoring

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Berkembangnya era digital menyebabkan beberapa perubahan, khususnya pada penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi saat ini tidak hanya berkembang pada bidang informasi dan komunikasi saja, namun juga pada bidang finansial atau biasa disebut dengan *financial technology* (*fintech*). *Financial technology*, disingkat *fintech*, adalah istilah untuk penggunaan teknologi dalam dunia keuangan. *Financial technology* (*fintech*) pada dasarnya menciptakan inovasi dan perubahan pada berbagai layanan keuangan. Dengan kata lain, *financial technology* (*fintech*) menggabungkan unsur keuangan dengan teknologi untuk memberikan solusi finansial yang lebih efisien, mudah diakses, dan terjangkau masyarakat. *Financial technology* (*fintech*) berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, didukung oleh penggunaan *smartphone* yang luas dan jaringan internet yang stabil. *Financial technology* (*fintech*) sendiri telah mengubah industri keuangan. Menurut Erik Feyen (2021), perubahan tersebut mencakup transaksi/pembayaran, infrastruktur pasar keuangan, manajemen investasi, asuransi, penyediaan kredit serta peningkatan modal.

Munculnya *financial technology* (*fintech*) menjadi terobosan yang menawarkan berbagai kemudahan, salah satunya adalah kehadiran *e-wallet* atau dompet elektronik. *E-wallet* hadir sebagai pengganti uang tunai konvensional, memungkinkan masyarakat bertransaksi secara digital menggunakan uang elektronik yang tersimpan dalam aplikasi. Menurut Bam bang Robi'in, Leonardus Ari Wardana, dan Suyoto (2017), *e-wallet* adalah salah satu bentuk teknologi dan metode pembayaran yang telah berkembang di Indonesia. Sistem ini meliputi pembayaran menggunakan teknologi *Near Field Communication* (NFC), teknologi menggunakan barcode, serta teknologi pembayaran yang menggunakan *One Time Password* (OTP) atau menggunakan token.

Berkembangnya *e-wallet* tidak terlepas dari kemajuan teknologi yang mendukungnya. Smartphone dengan fitur keamanan memadai dan jaringan internet yang stabil menjadi landasan utama penggunaan *e-wallet*. Selain itu, inovasi dalam bidang keamanan siber turut membuat masyarakat semakin percaya untuk beralih ke transaksi *digital*. *E-wallet* menawarkan berbagai keuntungan seperti kepraktisan, keamanan dalam bertransaksi, dan kemudahan dalam pengelolaan keuangan. Hal ini mendorong masyarakat untuk beralih dari metode pembayaran konvensional ke transaksi non-tunai.

Banyak studi yang telah mengidentifikasi penggunaan *financial technology (fintech)*, khususnya *e-wallet* di masyarakat, seperti apa pendorong masyarakat beralih dari pembayaran konvensional ke pembayaran *digital* melalui *e-wallet*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Daştan dan Gürler (2016), faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan sistem pembayaran melalui *third party payment* atau *mobile payment system* seperti *e-wallet* adalah individu yang paham teknologi, kemudahan penggunaan aplikasi, dan mobilitas. Berdasarkan hasil penelitian Mu dan Lee (2017), yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* adalah penyesuaian kebutuhan dari masyarakat itu sendiri, *third party payment* atau *mobile payment system* dapat digunakan kapan saja dan di mana saja.

Aplikasi *e-wallet* sudah banyak digunakan di Indonesia, beberapa aplikasi *e-wallet* di antaranya adalah DANA, OVO, Gopay, ShopeePay, dan LinkAja. Pada penelitian kali ini, peneliti akan melakukan penelitian pada salah satu aplikasi *e-wallet*, yaitu DANA. DANA adalah sebuah aplikasi *e-wallet* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. DANA menawarkan berbagai fitur yang dapat memudahkan para penggunanya, mereka dapat melakukan berbagai transaksi dengan mudah seperti pembayaran tagihan, transfer uang, pembelian pulsa, dan pembayaran online lainnya. DANA memanfaatkan teknologi yang aman dan memiliki jangkauan luas di berbagai tempat di Indonesia, namun sayangnya masih banyak kekurangan dan kesalahan system yang terjadi saat para pengguna menggunakan aplikasi *e-wallet* tersebut, bahkan tidak sedikit penggunanya yang melakukan komplain di media sosial akan hal tersebut. Maka dari itu, semakin banyaknya pengguna *e-wallet* DANA, perlu adanya *media monitoring* yang memungkinkan perusahaan untuk memiliki akses ke pendapat, keluhan, dan pertanyaan pelanggan agar dapat meningkatkan sistem aplikasinya. Dalam hal ini, peneliti akan melakukan analisis *media monitoring* terhadap aplikasi *e-wallet* DANA dengan melihat *mentions & reach* dan sentimen yang didapatkan DANA pada 1-31 Maret 2024 melalui *social media analytical tools*, Brand24.

Dalam analisis yang dilakukan peneliti, analisis mengenai *mentions & reach* dan sentimen pengguna aplikasi DANA melalui Brand24 yang disusun berdasarkan rumusan masalah yang terdiri dari: (1) Seberapa banyak sentimen positif terhadap aplikasi DANA?, (2) Seberapa banyak sentimen negatif terhadap aplikasi DANA?, (3) Seberapa banyak sentimen *neutral* terhadap aplikasi DANA, dan (4) Seberapa banyak *mention dan reach* dalam kurun waktu (1-31 Maret 2024)?.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif jenis netnografi. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh. Metode ini menggunakan data kualitatif, seperti teks, gambar, *audio*, dan *video*, untuk menggambarkan realitas sosial dan makna yang terkandung di dalamnya. Menurut Bogdan dan Taylor (1984), penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode penelitian yang mampu mengumpulkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku seseorang yang dapat diamati. Menurut Sugiyono (2016), penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan yang menggambarkan suatu fenomena. Jenis metode yang digunakan adalah netnografi yang merupakan metode penelitian deskripsi kualitatif dengan observasi berbasis *online* yang didasarkan pada perkembangan teknologi informasi dan teknologi. Netnografi sendiri merupakan metode penelitian kualitatif yang khusus mempelajari budaya dan komunitas *online*. Dengan kata lain, netnografi mengamati dan menganalisis interaksi sosial yang terjadi di dunia maya, seperti media sosial, forum diskusi, atau platform *online* lainnya.

Dalam metode netnografi dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan *social media monitoring analytical tools*, sehingga pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan, dengan sumber data sekunder (tidak langsung). Data didapatkan dari tulisan pengguna aplikasi DANA di media sosial atau pemberita di internet. Peneliti menggunakan Brand24 untuk mengumpulkan data *mentions & reach*, sentimen positif, negatif, dan *neutral* pada media sosial Twitter (X), TikTok, dan News atau pemberitaan di Internet. Data yang

dikumpulkan pada penelitian ini berdasarkan dengan beberapa kunci, yaitu “aplikasi dana”, “akun dana”, “dana.id”, dan “@danawallet”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian *Mention & Reach* Aplikasi *E-Wallet* DANA

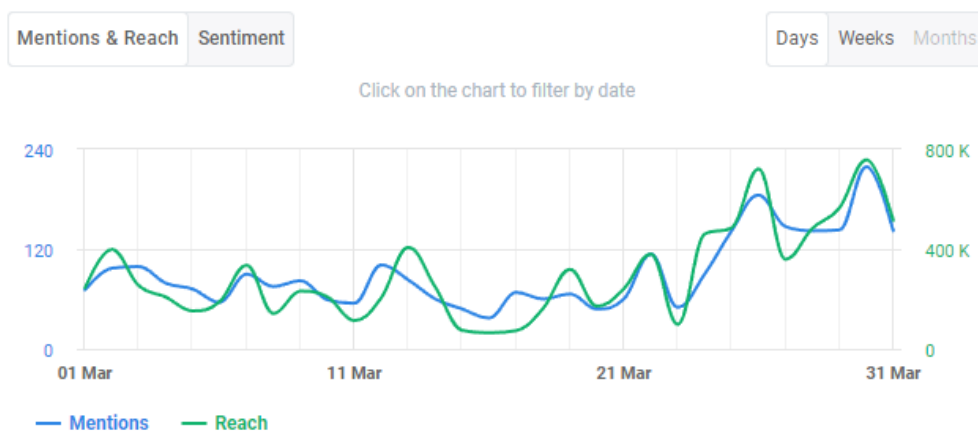
Hasil penelitian terhadap aplikasi *e-wallet* DANA yang dilakukan selama satu bulan dalam kurun waktu 1-31 Maret 2024 mengenai *mention & reach* yang termuat dalam *media monitoring tools*, Brand24 tertera pada tabel di bawah. Data yang diambil hanya Twitter (X), TikTok, dan News.

Tabel 1. *Mention & Reach* Aplikasi *E-Wallet* DANA Periode 1-31 Maret 2024

Jumlah <i>Mentions & Reach</i> pada 1-31 Maret 2024		
No.	Sumber <i>Mentions & Reach</i>	Keseluruhan <i>Mentions & Reach</i>
1	Twitter (X)	1019
2	TikTok	12
3	News	1172
Jumlah		2203

Sumber: Penulis Berdasarkan *Tools* Brand24

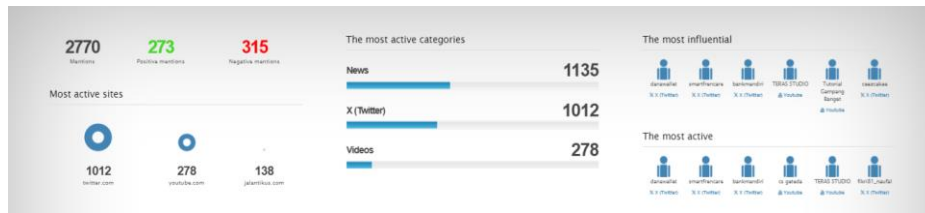
Tercatat pada 1-31 Maret 2024 terdapat 2203 *mention & reach* untuk aplikasi *E-Wallet* DANA, yang terdiri dari 1019 *mention & reach* pada X, 12 *mention & reach* pada Tik Tok, dan 1172 *mention & reach* pada News. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahkan *mentions & reach* terbanyak berasal dari news atau pemberitaan di internet, lalu disusul oleh Twitter atau X, dan dari 3 sumber tersebut *mentions & reach* terendah berasal dari Tik Tok.



Gambar 1. *Mentions & Reach* Aplikasi *E-Wallet* DANA Periode 1-31 Maret 2024

Sumber: *Tools* Brand24

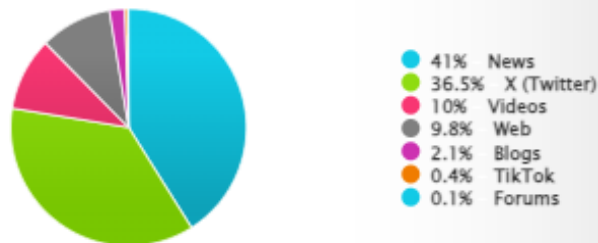
Grafik di atas merupakan analisis dan visualisasi dari *mentions & reach* DANA pada periode 1-31 Maret 2024. Dari grafik di atas dapat dilihat pada minggu pertama jumlah *mentions & reach* hampir menyentuh 120 *mentions & reach*, namun hingga minggu ke 2 dan minggu 3 jumlah *mentions & reach* belum juga menyentuh 120. Akan tetapi, pada akhir bulan, yaitu minggu ke 4 (22-31 Maret) jumlah *mentions & reach* bertambah dengan pesat hingga menyentuh angka 240 hariannya.



Gambar 2. Top Public Profiles Aplikasi E-Wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
 Sumber: Tools Brand24

Gambar statistik di atas menunjukkan hasil diagram bahwa aplikasi *e-wallet* DANA mendapatkan total 2770 dengan 273 *mention* positif dan 315 *mention* negatif yang jumlahnya lebih banyak dari jumlah *mention* positif. Dari gambar di atas juga dapat dilihat bahwa Twitter atau X merupakan *most active sites* yang menyebutkan DANA dengan 1012 keaktifan, disusul oleh YouTube dengan 278 keaktifan, lalu *website* Jalantikus.com dengan 138 keaktifan. Twitter atau X juga menduduki peringkat kedua dengan 1012 keaktifan setelah news dengan 1135 total keaktifan. Berdasarkan analisis *the most influential* dan *the most active* adalah akun resmi Twitter atau X dari DANA (@danawallet).

Source types



Gambar 3. Source Types Aplikasi E-Wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
 Sumber: Tools Brand24

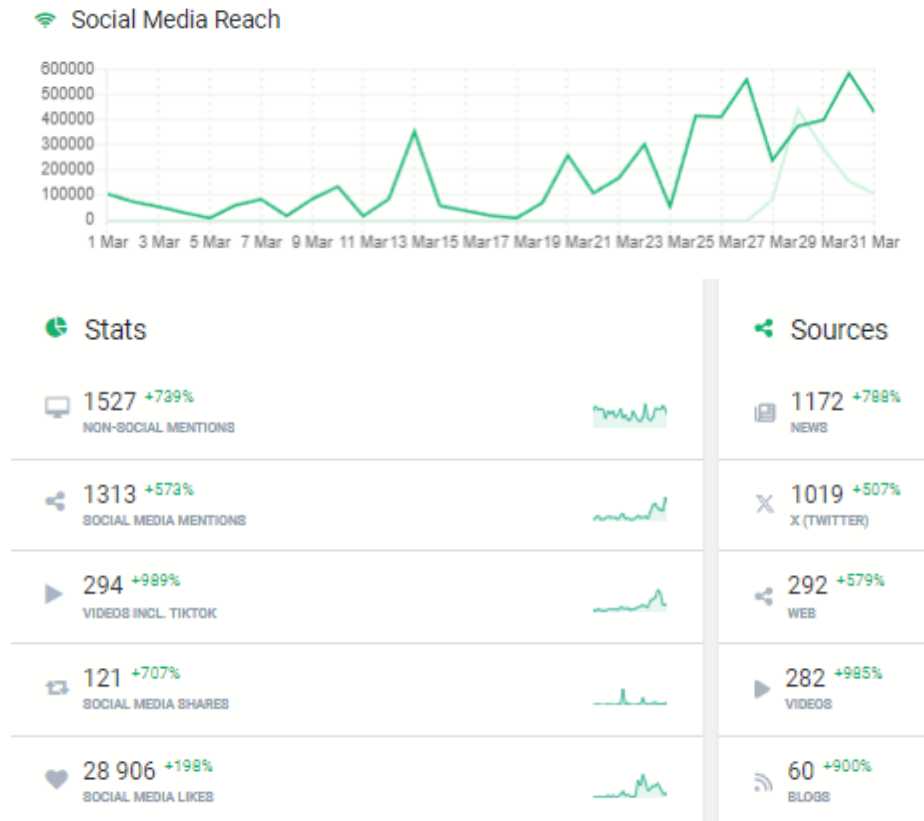
Gambar diagram di atas menunjukkan hasil analisis bahwa *source types* terbanyak adalah news 41%, X (Twitter) 36.5%, videos 10%, web 9.8%, blogs, 2.1%, TikTok 0.4%, dan terakhir adalah forum 0.1%. Sehingga dapat dipastikan bahwa jenis sumber terbanyak ada pada pemberitaan di internet.

Summary

MENTIONS	SM REACH	INTERACTIONS	POSITIVE	NEGATIVE
2840	5.6 M	40 K	274	317
+2463 (+653%)	+4.6 M (+426%)	+27 K (+192%)	+185 (+208%)	+284 (+861%)

Mentions





Gambar 4. Summary Mention & Reach Aplikasi E-wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
 Sumber: Tools Brand24

Berdasarkan *summary* hasil analisis *mentions & reach* DANA pada 1 hingga 31 Maret 2024 dapat disimpulkan bahwa DANA mendapatkan 2840 *mentions* dengan kenaikan mencapai +2463 (+643%) dari sebelumnya. DANA juga mendapatkan *social media reach* 5.6 M dengan kenaikan +4.6 M (+426%) dari sebelumnya. Dengan total *interaction* 40 K dengan kenaikan +27 K (+192%). DANA mendapatkan 274 dengan kenaikan +185 (+208%) *mentions & reach* positif dan 317 dengan kenaikan +284 (+861%) *mention & reach* negatif. Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat bahwa *mentions* tertinggi ada pada tanggal 30 Maret 2024 yang melebihi angka 200 dan diikuti tanggal 26 Maret 2024 yang hampir menyentuh angka 200. Untuk *Reach* tertinggi ada pada tanggal 30 Maret 2024 dan 26 Maret 2024 yang sama-sama melebihi angka 5000. Berdasarkan hasil statistika *mentions* terbanyak adalah *non-social mentions* dengan 1527 naik sebesar 739%, lalu *social media mentions* dengan 1313 naik sebesar 573%. *Sources* tertinggi dipegang oleh *news* atau pemberitaan di internet dengan 1172 naik sebesar 799%, lalu diikuti oleh Twitter atau X dengan 1019 naik sebesar 507%. Sehingga dapat dipastikan bahwa *news* yang merupakan *non-social mentions* mendapatkan posisi tinggi pada *mentions & reach* Aplikasi DANA.

Hasil Penelitian Sentimen Aplikasi E-wallet DANA

Hasil penelitian terhadap aplikasi *e-wallet* DANA yang dilakukan selama satu bulan dalam kurun waktu 1-30 Maret 2024 mengenai sentimen positif yang termuat dalam *media monitoring tools*, Brand24 tertera pada tabel di bawah.

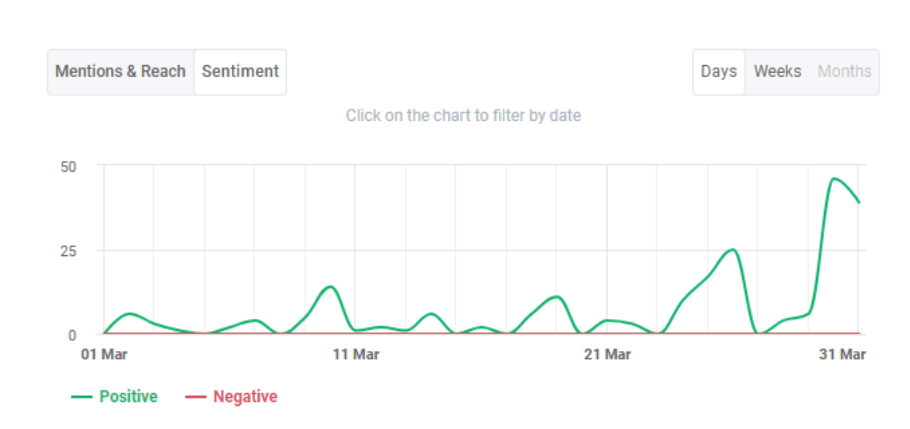
Tabel 2. Sentimen Aplikasi E-Wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024

Jumlah Sentimen pada 1-31 Maret 2024					
No.	Sumber Sentimen	Sentimen Positif	Sentimen Negatif	Sentimen Neutral	Keseluruhan Sentimen

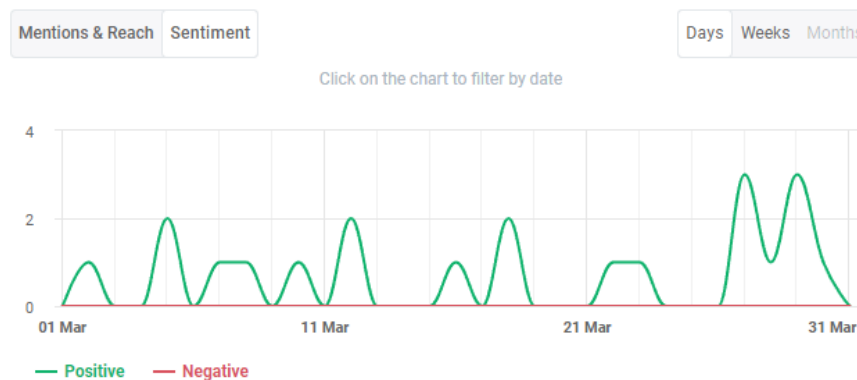
1	Twitter (X)	217	281	521	1019
2	TikTok	1	3	7	11
3	News	21	25	1126	1172
Jumlah		239	309	309	2202

Sumber: Penulis Berdasarkan *Tools Brand24*

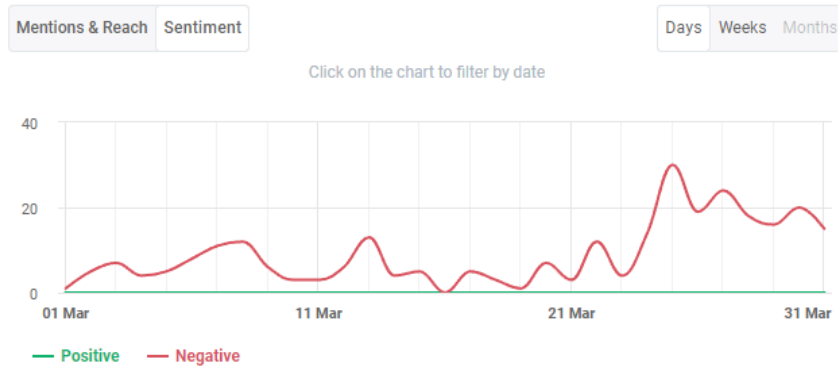
Tercatat pada 1-31 Maret 2024 terdapat 2203 sentimen untuk aplikasi *e-wallet* DANA, yang terdiri dari 239 sentimen positif dengan 217 sentimen positif pada X, 1 sentimen positif pada TikTok, dan 21 sentimen positif pada *News*, lalu 309 sentimen negatif dengan 281 sentimen negatif pada X, 3 sentimen negatif pada TikTok, dan 25 sentimen negatif pada *News*, dan terakhir adalah 1654 sentimen *neutral* dengan 521 sentimen *neutral* pada X, 7 sentimen *neutral* pada TikTok, dan 1126 sentimen *neutral* pada *News*. Selain itu ada 1 *mention & reach* yang tidak terkategori pada TikTok. Secara keseluruhan untuk sentimen dari aplikasi *e-wallet* DANA berjumlah 2202, yang terdiri dari 1019 sentimen pada X, 11 sentimen pada TikTok, dan 1172 sentimen pada *News*.



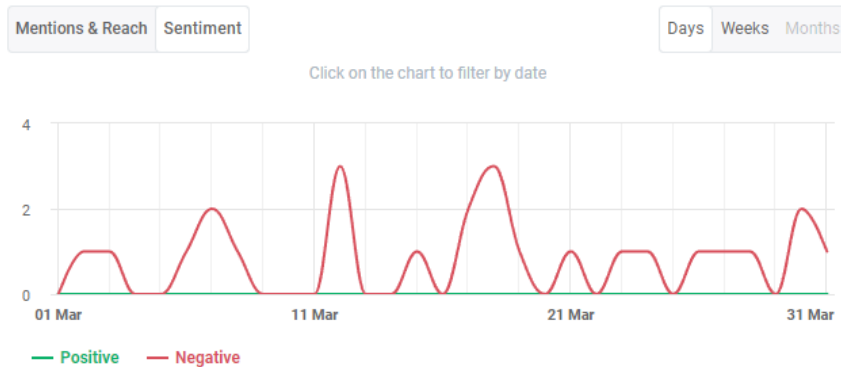
Gambar 5. Sentimen Positif X dan TikTok Aplikasi *E-wallet* DANA Periode 1-31 Maret 2024
Sumber: *Tools Brand24*



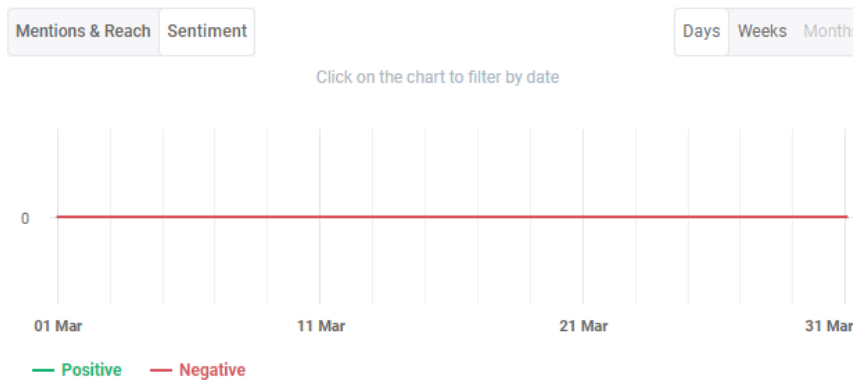
Gambar 6. Sentimen Positif News Aplikasi *E-wallet* DANA Periode 1-31 Maret 2024
Sumber: *Tools Brand24*



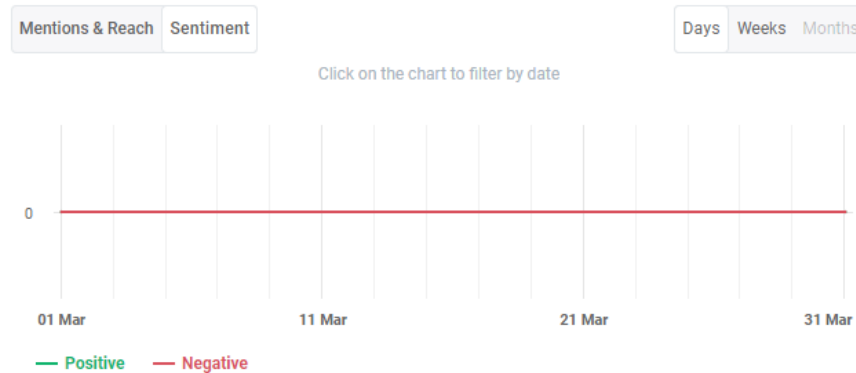
Gambar 7. Sentimen Negatif X dan TikTok Aplikasi E-wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
 Sumber: Tools Brand24



Gambar 8. Sentimen Negatif News Aplikasi E-wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
 Sumber: Tools Brand24



Gambar 9. Sentimen Neutral X dan TikTok Aplikasi E-wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
 Sumber: Tools Brand24



Gambar 10. Sentimen Neutral News Aplikasi E-wallet DANA Periode 1-31 Maret 2024
Sumber: Tools Brand24

SIMPULAN

Teknologi yang berkembang di bidang *financial technology (fintech)* membuat penggunaan *e-wallet* meningkat. DANA adalah sebuah *e-wallet* yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, namun sayangnya DANA masih memiliki beberapa kekurangan dan kesalahan pada sistemnya, sehingga para penggunanya seringkali melakukan komplain di media sosial. Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif jenis netnografi dan pengumpulan data melalui *social media monitoring*, Brand24 dengan data yang diperoleh adalah data dari Twitter (X), TikTok, dan *news* pada 1-31 Maret 2024, dapat disimpulkan bahwa pemberitaan di internet (*news*) menjadi yang paling banyak menyebutkan DANA pada 1-31 Maret 2024. Berdasarkan hasil penelitian terhadap sentimen melalui Brand24, jenis sentimen terbanyak pada 1-31 Maret 2024 adalah sentimen *neutral*, diikuti oleh sentimen negatif, dan yang terakhir adalah sentimen positif. Berdasarkan hasil analisis, minggu ke 4 menjadi tertinggi dalam *mentions & reach*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama proses penelitian, peneliti banyak mendapatkan bantuan, sehingga pada bagian ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Rina Indriastuti, S.E., M.SIE., selaku Rektor Universitas Padjadjaran.
2. Bapak Dr. Dadang Rahmat Hidayat, S.H., S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
3. Bapak Centurion C Priyatna, M.Si., Ph.D., selaku Kepala Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
4. Ibu Dr. Hj. Hanny Hafiar, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Riset Media di Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
5. Seluruh Dosen Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
6. Kedua orang tua dan kakak laki-laki peneliti.

Ucapan terima kasih juga penelitian sampaikan kepada semua orang yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam proses pembuatan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiraa, I. C., Br Barus, L. Y., & Sudiar, N. (2023). Dampak Media Sosial Terhadap Pemasaran Informasi Di Perpustakaan Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 458-462.
<https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/716>

- Aurellia, F. R., & Hafiar, H. (2023). Analisis Media Monitoring Terhadap Brand Kecantikan Hanasui pada Bulan Maret 2023. *Jurnal Riset Public Relations (JRPR)*, 1(1). <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/download/3210/1554/23100>
- Dastan, I. (2016). Factors Affecting the Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *EMAJ Emerging Markets Journal*, 6(1), 17. https://www.researchgate.net/publication/292943809_Factors_Affecting_the_Adoption_of_Mobile_Payment_Systems_An_Empirical_Analysis
- Feyen, E. (n.d.). *Fintech and the Digital Transformation of Financial Services: Implications for Market Structure and Public Policy*. Bank for International Settlements. <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap117.htm>
- Maghfirah, & Eriend, D. (2024). Strategi Experiential Marketing Akal Production Pada Event Loal Museum Melalui Media Sosial TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 1(4). <https://jurnal.minartis.com/index.php/jkomdis/article/view/1608>
- Rahadiyan, I. (2022). PERKEMBANGAN FINANCIAL TECHNOLOGY DI INDONESIA DAN TANTANGAN PENGATURAN YANG DIHADAPI. *Jurnal Universitas Gadjah Mada*, 3(1). <https://jurnal.ugm.ac.id/v3/MH/article/view/3451>
- Robi'in, B., Wardana, L. A., & Suyoto. (2017). New Solutions for Instant Payment Problems in Indonesia. *International Journal on Advanced Science Engineering and Information Technology*, 7(4), 1191. https://www.researchgate.net/publication/319404070_New_Solutions_for_Instant_Payment_Problems_in_Indonesia
- Septiani, K. (2022). Perbandingan Analisis Sentimen Terhadap Pembayaran Digital “Go-Pay” Dan “Ovo” Di Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Naive Bayes Dan Word Cloud. *Jurnal Ilmu Data*, 2(10). <http://ilmudata.org/index.php/ilmudata/article/view/233>
- Sutanto, E. M., & Yessica, Y. (n.d.). Analisis pemilihan aplikasi pembayaran DANA. *Doctoral Dissertation, Petra Christian University*. <https://repository.petra.ac.id/18976/>