



PERSEPSI PENGGUNA TERHADAP PENERAPAN AI UNTUK ANALISIS KOMENTAR MEDIA SOSIAL

Amanda Putri Rizkita¹, Nadine Octavianta², Habibah Zahra Siregar³, Salsabilla Khairus Syifa⁴, Dila Handayani⁵

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan (20371)

⁵ Universitas Tjut Nyak Dhien, Medan (20123)

amandaaputri05@gmail.com¹, br8207731@gmail.com², habibahzahasiregar@gmail.com³,

salsabillakhairuss@gmail.com⁴, dilahandayani1@gmail.com⁵

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima Tgl. 01/12/2025

Diperbaiki Tgl. 20/12/2025

Disetujui Tgl. 29/12/2025

Tersedia daring Tgl.05/01/2026



e-ISSN 2961-9009

p-ISSN 2963-1289

DOI:

<https://doi.org/10.64626/jukomtek.v5i1.552>

Abstract: Increasing social media activity has led to the emergence of various digital comments that represent public views and emotions, necessitating technology capable of processing this data effectively. This study aims to examine user perceptions of the application of artificial intelligence in analyzing Indonesian-language social media comments. The method used was descriptive quantitative, with data collected through an online questionnaire involving sixty active social media users. The results indicate that artificial intelligence is considered effective in helping to quickly understand public sentiment and opinion, but still faces challenges in interpreting casual language and typical Indonesian social contexts. The study's conclusions indicate that users have a positive view of the application of artificial intelligence, although further development and ethical oversight are still needed.

Keywords:

AI, Perception, Analysis, Social, Indonesia

Abstrak: Aktivitas media sosial yang semakin tinggi mendorong munculnya berbagai komentar digital yang merepresentasikan pandangan dan emosi masyarakat, sehingga dibutuhkan teknologi yang mampu mengolah data tersebut secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi pengguna terhadap penerapan kecerdasan buatan dalam menganalisis komentar media sosial berbahasa Indonesia. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring yang melibatkan enam puluh pengguna aktif media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan buatan dinilai efektif dalam membantu memahami sentimen dan opini publik secara cepat, namun masih menghadapi kendala dalam menafsirkan bahasa santai serta konteks sosial khas Indonesia. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki pandangan positif terhadap penerapan kecerdasan buatan, meskipun pengembangan lebih lanjut dan pengawasan etis tetap diperlukan.

Kata Kunci:

AI, Persepsi, Analisis, Sosial, Indonesia.



©2022. Diterbitkan oleh Jurnal Komputer dan Teknologi (JUKOMTEK). Artikel ini memiliki akses terbuka di bawah lisensi CC BY

(<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Teknologi terus berubah seiring berjalannya waktu, para pakar teknologi terus menciptakan inovasi dan penemuan baru untuk memacu kemajuan yang lebih cepat (Muchlas, 2020). Perkembangan ini membantu kita menyelesaikan berbagai masalah sehari-hari dengan cara yang lebih efisien dan mudah. Teknologi telah berkembang di hampir semua sektor, seperti pendidikan, Kesehatan, pertanian, industri, dan informasi (Aipassa, 2024). Di bidang informasi, perubahan ini sangat terasa. Dulu orang mendapatkan informasi melalui buku, artikel, atau koran, sekarang dengan adanya perangkat elektronik dan internet, kita bisa mengakses informasi dengan sangat mudah (Zulfa, 2023).

Penggunaan AI dalam platform media social sudah mengubah cara orang berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. AI tidak hanya memengaruhi cara manusia bekerja, belajar, dan berkomunikasi, tetapi juga mengubah cara informasi disampaikan dan diolah di dunia digital (Baig, Altaf and Azam, 2020). Dalam hal literasi digital, AI memberikan banyak peluang untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memahami, mengolah, mengevaluasi, dan menyebarkan informasi dengan bijak (Hidayat, Nugraha and Ramzi, 2025). Meski ada banyak manfaat, tantangan juga muncul, yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak seperti pendidikan, media, dan kebijakan publik (Warakmuly and Putra, 2025).

Selain digunakan untuk mengolah data, kecerdasan buatan juga bisa membantu memahami perasaan dan pendapat yang ada di dunia maya. Dengan menganalisis komentar dalam bahasa Indonesia, AI bisa mendeteksi pola-pola perasaan seperti positif, negatif, atau netral yang diungkapkan pengguna terkait suatu topik, produk, atau kebijakan (Putra and Wijaya, 2023). Namun, kesulitan menganalisis bahasa Indonesia terjadi karena struktur bahasa yang kompleks, terutama dalam penggunaan kata santai, singkatan, dan konteks budaya (Margareth, 2022). Untuk itu, dibutuhkan pemahaman yang baik tentang karakteristik bahasa dan kebudayaan Masyarakat Indonesia agar hasil analisis AI benar-benar tepat dan sesuai dengan maksud pengguna (Nababan *et al.*, 2024).

Di Indonesia, penggunaan media sosial sangat tinggi, sehingga setiap hari muncul jutaan komentar baru yang menunjukkan berbagai pendapat masyarakat mengenai isu sosial, politik, ekonomi, hingga hiburan (Jon and Papatungan, 2022). Kondisi ini menjadikan kebutuhan akan sistem otomatis seperti AI semakin penting, karena dapat menyaring dan menganalisis data dalam jumlah besar secara cepat dan efisien (Nevrada and Syaputra, 2025). Dengan teknologi *Natural Language Processing* (NLP), AI bisa membantu memetakan opini publik secara langsung (Febryan, Negara and Ramadhan, 2025). Hasilnya

bisa digunakan oleh berbagai pihak, seperti peneliti, pelaku bisnis, maupun pemerintah (Musfiroh *et al.*, 2021). Dengan demikian, AI bukan hanya alat untuk menganalisis data, tetapi juga menjadi alat strategis dalam memahami cara masyarakat Indonesia berinteraksi di dunia maya (Ulya, 2024).

Dengan mengetahui cara masyarakat memandang penggunaan AI dalam konteks ini, peneliti bisa memahami lebih baik tingkat masyarakat dalam menerima teknologi. Penelitian ini diharapkan bisa membantu dalam membuat sistem AI yang lebih cocok dengan bahasa dan budaya Indonesia (Nugroho, 2025). Selain itu, hasilnya juga bisa digunakan oleh pengembang teknologi untuk meningkatkan kesan percaya publik terhadap analisis AI (Warakmuly and Putra, 2025).

LANDASAN TEORI

Kecerdasan buatan, atau yang disebut AI, adalah teknologi yang bisa meniru cara berpikir manusia untuk menganalisis data dan memahami bahasa dalam bentuk digital (Santoso, 2023). Di media sosial, AI digunakan untuk menganalisis perasaan atau sikap seseorang dalam komentar, seperti apakah komentar itu positif, negatif, atau netral. Proses ini disebut *sentiment analysis* dan dilakukan dengan bantuan teknologi *Natural Language Processing* (NLP) (Syahidin and Alwi, 2023). Keberadaan AI dianggap berguna karena bisa memproses banyak data secara cepat dan membantu memahami pendapat publik. Namun, AI masih kesulitan menganalisis bahasa Indonesia karena adanya istilah santai, singkatan kata, dan konteks budaya yang membuat interpretasi perasaan tidak selalu akurat. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan AI yang lebih tepat untuk gaya komunikasi Masyarakat Indonesia serta pengawasan etis agar hasil analisis bisa dipercaya dan tidak menyimpang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan satu metode, yaitu kuantitatif deskriptif. Untuk mengumpulkan data, digunakan kuesioner berbasis Google Form yang dibagikan kepada 60 orang pengguna aktif media sosial seperti Instagram, X (Twitter), TikTok, dan Youtube. Kuesioner ini dibuat dengan skala Likert dari 1 sampai 5, di mana angka 1 menunjukkan persetujuan yang sangat tinggi. Alat ini digunakan untuk mengetahui pandangan pengguna mengenai penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam menganalisis komentar berbahasa Indonesia di platform media sosial,

Responden dipilih secara acak dari berbagai kalangan pengguna media sosial agar hasil yang diperoleh lebih luas dan lebih lengkap. Setelah data dikumpulkan, selanjutnya diolah secara deskriptif untuk memahami tingkat pemahaman, sikap, dan pandangan responden terhadap kemampuan serta kendala yang dihadapi AI dalam memahami konteks bahasa Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

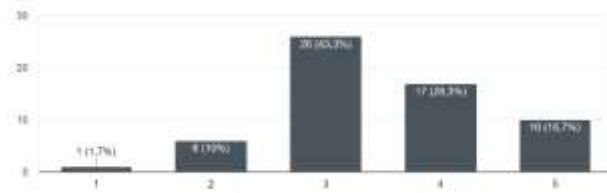
Kuesioner yang sudah dibagikan mendapatkan 60 jawaban dari orang-orang yang berasal dari universitas, sekolah, dan daerah yang berbeda. Berikut hasilnya (Tabel 1) berdasarkan kuesioner yang sudah dibagikan. Dari data yang didapat, sebagian besar responden berusia 18-25 tahun, yaitu sebesar 68,3% dan sebagian besar berjenis kelamin Perempuan dengan presentase 58,3%. Media social yang sering digunakan oleh responden adalah TikTok berjumlah 50%, Instagram berjumlah 35%, disusul YouTube, Facebook, dan WhatsApp. Kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda merupakan pengguna media sosial paling aktif dalam menyampaikan pendapat, berinteraksi, dan mengikuti isu digital (Jon and Papatung, 2022). Temuan ini juga sesuai dengan pendapat (Aipassa, 2024) yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital mendorong peningkatan keterlibatan generasi muda dalam aktivitas komunikasi publik di media sosial.

Tabel 1. Presentase hasil kuesioner

No	Pertanyaan	Presentase Diagram												
1.	AI mampu mengenali emosi dalam komentar berbahasa Indonesia dengan baik.	<p>AI mampu mengenali emosi dalam komentar berbahasa Indonesia dengan baik. 60 jawaban</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> <tr><th>Percentage</th><td>3.3%</td><td>13.3%</td><td>27.1%</td><td>18.3%</td><td>18.0%</td></tr> </table>	Response	1	2	3	4	5	Percentage	3.3%	13.3%	27.1%	18.3%	18.0%
Response	1	2	3	4	5									
Percentage	3.3%	13.3%	27.1%	18.3%	18.0%									
2.	AI sering salah memahami konteks komentar yang menggunakan bahasa gaul atau singkatan.	<p>AI sering salah memahami konteks komentar yang menggunakan bahasa gaul atau singkatan. 60 jawaban</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td></tr> <tr><th>Percentage</th><td>3.3%</td><td>13.3%</td><td>23.3%</td><td>18.3%</td><td>11.7%</td></tr> </table>	Response	1	2	3	4	5	Percentage	3.3%	13.3%	23.3%	18.3%	11.7%
Response	1	2	3	4	5									
Percentage	3.3%	13.3%	23.3%	18.3%	11.7%									

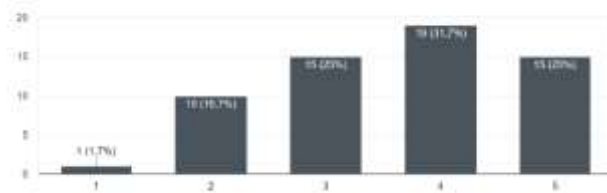
3. AI bisa membantu memahami sentimen (positif, negatif, netral) dari komentar media sosial.

AI bisa membantu memahami sentimen (positif, negatif, netral) dari komentar media sosial.
50 jawaban



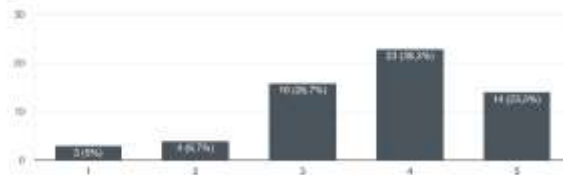
4. AI dapat membantu memahami opini publik di media sosial secara cepat.

AI dapat membantu memahami opini publik di media sosial secara cepat.
50 jawaban



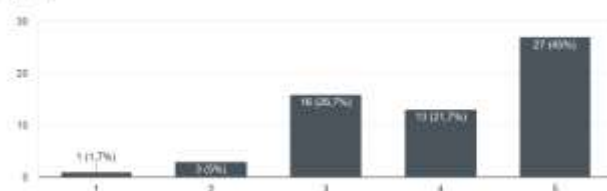
5. Saya merasa analisis AI terhadap komentar bisa digunakan untuk kepentingan positif (misalnya riset, pelayanan publik, atau bisnis).

Saya merasa analisis AI terhadap komentar bisa digunakan untuk kepentingan positif (misalnya riset, pelayanan publik, atau bisnis).
50 jawaban



6. Penggunaan AI perlu diawasi agar tidak salah menafsirkan emosi manusia.

Penggunaan AI perlu diawasi agar tidak salah menafsirkan emosi manusia.
50 jawaban



Hasil survei menunjukkan bahwa AI dinilai cukup efektif dalam mendeteksi emosi dari komentar yang ditulis dalam bahasa Indonesia. Dari peserta survei, 35% mengatakan setuju dan 25% sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai menyadari manfaat AI dalam mendukung analisis komunikasi digital. Hal ini sejalan dengan penelitian (Putra and Wijaya, 2023). Namun, 50% peserta menyatakan setuju dan 30% sangat setuju bahwa AI sering kesulitan memahami konteks komentar yang menggunakan bahasa gaul atau singkatan. Kondisi ini menggambarkan tantangan dalam

analisis bahasa Indonesia yang memiliki variasi gaya bahasa informal yang tinggi, sebagaimana dijelaskan (Margareth, 2022).

Selain itu, sekitar 45% partisipan menyatakan setuju dan 25% sangat setuju bahwa AI bisa membantu memahami sentiment dari komentar, baik itu positif, negative, maupun netral. Sebanyak 55% juga mendukung bahwa AI bisa mempercepat proses pemahaman terhadap opini publik di platform media social. Hasil ini menunjukkan bahwa AI dianggap efektif dalam menganalisis pendapat dan perasaan Masyarakat secara cepat, serta memiliki potensi besar untuk mendukung penelitian social dan analisis tren digital. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Musfiroh *et al.*, 2021) yang menegaskan bahwa AI mampu mengolah data komentar digital dalam jumlah besar secara efisien, serta didukung oleh (Febryan, Negara and Ramadhan, 2025) yang menunjukkan bahwa penerapan NLP dapat meningkatkan efektivitas analisis media sosial.

Pandangan positif terhadap manfaat AI terlihat dari 60% partisipan yang setuju dan 25% yang sangat setuju bahwa hasil analisis AI terhadap komentar bisa digunakan untuk hal-hal yang bermanfaat, seperti penelitian, layanan publik, atau sektor bisnis. Namun, banyak partisipan juga menekankan perlunya pengawasan dalam penggunaan teknologi ini, seperti yang terlihat dari 50% partisipan yang sangat setuju dan 35% yang setuju bahwa penggunaan AI harus diawasi agar tidak salah memahami perasaan manusia. Pandangan ini sejalan dengan (Aipassa, 2024) yang menegaskan bahwa penerapan AI harus memperhatikan standar etika, privasi, dan transparansi dalam pengelolaan informasi digital. Selain itu, (Baig, Altaf and Azam, 2020) menekankan bahwa kepercayaan publik dan keamanan data merupakan aspek penting yang harus dijaga dalam pemanfaatan AI pada ruang komunikasi digital.

Meskipun memiliki potensi besar, responden menekankan bahwa penggunaan AI harus diawasi secara etis. Dari hasil survei, 50% responden sangat setuju dan 35% setuju bahwa perlu adanya pengawasan untuk menghindari kesalahan interpretasi dan penyalahgunaan data. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan bahwa penggunaan AI perlu memperhatikan standar etika dan transparansi dalam pengelolaan informasi digital (Aipassa, 2024). Selain, itu penggunaan AI dalam ruang media sosial harus mempertimbangkan aspek kepercayaan publik dan keamanan data agar dapat diterapkan secara optimal (Baig, Altaf and Azam, 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 60 orang, penelitian ini menunjukkan bahwa sekitar 70-80% peserta memiliki pendapat positif mengenai perkembangan AI di *platform* media sosial. Mereka merasa AI membantu meningkatkan efisiensi dalam menganalisis komentar dan memantau pendapat masyarakat. Namun, masih ada ketakutan terkait kemampuan AI dalam memahami konteks emosional, penggunaan bahasa kasual, serta risiko penyalahgunaan teknologi tersebut. Karena itu, penggunaan AI perlu dikembangkan dengan pendekatan yang etis dan memperhatikan konteks sosial serta budaya, agar dapat digunakan secara optimal tanpa mengabaikan privasi dan makna dari komunikasi antar pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Aipassa, M.E. (2024) 'Kecerdasan Buatan sebagai Tantangan Kebebasan Berpendapat di Media Sosial', *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 8(1), pp. 43–52. Available at: <https://doi.org/10.51544/jlmk.v8i1.4750>.
- Baig, K., Altaf, A. and Azam, M. (2020) 'Impact of AI on Communication Relationship and Social Dynamics: A qualitative Approach', *Bulletin of Business and Economics*, 13(2), pp. 282–289.
- Febryan, P.H., Negara, A.K. and Ramadhan, M.F.A. (2025) 'ANALISIS PENGGUNAAN AI DALAM ALGORITMA SOSIAL MEDIA : SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW', *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(1), pp. 1095–1102.
- Hidayat, T., Nugraha, H.D. and Ramzi, M.N. (2025) 'PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM MEDIA DAN LITERASI DIGITAL : PELUANG DAN TANTANGAN THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MEDIA AND DIGITAL LITERACY : OPPORTUNITIES AND CHALLENGES', *Jiic: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA*, 2(6), pp. 11831–11840.
- Jon, A.M. and Papatungan, I.V. (2022) 'ANALISIS SENTIMEN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KLUB PERSIJA JAKARTA MENGGUNAKAN METODE NAIVE BAYES', *Automata*, 958, pp. 1–8.
- Margareth, L.M. (2022) 'Kesalahan Berbahasa dalam Pemberian Komentar di Media Sosial Instagram (Kajian Psikolinguistik)', *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 5(2), pp. 125–135.
- Muchlas (2020) 'Teknik Digital', in *Universitas Negeri Yogyakarta Press*. Universitas Negeri Yogyakarta Press.

- Musfiroh, D. *et al.* (2021) ‘Analisis Sentimen terhadap Perkuliahan Daring di Indonesia dari Twitter Dataset Menggunakan InSet Lexicon’, *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 1(April), pp. 24–33.
- Nababan, W.R. *et al.* (2024) ‘Tantangan Bahasa di Era Digital Terhadap Kesalahan Berbahasa Dalam Komunikasi Media Sosial’, *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(3), pp. 1–9.
- Nevrada, N.A. and Syaputra, M.A. (2025) ‘Sentiment Analysis of Telegram App Reviews on Google Play Store Using the Support Vector Machine (SVM) Algorithm’, *Journal of Applied Informatics and Computing (JAIC)*, 9(1), pp. 96–105.
- Nugroho, B.H. (2025) ‘Perbandingan Kemampuan AI Grok , ChatGPT , dan Gemini dalam Analisis Konten Media Sosial’, *Journal of Artificial Intelligence and Multimedia in Informatics*, 2(1), pp. 56–69.
- Putra, S.A. and Wijaya, A. (2023) ‘Analisis Sentimen Artificial Intelligence (AI) Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Metode Lexicon Based’, *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi Volume.*, 7(1), pp. 21–28.
- Santoso, J.T. (2023) *Kecerdasan buatan*. Edited by M. Sholikan. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Syahidin, A.A. and Alwi, M.R. (2023) ‘ANALISIS SENTIMEN DATA TWITTER TERHADAP PELAKSANAAN PEMBELAJARAN ONLINE DI INDONESIA PADA MASA PANDEMI COVID - 19 MENGGUNAKAN METODE NATURAL LANGUAGE’, 5(3), pp. 319–331.
- Ulya, R.H. (2024) ‘Transformasi Makrolinguistik Bahasa Indonesia dalam Gamitan Media Digital : Analisis Wacana Kritis pada Platform Media Sosial’, *Jurnal Ilmiah Langue and Parole*, 1(1), pp. 91–99.
- Warakmuly, S.P. and Putra, H. (2025) ‘Optimalisasi Manajemen Sentimen di Media Sosial Universitas melalui Machine Learning dan AI : Studi Kasus pada Komentar Instagram’, *Jurnal Tata Kelola dan Kerangka Kerja Teknologi Informasi*, 11(1), pp. 31–38.
- Zulfa, I. (2023) ‘KLASIFIKASI SENTIMEN ANALISIS TWEET BERBAHASA INDONESIA DI TWITTER DENGAN DEEP BELIEF NETWORK’, in *EUREKA MEDIA AKSARA*. EUREKA MEDIA AKSARA.