

Representasi Ketidakpuasan Publik Terhadap Konten Berbasis Kecerdasan Buatan Dalam Ruang Digital : Studi Kasus Akun Instagram @Meutya_Hafid

Dudi Setiadi¹, Meisy Triana Dewi², Putri Nur Octavianisya³, Reni Nuraeni⁴,
Rita Destiwati⁵, Tita Melia Milyane⁶

Telkom University, Bandung, Indonesia

Email : dudisetiadids@student.telkomuniversity.ac.id,

meisytrianadewi@student.telkomuniversity.ac.id ;

putrinuroctavianisya@student.telkomuniversity.ac.id, reninuraeni@telkomuniversity.ac.id,

ritadestiwati@telkomuniversity.ac.id, titameliamilyane@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi ketidakpuasan publik terhadap konten berbasis Artificial Intelligence (AI) pada akun Instagram @meutya_hafid. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis tematik terhadap komentar warganet yang diolah menggunakan perangkat lunak NVivo. Analisis didasarkan pada Teori Representasi Stuart Hall untuk memahami bagaimana publik memaknai **penggunaan** AI dalam komunikasi digital pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 68% komentar didominasi sentimen negatif, yang merepresentasikan tiga tema utama ketidakpuasan, yaitu kritik terhadap pencitraan digital pemerintah, ketidakpercayaan terhadap komunikasi pemerintah yang dinilai kurang substantif, serta penolakan terhadap komunikasi yang dianggap artifisial dan kurang autentik. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah belum secara otomatis meningkatkan penerimaan publik. Masyarakat lebih mengharapkan komunikasi digital yang autentik, transparan, humanis, dan relevan dengan realitas sosial dibandingkan sekadar menampilkan inovasi teknologi berbasis AI.

Kata Kunci: Representasi, Ketidakpuasan Publik, Artificial Intelligence (AI), Komunikasi Digital, Instagram, Komunikasi Pemerintah.

REPRESENTATION OF PUBLIC DISSATISFACTION WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE-GENERATED CONTENT IN DIGITAL SPACES: A CASE STUDY OF THE INSTAGRAM ACCOUNT @Meutya_Hafid"

ABSTRACT

This study aims to analyze the representation of public dissatisfaction with Artificial Intelligence (AI)-based content on the Instagram account @meutya_hafid. The research employed a qualitative approach using thematic analysis of public comments processed with NVivo software. The analysis was grounded in Stuart Hall's Representation Theory to examine how the public interprets the use of AI in government digital communication. The findings reveal that 68% of the comments expressed negative sentiment, representing three major themes of public dissatisfaction: criticism of the government's digital image-building, distrust of government communication perceived as lacking substantive content, and rejection of communication considered artificial and lacking authenticity. These findings indicate that the adoption of AI in government communication does not automatically enhance public acceptance. Instead, the public expects digital communication that is authentic, transparent, human-centered, and responsive to social realities, rather than merely showcasing AI-driven technological innovation.

Keywords: Representation, Public Dissatisfaction, Artificial Intelligence (AI), Digital Communication, Instagram, Government Communication

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara signifikan cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Menurut Rulli Nasrullah, media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi yang bersifat partisipatif, interaktif, dan terbuka sehingga masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga aktif memproduksi respons terhadap pesan yang diterima (Nasrullah, 2017). Dalam konteks komunikasi pemerintahan, perubahan tersebut menjadikan media digital bukan sekadar sarana penyebaran informasi, melainkan ruang pembentukan opini publik dan interaksi sosial antara pemerintah dengan masyarakat. Koswara (2025) menjelaskan bahwa media digital telah berkembang menjadi ruang ekspresi publik terhadap isu kebijakan, sehingga interaksi yang terjadi di dalamnya dapat merepresentasikan persepsi serta respons masyarakat terhadap komunikasi pemerintah.

Di antara berbagai platform media sosial, Instagram menjadi salah satu media yang dominan digunakan dalam praktik komunikasi publik karena karakteristiknya yang visual, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Fitur seperti unggahan visual, reels, story, serta kolom komentar memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara pemerintah dan publik, sehingga Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan opini publik digital. Tingginya penggunaan Instagram oleh institusi pemerintah menunjukkan bahwa platform ini telah menjadi sarana penting dalam membangun citra dan komunikasi publik di era digital.

Perkembangan komunikasi digital tersebut semakin dipengaruhi oleh

hadirnya teknologi Artificial Intelligence (AI) yang mulai dimanfaatkan dalam produksi konten media sosial. AI memungkinkan proses pembuatan visual, video, dan narasi digital dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan inovatif. Dalam konteks komunikasi pemerintah, penggunaan AI dimanfaatkan untuk menciptakan komunikasi digital yang lebih modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Namun, penggunaan AI dalam komunikasi publik juga memunculkan berbagai kritik ketika konten yang dihasilkan dianggap terlalu artifisial, kurang autentik, dan tidak sensitif terhadap realitas sosial masyarakat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam komunikasi publik sering kali menimbulkan respons yang beragam dari masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Fitriani (2023) menjelaskan bahwa media sosial menjadi ruang representasi opini publik yang memperlihatkan bagaimana masyarakat menilai komunikasi institusi melalui interaksi digital. Penelitian lain oleh Fauziah dan Ramadhan (2022) menunjukkan bahwa audiens media sosial saat ini memiliki kesadaran digital yang tinggi sehingga mampu membedakan komunikasi yang bersifat autentik dengan komunikasi yang dianggap hanya berorientasi pada pencitraan visual. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya dinilai dari kualitas teknologinya, tetapi juga dari kedekatan emosional dan relevansi sosial pesan yang disampaikan kepada masyarakat.

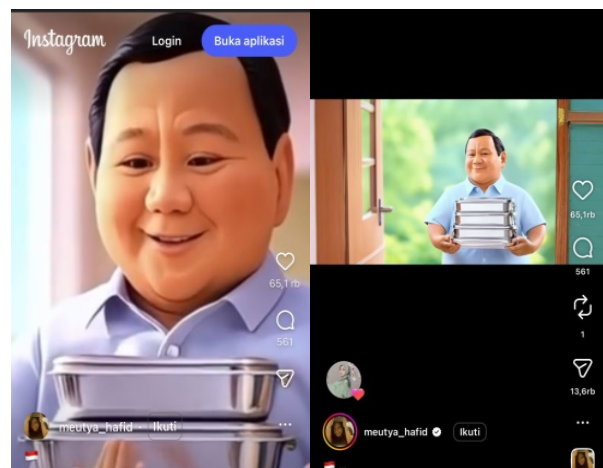
Dalam konteks Indonesia, isu penggunaan AI dalam komunikasi digital pemerintah menjadi semakin relevan karena berkaitan langsung dengan peran Kementerian Komunikasi dan Digital

(Komdigi) sebagai institusi yang memiliki otoritas dalam bidang komunikasi, transformasi digital, dan perkembangan teknologi informasi nasional. Sebagai kementerian yang berada di garis depan transformasi digital, Komdigi tidak hanya berperan dalam merumuskan kebijakan teknologi digital, tetapi juga menjadi representasi praktik komunikasi pemerintah di era digital. Oleh karena itu, bentuk komunikasi digital yang dilakukan pejabat Komdigi memiliki nilai simbolik terhadap bagaimana pemerintah membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat di ruang digital.

Fenomena tersebut dapat dilihat pada akun Instagram @meutya_hafid milik Meutya Hafid selaku Menteri Komunikasi dan Digital. Beberapa unggahan pada akun tersebut menampilkan visual digital, ilustrasi artifisial, dan narasi yang diasosiasikan dengan penggunaan teknologi AI dalam proses produksi kontennya. Kehadiran konten berbasis AI tersebut memunculkan berbagai respons publik pada kolom komentar, mulai dari apresiasi hingga kritik dan ketidakpuasan. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti pada unggahan periode Januari hingga Maret 2025, ditemukan bahwa sebagian komentar publik menilai konten tersebut terlalu berorientasi pada estetika visual dan pencitraan digital dibanding substansi komunikasi yang relevan dengan kondisi masyarakat. Beberapa komentar juga menunjukkan bahwa publik merasa komunikasi pemerintah terlihat kurang autentik dan tidak memiliki kedekatan emosional dengan persoalan sosial yang sedang dihadapi masyarakat.

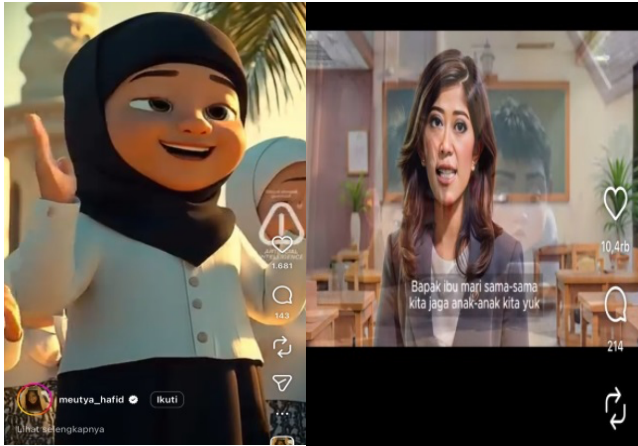
Berdasarkan hasil observasi dan analisis terhadap kolom komentar pada akun Instagram @meutya_hafid,

ditemukan bahwa respons publik terhadap konten berbasis Artificial Intelligence (AI) tidak sepenuhnya bersifat positif. Hal ini terlihat dari unggahan di akun Instagramnya dengan data diambil dari unggahan akun Instagram @meutya_hafid periode Januari–Maret 2025 yang mengandung unsur visual berbasis Artificial Intelligence (AI), diakses pada 12 April 2026. Meskipun sebagian audiens memberikan apresiasi terhadap kualitas visual dan inovasi digital yang ditampilkan, terdapat pula banyak komentar yang menunjukkan bentuk ketidakpuasan terhadap cara komunikasi pemerintah dalam ruang digital. Ketidakpuasan tersebut direpresentasikan melalui berbagai bentuk ekspresi digital, seperti kritik langsung, sindiran, komentar satir, hingga tuntutan terhadap komunikasi yang lebih relevan dan substantif (Lister, 2009). Berikut foto representasi Ketidakpuasan Publik dalam unggahan pada akun Instagram @meutya_hafid.



Gambar 1. Foto Representasi Ketidakpuasan Publik

Sumber: Akun Instagram @meutya_hafid



Gambar 2. Foto Representasi Ketidakpuasan Publik

Sumber: Akun Instagram [@meutya_hafid](https://www.instagram.com/meutya_hafid)

Dalam konteks media sosial, kolom komentar menjadi ruang publik yang memungkinkan masyarakat menyampaikan opini secara terbuka dan spontan. Komentar-komentar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai respons terhadap isi konten, tetapi juga mencerminkan persepsi masyarakat terhadap pemerintah, teknologi AI, serta hubungan komunikasi antara negara dan publik. Dengan demikian, komentar publik dapat dipahami sebagai bentuk representasi sosial yang memperlihatkan bagaimana masyarakat memaknai penggunaan AI dalam komunikasi digital pemerintah (Hall, 1997).

Beberapa unggahan pada akun tersebut menampilkan visual digital, ilustrasi artifisial, dan narasi yang diasosiasikan dengan penggunaan teknologi AI dalam proses produksi kontennya. Kehadiran konten berbasis AI tersebut memunculkan berbagai respons publik pada kolom komentar, mulai dari apresiasi hingga kritik dan ketidakpuasan. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti pada unggahan periode Januari hingga Maret 2025, ditemukan bahwa sebagian komentar publik menilai konten tersebut terlalu berorientasi pada estetika visual dan pencitraan digital dibanding substansi komunikasi yang relevan dengan kondisi masyarakat. Beberapa komentar juga menunjukkan bahwa publik merasa komunikasi pemerintah terlihat

kurang autentik dan tidak memiliki kedekatan emosional dengan persoalan sosial yang sedang dihadapi masyarakat.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa dalam komunikasi digital, publik tidak hanya menilai isi pesan yang disampaikan pemerintah, tetapi juga memperhatikan bagaimana pesan tersebut diproduksi dan direpresentasikan. Dalam perspektif representasi media yang dikemukakan oleh Stuart Hall, makna suatu pesan tidak hanya dibentuk oleh komunikator, tetapi juga diproduksi melalui proses interpretasi audiens berdasarkan pengalaman sosial dan budaya mereka (Hall, 1997). Dengan demikian, komentar publik pada media sosial dapat dipahami sebagai bentuk representasi sosial terhadap cara masyarakat memaknai komunikasi digital pemerintah berbasis AI.

Ketidakpuasan publik dalam ruang komentar media sosial menjadi penting untuk dikaji karena mencerminkan dinamika hubungan antara pemerintah dan masyarakat dalam komunikasi digital. Respons publik pada kolom komentar menunjukkan adanya kesenjangan antara representasi digital pemerintah yang modern dan pengalaman nyata masyarakat yang masih menghadapi persoalan sosial, akses teknologi, dan kebutuhan komunikasi yang lebih humanis. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi AI dalam komunikasi publik tidak selalu menghasilkan penerimaan positif apabila tidak diimbangi dengan komunikasi yang autentik, empatik, dan relevan dengan realitas sosial masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi ketidakpuasan publik terhadap penggunaan konten berbasis kecerdasan buatan dalam komunikasi digital pemerintah melalui studi kasus akun Instagram [@meutya_hafid](https://www.instagram.com/meutya_hafid). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana publik memaknai penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah, serta bagaimana media sosial menjadi ruang representasi opini dan kritik masyarakat terhadap praktik komunikasi digital pemerintah di era transformasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) dan analisis tematik. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami makna, interpretasi, serta representasi ketidakpuasan publik terhadap konten berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam ruang digital, khususnya pada akun Instagram @meutya_hafid. Menurut John W. Creswell, penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2016). Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami bagaimana publik memaknai komunikasi pemerintah berbasis AI melalui respons yang muncul di media sosial.

Metode analisis isi digunakan untuk menelaah isi pesan pada unggahan Instagram secara sistematis, baik dari aspek visual, narasi, maupun bentuk komunikasi digital yang ditampilkan. Sementara itu, analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema dominan yang muncul dalam komentar publik sebagai bentuk representasi ketidakpuasan masyarakat terhadap konten berbasis AI. Objek penelitian ini adalah akun Instagram @meutya_hafid, khususnya unggahan yang memiliki indikasi penggunaan teknologi AI dalam proses produksi konten, seperti ilustrasi digital, animasi visual, video berbasis AI, maupun narasi bertema transformasi digital. Penelitian difokuskan pada bentuk komunikasi digital yang ditampilkan serta respons masyarakat pada kolom komentar.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi

terhadap unggahan Instagram @meutya_hafid beserta komentar publik pada konten yang berkaitan dengan AI. Adapun data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, dan referensi lain yang berkaitan dengan komunikasi digital, media sosial, representasi media, dan penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati unggahan pada akun Instagram @meutya_hafid dalam rentang Januari 2025 hingga Maret 2025 yang mengandung unsur kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Peneliti mengamati bentuk visual, narasi, serta pola komunikasi digital yang digunakan dalam unggahan tersebut, kemudian membaca dan mencatat respons publik yang muncul pada kolom komentar.

Dalam penelitian ini, total populasi komentar yang diamati berjumlah sekitar 1.250 komentar dari 12 unggahan yang mengandung unsur AI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan data berdasarkan kriteria tertentu sesuai kebutuhan penelitian (Creswell, 2016). Adapun kriteria komentar yang dipilih meliputi: (1) komentar yang berkaitan langsung dengan penggunaan AI dalam konten pemerintah, (2) komentar yang mengandung kritik, sindiran, ketidakpercayaan, atau penolakan terhadap komunikasi berbasis AI, serta (3) komentar yang menunjukkan penilaian publik terhadap autentisitas komunikasi pemerintah. Berdasarkan proses reduksi data, sebanyak 185 komentar dipilih sebagai sampel penelitian karena dianggap paling relevan dengan fokus penelitian dan mampu merepresentasikan bentuk ketidakpuasan

publik terhadap konten berbasis AI. Selanjutnya, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar (*screenshot*) unggahan dan komentar yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian diklasifikasikan berdasarkan bentuk respons publik, seperti kritik, sindiran, ketidakpercayaan, penolakan terhadap konten artifisial, maupun tuntutan terhadap komunikasi pemerintah yang lebih autentik dan humanis.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada tahapan analisis data kualitatif menurut John W. Creswell, yaitu pengorganisasian data, membaca keseluruhan data, proses pengodean (*coding*), penyusunan tema, serta interpretasi data (Creswell, 2016). Pada tahap awal, peneliti mengorganisasikan komentar-komentar yang telah dipilih melalui proses reduksi data. Selanjutnya, peneliti melakukan proses *coding* dengan mengelompokkan komentar berdasarkan tema-tema tertentu, seperti kritik terhadap pencitraan digital, ketidakpercayaan terhadap komunikasi pemerintah, dan tuntutan komunikasi yang lebih humanis. Tahap berikutnya adalah analisis tematik untuk menemukan pola makna yang dominan dalam respons publik. Tema-tema tersebut kemudian ditafsirkan menggunakan konsep representasi dalam kajian komunikasi media untuk memahami bagaimana masyarakat memaknai penggunaan AI dalam komunikasi digital pemerintah. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai representasi ketidakpuasan publik terhadap konten berbasis AI dalam ruang digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Bentuk Konten Berbasis AI pada Akun Instagram @meutya_hafid

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap sejumlah unggahan pada akun Instagram milik Meutya Hafid, ditemukan bahwa terdapat beberapa konten yang menunjukkan karakteristik penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam proses produksi maupun penyajian pesan digital. Karakteristik tersebut dapat dilihat dari aspek visual, narasi, gaya komunikasi, serta bentuk representasi teknologi yang ditampilkan dalam unggahan. Kehadiran unsur AI pada konten Instagram tersebut memperlihatkan bagaimana komunikasi pemerintah mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital modern untuk membangun citra yang inovatif, progresif, dan dekat dengan perkembangan zaman (Couldry, 2012).

Salah satu bentuk penggunaan AI yang terlihat dalam unggahan akun Instagram @meutya_hafid adalah penggunaan visual dengan efek digital dan animasi modern. Beberapa konten menampilkan elemen grafis futuristik, transisi visual yang halus, ilustrasi berbasis digital, serta penggunaan efek visual yang menyerupai hasil produksi teknologi AI generatif. Visual seperti ini memberikan kesan modern, canggih, dan berorientasi pada masa depan. Dalam konteks komunikasi digital, tampilan visual menjadi elemen penting karena media sosial, khususnya Instagram, merupakan platform yang sangat mengutamakan kekuatan visual dalam menarik perhatian audiens. Penggunaan elemen visual berbasis AI tersebut menunjukkan upaya pemerintah untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik media digital yang cepat, interaktif, dan berbasis visual (Nasrullah,

2017).

Selain itu, narasi dalam konten yang diunggah juga menunjukkan pola komunikasi yang formal, sistematis, dan terstruktur. Pesan-pesan yang disampaikan umumnya berkaitan dengan transformasi digital, pengembangan teknologi nasional, literasi digital, inovasi kecerdasan buatan, serta visi pemerintah dalam menghadapi perkembangan era digital. Narasi tersebut disusun dengan gaya bahasa yang informatif dan persuasif untuk membangun citra pemerintah sebagai institusi yang adaptif terhadap perubahan teknologi global. Dalam beberapa unggahan, penggunaan istilah-istilah teknologi seperti artificial intelligence, digital ecosystem, smart technology, dan digital transformation menunjukkan bahwa pemerintah berusaha menempatkan dirinya sebagai aktor utama dalam pembangunan ekosistem digital nasional (McQuail, 2011).

Karakteristik lain yang ditemukan adalah penggunaan ilustrasi futuristik yang merepresentasikan kemajuan teknologi dan transformasi digital. Konten-konten tersebut banyak menampilkan simbol-simbol teknologi modern, seperti visual robot, jaringan digital, hologram, kecerdasan buatan, serta elemen desain yang menggambarkan masa depan digital. Representasi visual semacam ini secara tidak langsung membentuk konstruksi makna bahwa pemerintah mendukung inovasi teknologi dan berupaya membawa masyarakat menuju era digital yang lebih maju. Dalam kajian komunikasi visual, simbol dan ilustrasi digital memiliki fungsi untuk membangun persepsi tertentu di benak audiens mengenai identitas dan citra komunikator (Hall, 1997). Oleh karena itu, penggunaan elemen futuristik dalam

unggahan Instagram @meutya_hafid dapat dipahami sebagai strategi komunikasi untuk membangun citra pemerintah yang modern dan progresif.

Di sisi lain, konten berbasis AI pada akun tersebut juga memperlihatkan adanya kecenderungan komunikasi yang lebih menekankan estetika visual dibanding kedekatan emosional dengan masyarakat. Meskipun secara teknis konten terlihat profesional dan menarik, sebagian publik menilai bahwa komunikasi yang disampaikan terasa terlalu formal, kaku, dan kurang merepresentasikan realitas sosial masyarakat (Castells, 2010). Hal ini terlihat dari berbagai komentar publik yang mempertanyakan relevansi konten digital dengan kondisi nyata yang sedang dihadapi masyarakat, seperti persoalan akses internet, kesenjangan digital, maupun isu sosial lainnya.

Respons publik tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual dan kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan pesan dalam membangun kedekatan sosial dan emosional dengan audiens. Dalam konteks komunikasi pemerintah, masyarakat cenderung mengharapkan komunikasi yang tidak hanya modern secara visual, tetapi juga autentik, relevan, dan mampu menunjukkan empati terhadap kondisi sosial yang terjadi di masyarakat (Littlejohn & Foss, 2014). Ketika konten berbasis AI dianggap terlalu menonjolkan pencitraan digital, sebagian publik memaknainya sebagai bentuk komunikasi yang artifisial dan kurang substantif.

Fenomena ini memperlihatkan adanya perbedaan antara tujuan komunikasi pemerintah dengan persepsi publik terhadap pesan yang diterima.

Pemerintah berupaya membangun citra inovatif melalui penggunaan teknologi AI dalam media sosial, namun di sisi lain masyarakat tidak hanya menilai tampilan visual konten, melainkan juga mempertimbangkan konteks sosial dan relevansi pesan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, penggunaan AI dalam komunikasi digital pemerintah menghadirkan tantangan tersendiri, yaitu bagaimana memanfaatkan teknologi modern tanpa menghilangkan aspek humanis dan autentisitas komunikasi public (Van Dijk, 2012).

Dalam perspektif representasi media, konten berbasis AI pada akun Instagram @meutya_hafid dapat dipahami sebagai bentuk konstruksi realitas digital yang dibangun oleh pemerintah untuk menunjukkan identitas sebagai institusi yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Bungin, 2015). Akan tetapi, makna atas pesan tersebut tidak sepenuhnya dikendalikan oleh komunikator, karena publik sebagai audiens juga memiliki peran aktif dalam menafsirkan, menerima, maupun menolak pesan yang

disampaikan. Oleh sebab itu, kolom komentar media sosial menjadi ruang penting untuk melihat bagaimana publik membangun interpretasi terhadap penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah.

2. Representasi Ketidakpuasan Publik dalam Kolom Komentar

Dalam konteks media sosial, kolom komentar pada akun Instagram @meutya_hafid menjadi ruang interaksi digital yang memperlihatkan respons publik terhadap konten berbasis Artificial Intelligence (AI). Respons tersebut muncul dalam bentuk opini, kritik, maupun interpretasi masyarakat terhadap komunikasi digital pemerintah. Komentar publik tidak hanya merepresentasikan tanggapan terhadap isi konten, tetapi juga mencerminkan persepsi masyarakat terhadap penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah. Dengan demikian, kolom komentar media sosial dapat dipahami sebagai ruang representasi sosial yang memperlihatkan bagaimana publik memaknai komunikasi digital pemerintah di era transformasi teknologi (Hall, 1997).



Gambar 3. Foto Representasi Ketidakpuasan Publik dalam Kolom Komentar
Sumber: Akun Instagram @meutya_hafid

Tabel 4.1 Representasi Respons Publik terhadap Konten Berbasis AI Berdasarkan Analisis Nvivo

| No | Kategori Respons | % | Contoh Komentar Publik | Makna Respresentasi |
|----|------------------|-----|--|--|
| 1. | Komentar Negatif | 68% | “bu, daripada bayarin AI apalagi bayar buzzer lebi bagus lagi bayarin Animator Indonesia biar bantu perkembangan mereka” | Publik menilai pemerintah lebih fokus pada pencitraan digital dan penggunaan AI dibanding mendukung industri kreatif lokal serta kondisi nyata masyarakat. |
| | | | “Lindungi anak2 dari konten social media yang berbahaya salah satunya ya animasi AI gini.” | Menunjukkan ketidakpercayaan publik terhadap penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah dan kekhawatiran terhadap dampak sosial teknologi digital. |
| | | | “Sekelas menteri/kementerian aja product campaignnya pakai AI, jangan berharap industry animasi/kreatif bisa maju.” | Publik memandang penggunaan AI berpotensi mengurangi dukungan terhadap pekerja kreatif dan komunikasi dianggap kehilangan unsur autentisitas. |
| | | | “Wah UMKM studio design ga kepake lagi dong.” | Merepresentasikan kekhawatiran masyarakat terhadap dampak AI pada sektor ekonomi kreatif dan UMKM digital. |
| 2. | Komentar Netral | 20% | “Kontennya unik sih, tapi semoga kebijakan digitalnya juga jelas.” | Publik menunjukkan sikap observatif dan tidak sepenuhnya menolak AI, namun tetap menuntut substansi komunikasi pemerintah. |
| | | | “AI memang lagi tren sekarang.” | Menunjukkan bahwa sebagian masyarakat melihat penggunaan AI sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital tanpa memberikan penilaian emosional yang kuat. |
| 3. | Komentar Positif | 12% | “Keren visualnya, pemerintah mulai mengikuti perkembangan zaman.” | Publik mengapresiasi upaya pemerintah dalam memanfaatkan teknologi AI untuk membangun komunikasi digital yang modern dan inovatif. |
| | | | “Bagus kontennya lebih menarik dan kreatif.” | Menunjukkan penerimaan sebagian masyarakat terhadap penggunaan AI sebagai inovasi dalam komunikasi publik digital. |

Sumber: Hasil olahan data peneliti menggunakan aplikasi Nvivo (Instagram @meutya_hafid, 2026)

Berdasarkan hasil analisis menggunakan NVivo, mayoritas respons

publik terhadap konten berbasis AI pada akun Instagram @meutya_hafid didominasi oleh komentar negatif sebesar 68%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat memandang penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah masih cenderung berorientasi pada pencitraan visual dan belum sepenuhnya mencerminkan komunikasi yang substantif serta autentik. Sementara itu, komentar netral sebesar 20% memperlihatkan bahwa sebagian publik masih berada pada posisi observatif terhadap penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah. Adapun komentar positif sebesar 12% menunjukkan adanya apresiasi masyarakat terhadap inovasi teknologi digital yang digunakan pemerintah dalam membangun komunikasi publik yang lebih modern dan kreatif.

a. Kritik terhadap Pencitraan Digital

Salah satu bentuk representasi ketidakpuasan publik yang paling dominan ditemukan dalam penelitian ini adalah kritik terhadap pencitraan digital pemerintah. Sebagian publik menilai bahwa konten Instagram lebih menonjolkan aspek visual dan AI dibanding substansi kebijakan yang berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Konten-konten yang menampilkan visual futuristik dianggap lebih berorientasi pada pembentukan citra pemerintah yang modern dan canggih, tetapi belum sepenuhnya menunjukkan dampak nyata dari kebijakan digital yang dijalankan.

Hal tersebut terlihat dari berbagai komentar publik seperti, “bu, daripada bayarin AI apalagi bayar buzzer lebi bagus lagi bayarin Animator Indonesia biar bantu perkembangan mereka”. Komentar semacam ini menunjukkan

adanya kesenjangan antara representasi digital AI yang dibangun pemerintah dengan pengalaman sosial masyarakat sehari-hari. Publik tidak hanya menilai kualitas visual suatu konten, tetapi juga mempertimbangkan relevansi pesan dengan kondisi nyata yang mereka alami. Ketika masyarakat masih menghadapi persoalan seperti keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital, atau ketimpangan teknologi, maka konten yang terlalu menonjolkan kemajuan digital dapat dipersepsikan sebagai bentuk pencitraan semata (Jenkins, 2006).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital pemerintah tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial masyarakat. Dalam kajian komunikasi publik, pesan akan lebih mudah diterima apabila memiliki keterkaitan dengan realitas sosial audiens (McQuail, 2011). Oleh karena itu, ketika konten pemerintah dianggap lebih fokus membangun image dibanding menyampaikan solusi konkret, maka muncul kritik sebagai bentuk ketidakpuasan publik terhadap komunikasi yang dianggap kurang substantif.

b. Ketidakpercayaan terhadap Komunikasi Pemerintah dan Tuntutan terhadap Komunikasi yang Lebih Substantif

Selain kritik terhadap pencitraan digital, penelitian ini juga menemukan adanya representasi ketidakpercayaan publik terhadap komunikasi pemerintah melalui konten berbasis AI. Bentuk ketidakpercayaan tersebut muncul dalam berbagai komentar yang bernada skeptis, sindiran, maupun komentar satir terhadap pesan-pesan yang disampaikan dalam unggahan Instagram seperti “Lindungi anak2 dari konten social

media yang berbahaya alah satunya ya animasi AI gini.” Sebagian publik mempertanyakan apakah komunikasi digital yang ditampilkan benar-benar mencerminkan implementasi kebijakan di lapangan atau hanya sekadar strategi komunikasi media sosial. Hal ini terlihat dari komentar yang menyiratkan keraguan terhadap efektivitas program digital pemerintah. Publik memandang bahwa penggunaan AI dan visual futuristik belum tentu menunjukkan keberhasilan nyata dalam pembangunan digital nasional.

Dalam beberapa komentar, publik juga menunjukkan sikap sinis terhadap komunikasi pemerintah yang dianggap terlalu fokus pada tampilan media sosial dibanding penyelesaian persoalan masyarakat. Komentar menjadi bentuk ekspresi digital yang menggambarkan rendahnya tingkat kepercayaan sebagian masyarakat terhadap komunikasi pemerintah. Fenomena ini memperlihatkan bahwa dalam komunikasi publik belum sepenuhnya berhasil membangun legitimasi dan kepercayaan masyarakat. Dalam komunikasi pemerintahan, kepercayaan publik merupakan aspek yang sangat penting karena menentukan bagaimana

pesan diterima dan dimaknai oleh audiens (Littlejohn & Foss, 2014). Selanjutnya, publik juga memperlihatkan harapan terhadap bentuk komunikasi pemerintah yang lebih substantif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Banyak komentar yang secara tidak langsung meminta agar pemerintah lebih fokus pada penyampaian solusi nyata dibanding sekadar membangun visual komunikasi yang modern.

Tuntutan tersebut terlihat dalam komentar yang menyoroti pentingnya transparansi kebijakan, penyelesaian masalah digital di daerah, pemerataan akses internet, hingga edukasi teknologi yang lebih nyata bagi masyarakat. Dalam konteks ini, publik sebenarnya tidak sepenuhnya menolak penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah. Sebaliknya, masyarakat menginginkan agar teknologi AI digunakan sebagai sarana pendukung komunikasi yang mampu memberikan manfaat konkret dan informasi yang lebih relevan. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap komunikasi pemerintah di media sosial. (Bungin, 2015).

Tabel 4.3 Harapan Publik terhadap Komunikasi Pemerintah Berdasarkan Analisis NVivo

| No | Kategori Respons | % | Contoh Komentar Publik | Makna Representasi |
|----|------------------|-----|----------------------------|--|
| 1. | Komentar Negatif | 61% | Komunikasi yang substantif | Publik menilai komunikasi pemerintah terlalu berfokus pada visual dan pencitraan digital dibanding penyelesaian masalah sosial yang nyata. |
| | | | Transparansi informasi | Menunjukkan ketidakpuasan masyarakat terhadap kurangnya penjelasan konkret mengenai kebijakan digital dan penggunaan AI. |
| | | | Pemerataan digital | Publik menyoroti masih adanya ketimpangan akses internet dan fasilitas digital di berbagai daerah. |

| | | | | |
|----|------------------|-----|------------------------|---|
| 2. | Komentar Netral | 24% | Edukasi teknologi | Sebagian masyarakat melihat AI sebagai perkembangan teknologi yang perlu disertai edukasi dan pemahaman publik yang lebih baik. |
| | | | Transparansi informasi | Komentar menunjukkan sikap observatif tanpa penolakan langsung, tetapi tetap mengharapkan komunikasi yang lebih informatif. |
| 3. | Komentar Positif | 15% | Kedekatan sosial | Publik mengapresiasi upaya pemerintah menggunakan teknologi modern, namun tetap berharap komunikasi dilakukan dengan pendekatan yang lebih dekat dengan masyarakat. |
| | | | Edukasi teknologi | Menunjukkan dukungan terhadap penggunaan AI apabila dimanfaatkan untuk edukasi publik dan penyebaran informasi yang bermanfaat. |

Sumber: Hasil olahan data peneliti menggunakan aplikasi NVivo, 2026.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan NVivo, komentar negatif mendominasi respons publik dengan persentase sebesar 61%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih banyak menuntut komunikasi pemerintah yang substantif, transparan, dan berorientasi pada penyelesaian masalah nyata dibanding sekadar komunikasi visual berbasis AI. Komentar netral sebesar 24% menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih bersikap terbuka terhadap perkembangan teknologi AI, terutama apabila disertai edukasi digital yang jelas dan mudah dipahami. Sementara itu, komentar positif sebesar 15% memperlihatkan adanya dukungan publik terhadap inovasi komunikasi digital pemerintah, khususnya jika AI digunakan secara humanis, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

c. Penolakan terhadap Konten Komunikasi Artifisial

Bentuk ketidakpuasan lainnya terlihat dari penolakan publik terhadap konten berbasis AI yang dianggap terlalu artifisial dan kurang autentik. Sebagian masyarakat menilai bahwa

penggunaan AI dalam komunikasi digital membuat pesan terasa terlalu dibuat-buat, formal, dan kurang memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat. Hal tersebut tampak dari komentar-komentar yang menyebut bahwa konten terlihat “Sekelas menteri/kementerian aja product campaign nya pakai AI, jangan berharap industry animasi/kreatif bisa maju Pemerintah/Kementerian aja gak mendukung” dan “Wah UMKM studio design ga kepike lagi dong. Publik juga memandang bahwa konten dalam visual maupun narasi menyebabkan komunikasi kehilangan unsur spontanitas dan keaslian yang biasanya menjadi daya tarik utama media sosial. Dalam komunikasi digital, autentisitas menjadi elemen penting karena audiens media sosial cenderung lebih menyukai komunikasi yang terasa personal, jujur, dan dekat dengan realitas kehidupan mereka (Nasrullah, 2017). Ketika komunikasi pemerintah terlalu menonjolkan produksi visual yang rapi dan formal, sebagian masyarakat justru merasa terdapat jarak emosional.

3. Analisis Tematik Ketidakpuasan Publik

Berdasarkan hasil analisis tematik terhadap komentar publik pada akun Instagram [@meutya_hafid](#), ditemukan bahwa ketidakpuasan masyarakat terhadap konten berbasis Artificial Intelligence (AI) direpresentasikan melalui beberapa tema utama yang muncul secara berulang dalam kolom komentar. Analisis tematik dilakukan dengan mengelompokkan komentar-komentar publik berdasarkan kesamaan makna, pola bahasa, bentuk kritik, dan respons emosional masyarakat terhadap konten digital yang diunggah. Melalui proses tersebut, ditemukan empat tema dominan yang menggambarkan bagaimana publik memaknai penggunaan AI dalam komunikasi digital pemerintah, yaitu kritik terhadap pencitraan digital, ketidakpercayaan publik, penolakan

terhadap komunikasi artifisial, dan tuntutan terhadap komunikasi yang lebih substantif. Tema-tema tersebut menunjukkan bahwa ketidakpuasan publik tidak hanya dipicu oleh isi pesan yang disampaikan pemerintah, tetapi juga dipengaruhi oleh cara pesan tersebut diproduksi, dikemas, dan disampaikan melalui media social.

Dalam konteks komunikasi digital, publik tidak hanya menjadi penerima pesan secara pasif, tetapi juga bertindak sebagai audiens aktif yang mampu menilai autentisitas, relevansi, dan kedekatan sosial dari suatu konten komunikasi (Hall, 1997). Oleh karena itu, respons publik pada kolom komentar Instagram dapat dipahami sebagai bentuk representasi sosial yang memperlihatkan hubungan antara teknologi AI, komunikasi pemerintah, dan persepsi masyarakat dalam ruang digital.

Tabel 4.4 Tema Utama Ketidakpuasan Publik terhadap Konten Berbasis AI Berdasarkan Analisis NVivo

| No | Kategori Respons | % | Contoh Komentar Publik | Makna Representasi | Makna Tematik |
|----|------------------|-----|--|---|---|
| 1. | Komentar Negatif | 70% | Kritik terhadap pencitraan digital | Konten dianggap hanya alat digital AI untuk membangun citra pemerintah | Publik menilai pemerintah lebih fokus pada tampilan visual dan estetika digital dibanding solusi nyata terhadap persoalan masyarakat. |
| | | | Ketidpercayaan publik dan tuntutan komunikasi substantif | Publik meragukan relevansi pesan dengan realitas sosial serta menginginkan solusi nyata dan komunikasi yang dekat dengan masyarakat | Menunjukkan rendahnya tingkat kepercayaan publik terhadap implementasi komunikasi digital pemerintah dan tingginya tuntutan terhadap komunikasi yang lebih relevan serta empatik. |
| | | | Penolakan terhadap komunikasi artifisial | Konten dinilai kurang autentik dan terlalu dibuat-buat | Publik menginginkan komunikasi pemerintah yang lebih natural, manusiawi, dan memiliki kedekatan emosional dengan masyarakat. |

| | | | | | |
|----|------------------|-----|--|--|---|
| 2. | Komentar Netral | 18% | Adaptasi teknologi digital | Publik melihat penggunaan AI sebagai bagian dari perkembangan teknologi komunikasi | Menunjukkan sikap masyarakat yang masih observatif terhadap penggunaan AI tanpa memberikan penolakan maupun dukungan penuh. |
| | | | Harapan komunikasi yang seimbang | AI diterima apabila tetap disertai komunikasi yang substantif | Publik tidak sepenuhnya menolak AI, tetapi berharap teknologi digunakan secara proporsional dan relevan. |
| 3. | Komentar Positif | 12% | Apresiasi inovasi digital pemerintah | Konten dinilai kreatif, modern, dan mengikuti perkembangan teknologi | Menunjukkan adanya dukungan masyarakat terhadap inovasi komunikasi digital pemerintah berbasis AI. |
| | | | Dukungan terhadap transformasi digital | AI dianggap mampu membuat komunikasi publik lebih menarik dan efektif | Publik melihat AI sebagai peluang untuk meningkatkan kualitas komunikasi pemerintah di era digital. |

Sumber: Hasil olahan data peneliti menggunakan aplikasi NVivo, 2026.



Gambar 4. Tema Dominan Representasi Ketidakpuasan Publik terhadap Konten AI

Berdasarkan hasil analisis menggunakan NVivo, komentar negatif mendominasi respons publik dengan persentase sebesar 70%. Tema utama yang paling banyak muncul adalah kritik terhadap pencitraan digital, ketidakpercayaan terhadap komunikasi pemerintah, serta penolakan terhadap komunikasi yang dianggap terlalu artifisial. Hal ini menunjukkan bahwa publik lebih menekankan pentingnya komunikasi yang autentik, substantif, dan memiliki kedekatan sosial dibanding

komunikasi yang hanya berorientasi pada tampilan visual berbasis AI. Sementara itu, komentar netral sebesar 18% menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih melihat penggunaan AI sebagai bagian dari perkembangan teknologi digital yang wajar, selama penggunaannya tetap proporsional dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Adapun komentar positif sebesar 12% memperlihatkan adanya apresiasi publik terhadap inovasi komunikasi digital pemerintah yang dianggap modern,

kreatif, dan mengikuti perkembangan teknologi di era transformasi digital.

a. Kritik terhadap Pencitraan Digital

Tema pertama yang ditemukan dalam analisis tematik adalah kritik terhadap pencitraan digital pemerintah. Tema ini muncul dari banyak komentar publik yang menilai bahwa penggunaan AI dalam konten Instagram lebih diarahkan untuk membangun citra modern dan futuristik dibanding menyampaikan substansi kebijakan yang benar-benar dirasakan masyarakat. Konten dengan desain visual yang menarik, animasi futuristik, dan nuansa teknologi tinggi dianggap hanya menampilkan kesan modernisasi digital tanpa memperlihatkan dampak nyata terhadap kehidupan masyarakat.

Publik menilai bahwa komunikasi pemerintah terlalu fokus pada AI. Komentar yang ada menunjukkan bahwa masyarakat membandingkan representasi digital pemerintah dengan pengalaman sosial yang mereka alami secara langsung. Ketika realitas sosial masih diwarnai persoalan akses internet, kesenjangan digital, dan keterbatasan teknologi di daerah tertentu, maka konten AI yang terlalu menonjolkan kemajuan digital dianggap tidak sesuai dengan kondisi nyata masyarakat. Dalam perspektif komunikasi media, fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara representasi media dengan realitas sosial audiens. Pemerintah membangun citra sebagai institusi yang adaptif terhadap teknologi digital, sementara publik lebih menekankan pentingnya kebijakan yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat (McQuail, 2011). Oleh karena itu, kritik terhadap pencitraan digital menjadi bentuk ketidakpuasan yang memperlihatkan bahwa

masyarakat tidak hanya menilai visual komunikasi, tetapi juga menilai relevansi sosial dari pesan yang disampaikan.

b. Ketidakpercayaan Publik terhadap Komunikasi Pemerintah

Tema kedua yang muncul dalam analisis adalah ketidakpercayaan publik terhadap komunikasi pemerintah. Ketidakpercayaan ini direpresentasikan melalui komentar-komentar yang bernada skeptis, sindiran, dan keraguan terhadap pesan digital yang disampaikan melalui konten berbasis AI. Publik mempertanyakan apakah komunikasi yang ditampilkan benar-benar mencerminkan implementasi kebijakan atau hanya menjadi bagian dari strategi pencitraan media sosial. Beberapa komentar menunjukkan adanya persepsi bahwa komunikasi pemerintah lebih menonjolkan tampilan media sosial dibanding realisasi program di lapangan.

Sikap skeptis tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat belum sepenuhnya percaya terhadap narasi transformasi digital yang dibangun pemerintah melalui media social (Boyd, 2014). Fenomena ini memperlihatkan bahwa kepercayaan publik dalam komunikasi digital tidak hanya dibangun melalui teknologi yang canggih atau visual yang menarik, tetapi juga melalui konsistensi antara pesan dan realitas sosial yang dirasakan masyarakat. Dalam komunikasi pemerintahan, legitimasi publik sangat dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat memandang kejujuran, transparansi, dan relevansi pesan yang disampaikan (Littlejohn & Foss, 2014). Ketika terdapat ketidaksesuaian antara representasi digital dan realitas sosial, maka muncul keraguan terhadap

komunikasi pemerintah. Selain itu, media sosial memberikan ruang bagi publik untuk secara terbuka mengekspresikan ketidakpercayaan tersebut. Kolom komentar Instagram menjadi arena diskusi digital yang memperlihatkan bagaimana masyarakat secara aktif mengkritik, menilai, dan menafsirkan komunikasi pemerintah dalam ruang digital.

Tema terakhir yang ditemukan dalam analisis tematik adalah tuntutan masyarakat terhadap komunikasi pemerintah yang lebih substantif dan relevan dengan kebutuhan publik. Meskipun banyak komentar bernada kritik, masyarakat pada dasarnya tidak sepenuhnya menolak penggunaan teknologi AI dalam komunikasi digital pemerintah. Sebaliknya, publik berharap agar teknologi tersebut digunakan untuk mendukung komunikasi yang lebih informatif, solutif, dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Komentar-komentar publik menunjukkan adanya harapan agar pemerintah lebih fokus pada penyampaian solusi nyata, transparansi kebijakan, pemerataan akses digital, serta edukasi teknologi yang mudah dipahami masyarakat.

Dalam konteks ini, publik menginginkan komunikasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan manfaat konkret dan menjawab persoalan sosial yang mereka hadapi. Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap komunikasi pemerintah di media sosial. Publik tidak hanya menginginkan komunikasi yang modern secara visual, tetapi juga komunikasi yang mampu membangun kedekatan emosional, empati sosial, dan relevansi terhadap kebutuhan masyarakat (Bungin, 2015).

Dengan demikian, hasil analisis tematik menunjukkan bahwa ketidakpuasan publik terhadap konten berbasis AI pada akun Instagram @meutya_hafid tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi AI itu sendiri, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana teknologi tersebut digunakan dalam membangun komunikasi publik. Keberhasilan komunikasi digital pemerintah tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan komunikasi dalam membangun kepercayaan, autentisitas, dan kedekatan sosial dengan masyarakat.

c. Penolakan terhadap Komunikasi Artifisial

Tema ketiga yang ditemukan adalah penolakan terhadap komunikasi yang dianggap terlalu artifisial atau tidak autentik. Sebagian masyarakat menilai bahwa penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah membuat pesan terasa terlalu formal, dibuat-buat, dan kehilangan unsur kedekatan emosional dengan publik. Komentar yang ada bahwa publik memiliki sensitivitas terhadap bentuk komunikasi digital yang dianggap terlalu diproduksi secara teknologis. Audiens media sosial cenderung lebih menyukai komunikasi yang terasa personal, spontan, dan manusiawi dibanding komunikasi yang terlalu formal dan kaku. Dalam konteks komunikasi digital, autentisitas menjadi elemen penting karena media sosial pada dasarnya dibangun atas interaksi yang bersifat personal dan partisipatif (Nasrullah, 2017).

Ketika komunikasi pemerintah terlalu mengandalkan AI dan visual futuristik, sebagian publik justru merasa komunikasi menjadi kurang dekat dengan masyarakat. Penolakan terhadap

komunikasi artifisial juga memperlihatkan bahwa masyarakat tidak hanya menilai isi pesan, tetapi juga memperhatikan proses produksi pesan. Publik saat ini memiliki literasi digital yang cukup tinggi sehingga mampu mengenali bentuk komunikasi yang dianggap terlalu diarahkan untuk kepentingan pencitraan digital. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam komunikasi publik perlu diimbangi dengan pendekatan komunikasi yang lebih humanis agar tidak menimbulkan kesan artifisial.

d. Distorsi Pesan dalam Komunikasi Digital Berbasis AI

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam konten Instagram @meutya_hafid tidak hanya memengaruhi persepsi terhadap isi pesan, tetapi juga terhadap proses penyampaian pesan. Sebagian besar komentar menunjukkan bahwa publik memandang komunikasi berbasis AI sebagai bentuk komunikasi yang terlalu dikonstruksi (*over-produced*) sehingga kehilangan unsur spontanitas, autentisitas, dan kedekatan emosional. Kondisi ini mencerminkan terjadinya **distorsi pesan**, yaitu ketika makna yang ingin dibangun oleh komunikator sebagai representasi inovasi digital justru dimaknai oleh audiens sebagai strategi pencitraan yang artifisial.

Dalam perspektif Teori Representasi Stuart Hall (1997), makna komunikasi tidak sepenuhnya ditentukan oleh pembuat pesan, tetapi dibentuk melalui proses decoding oleh audiens berdasarkan pengalaman sosial dan konteks budaya mereka. Oleh karena itu, meskipun pemerintah bermaksud merepresentasikan citra modern melalui penggunaan AI, publik

justru menginterpretasikan konten tersebut sebagai komunikasi yang kurang autentik dan kurang mencerminkan realitas sosial masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital pemerintah tidak hanya bergantung pada inovasi teknologi, tetapi juga pada kemampuan membangun autentisitas, kepercayaan, dan kedekatan dengan publik.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang komunikasi dua arah yang memungkinkan masyarakat tidak hanya menerima informasi pemerintah, tetapi juga memberikan interpretasi, kritik, dan penilaian terhadap pesan yang disampaikan. Pada akun Instagram @meutya_hafid, publik secara aktif merespons konten berbasis Artificial Intelligence (AI), sehingga komunikasi pemerintah menjadi lebih partisipatif (Nasrullah, 2017). Penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah merupakan bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. AI dimanfaatkan untuk menghasilkan konten yang lebih menarik, modern, dan sesuai dengan karakteristik media sosial. Melalui visual futuristik dan narasi berbasis teknologi, pemerintah berupaya membangun citra sebagai institusi yang inovatif dan adaptif (McQuail, 2011). Namun, penelitian menemukan bahwa penggunaan AI tidak selalu diterima secara positif. Sebagian masyarakat menilai konten AI lebih menonjolkan aspek visual dan pencitraan dibanding substansi kebijakan yang relevan dengan kebutuhan publik. Kondisi ini menunjukkan bahwa kecanggihan teknologi tidak otomatis meningkatkan penerimaan masyarakat. Publik juga mempertimbangkan makna

sosial, autentisitas, dan kedekatan emosional dalam sebuah pesan (Littlejohn & Foss, 2014).

Temuan ini sejalan dengan teori representasi Stuart Hall yang menyatakan bahwa makna pesan dibentuk melalui interpretasi audiens berdasarkan pengalaman sosial dan budaya mereka (Hall, 1997). Komentar publik menunjukkan adanya kesenjangan antara representasi digital pemerintah sebagai institusi modern dengan pengalaman nyata masyarakat yang lebih menekankan isu-isu sosial seperti pemerataan digital dan akses internet. Penelitian juga menunjukkan bahwa masyarakat memiliki literasi digital yang cukup tinggi untuk membedakan komunikasi yang autentik dengan yang dianggap sekadar pencitraan. Oleh karena itu, penggunaan AI perlu dilakukan secara proporsional agar mampu mendukung komunikasi yang informatif, edukatif, dan relevan tanpa menimbulkan kesan artifisial. Implikasi kebijakan penelitian ini meliputi: (1) penyusunan pedoman etika penggunaan AI yang transparan; (2) penguatan pendekatan komunikasi yang lebih humanis dan relevan dengan kondisi masyarakat; (3) peningkatan partisipasi publik melalui komunikasi dua arah yang lebih aktif; dan (4) pemanfaatan AI sebagai alat pendukung penyebaran informasi, edukasi, dan pelayanan publik, bukan sekadar instrumen pencitraan.

Secara keseluruhan, keberhasilan komunikasi pemerintah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi yang modern, tetapi juga oleh kemampuan membangun autentisitas, kedekatan emosional, dan kepercayaan publik. AI perlu digunakan secara seimbang dengan pendekatan komunikasi yang empatik, transparan,

dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai representasi ketidakpuasan publik terhadap konten berbasis Artificial Intelligence (AI) pada akun Instagram @meutya_hafid, dapat disimpulkan bahwa penggunaan AI dalam komunikasi digital pemerintah memunculkan beragam respons dari masyarakat, baik dalam bentuk apresiasi maupun ketidakpuasan. Ketidakpuasan publik direpresentasikan melalui berbagai bentuk komentar di media sosial, seperti kritik terhadap pencitraan digital pemerintah, ketidakpercayaan terhadap komunikasi pemerintah, penolakan terhadap komunikasi yang dianggap artifisial, serta tuntutan terhadap komunikasi yang lebih substantif dan relevan dengan kondisi sosial masyarakat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa publik tidak hanya menilai isi pesan yang disampaikan pemerintah, tetapi juga menilai bagaimana pesan tersebut diproduksi, dikemas, dan direpresentasikan dalam ruang digital.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penggunaan AI dalam komunikasi pemerintah mampu menciptakan tampilan visual yang modern, menarik, dan adaptif terhadap perkembangan media digital. Namun, penggunaan teknologi yang terlalu dominan tanpa diimbangi dengan pendekatan komunikasi yang humanis berpotensi menimbulkan persepsi bahwa komunikasi pemerintah bersifat artifisial dan lebih berorientasi pada pencitraan digital dibanding penyampaian substansi kebijakan. Dalam konteks ini, publik memaknai komunikasi digital tidak hanya sebagai proses penyampaian informasi,

tetapi juga sebagai representasi hubungan sosial antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, autentisitas, empati sosial, dan relevansi pesan menjadi aspek penting dalam membangun penerimaan publik terhadap komunikasi pemerintah di media sosial.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah berkembang menjadi ruang representasi opini publik yang memungkinkan masyarakat secara aktif memberikan interpretasi, kritik, dan evaluasi terhadap komunikasi pemerintah. Publik tidak lagi berada pada posisi sebagai penerima informasi secara pasif, melainkan sebagai audiens aktif yang memiliki kemampuan untuk menilai kesesuaian antara representasi digital pemerintah dengan realitas sosial yang mereka alami. Dalam perspektif representasi media, makna komunikasi tidak sepenuhnya dikendalikan oleh komunikator, tetapi turut dibentuk melalui proses interpretasi audiens berdasarkan pengalaman sosial dan konteks budaya masyarakat.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi digital, representasi media, dan komunikasi pemerintahan di era Artificial Intelligence. Penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan AI dalam komunikasi publik tidak dapat dipahami hanya sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai bagian dari praktik komunikasi sosial yang memengaruhi persepsi, kepercayaan, dan hubungan antara pemerintah dengan masyarakat.

Selain itu, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan komunikasi digital pemerintah tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi yang digunakan,

tetapi juga pada kemampuan membangun komunikasi yang autentik, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan publik.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah dalam merancang strategi komunikasi digital yang lebih responsif dan humanis. Penggunaan AI dalam komunikasi publik perlu diimbangi dengan pendekatan komunikasi yang lebih empatik, substantif, dan dekat dengan realitas sosial masyarakat agar teknologi tidak hanya menghasilkan komunikasi yang modern secara visual, tetapi juga mampu membangun kepercayaan publik secara berkelanjutan. Dengan demikian, transformasi komunikasi pemerintah di era digital pada dasarnya tidak hanya menuntut kemampuan dalam mengadopsi teknologi modern, tetapi juga kemampuan mempertahankan nilai-nilai komunikasi yang humanis di tengah perkembangan teknologi yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2015). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. (2014). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT

- Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Ardianto, Elvinaro, Lukiat Komala, dan Siti Karlinah. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Cangara, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Fiske, John. (2012). *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta: Jalasutra
- Couldry, Nick. (2012) *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press
- Castells, Manuel. (2010). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Van Dijk, Jan. (2012). *The Network Society*. London: Sage Publications
- Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, dan Kieran Kelly. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge
- Jenkins, Henry. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Boyd, Danah. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press
- Koswara, Iwan. (2020). Media Digital sebagai Ruang Ekspresi Publik terhadap Kebijakan Pemerintah. *Jurnal Komunikasi Digital*, vol. 5