

Implementasi Artificial Intelligence pada Instagram: Analisis Dampak terhadap Pengalaman dan Kenyamanan Pengguna

Salsabila¹

¹Program Studi Bisnis Digital, Universitas Negeri Medan, Indonesia
Email: salsabila03082003@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Artificial Intelligence (AI) pada aplikasi Instagram serta dampaknya terhadap pengalaman dan kenyamanan pengguna. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui observasi, analisis visual, studi literatur, serta pengamatan langsung terhadap penggunaan Instagram, penelitian ini mengidentifikasi berbagai fitur berbasis AI yang secara aktif memengaruhi interaksi pengguna. Temuan penelitian menunjukkan bahwa AI berperan penting dalam meningkatkan personalisasi dan efisiensi penggunaan melalui fitur seperti rekomendasi tag, pengenalan objek, algoritma feed dan reels, serta sistem deteksi spam dan konten berbahaya. Implementasi ini terbukti meningkatkan relevansi konten, kenyamanan navigasi, dan keamanan platform. Namun demikian, penelitian juga menemukan dampak negatif berupa penurunan kepercayaan diri akibat penggunaan filter, berkurangnya interaksi sosial di dunia nyata, risiko manipulasi informasi, serta potensi penipuan digital. Secara keseluruhan, integrasi AI pada Instagram memberikan peningkatan signifikan terhadap pengalaman pengguna, namun tetap memerlukan kontrol dan literasi digital agar dapat dimanfaatkan secara bijak dan aman.

Keyword: Artificial Intelligence; Instagram; User Experience; Algoritma; Media Sosial

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of Artificial Intelligence (AI) on the Instagram app and its impact on user experience and convenience. Using qualitative research methods through observation, visual analysis, literature review, and direct observation of Instagram usage, this study identifies various AI-based features that actively influence user interactions. The research findings indicate that AI plays a significant role in improving personalization and efficiency of use through features such as tag recommendations, object recognition, feed and reel algorithms, and spam and malicious content detection systems. This implementation has been shown to improve content relevance, navigation convenience, and platform security. However, the study also found negative impacts such as decreased self-confidence due to the use of filters, reduced real-world social interactions, the risk of information manipulation, and the potential for digital fraud. Overall, the integration of AI on Instagram significantly improves the user experience, but still requires control and digital literacy to be used wisely and safely.

Keyword: Artificial Intelligence; Instagram; User Experience; Algorithm; Social media

Corresponding Author:

Salsabila,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kabupaten Deli Serdang, 20221, Indonesia
Email: salsabila03082003@gmail.com



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi mengalami perubahan signifikan sejak komputer pertama kali hadir sebagai alat komputasi sederhana. Dalam beberapa dekade terakhir, kemampuan komputer berkembang pesat hingga mampu menirukan proses berpikir manusia melalui kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). AI didefinisikan sebagai sistem atau algoritma yang dirancang untuk meniru, memahami, dan memecahkan masalah layaknya manusia, bahkan berpotensi melampaui kecerdasan manusia melalui kemampuan belajar dan mengambil

keputusan secara otomatis (Sadiku et al., 2021; Nasution, 2024). Istilah AI pertama kali diperkenalkan oleh John McCarthy pada Konferensi Dartmouth tahun 1956, yang menandai dimulainya penelitian sistem cerdas yang kini berkembang dalam berbagai model seperti *machine learning*, *deep learning*, dan *computer vision*.

AI kemudian berkembang ke berbagai sektor, termasuk media sosial, yang merupakan salah satu ruang digital dengan trafik data terbesar di dunia. Penggunaan AI pada media sosial memungkinkan sistem melakukan personalisasi konten, rekomendasi otomatis, moderasi konten, hingga deteksi keamanan berbasis algoritma (Meta, 2022; Meta, 2023).

Facebook, misalnya, mengintegrasikan AI untuk mengoptimalkan *News Feed*, memoderasi konten negatif, dan melakukan pengenalan wajah melalui teknologi *face recognition*, yang terbukti meningkatkan relevansi serta keamanan pengalaman pengguna (Khairunnisha & Silitonga, 2024).

Salah satu platform yang juga mengimplementasikan AI secara intensif adalah Instagram. Sejak diperkenalkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010, Instagram berkembang menjadi platform visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, dan aktivitas keseharian. Atmoko (2012) menjelaskan bahwa Instagram merupakan jaringan sosial bertema foto yang menyediakan pengalaman visual sederhana namun kreatif bagi penggunanya. Berbagai fitur seperti filter, efek kamera, *stories*, dan *reels* menjadikan Instagram sebagai media ekspresi dan interaksi yang populer, yang pada April 2023 mencapai lebih dari 1,63 miliar pengguna global.

Integrasi AI pada Instagram dapat ditemukan dalam beberapa fitur utama, seperti saran tag otomatis, pengenalan objek (*object recognition*), algoritma personalisasi *reels*, penentuan distribusi konten pada *feed*, serta deteksi spam dan konten berbahaya. Fitur-fitur ini memungkinkan sistem memahami perilaku pengguna berdasarkan minat, riwayat interaksi, dan pola pencarian sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih relevan, efisien, dan aman. Namun, sebagaimana platform media sosial lainnya, penerapan AI pada Instagram juga menimbulkan tantangan, seperti berkurangnya interaksi sosial langsung, meningkatnya perbandingan sosial akibat filter wajah, serta risiko penipuan digital.

Meskipun penelitian mengenai Instagram telah banyak dilakukan, pembahasan mengenai implementasi AI secara spesifik dalam membentuk pengalaman serta kenyamanan pengguna masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kecerdasan buatan diterapkan dalam fitur-fitur Instagram serta menilai dampak positif dan negatifnya terhadap pengalaman pengguna. Pemahaman ini penting untuk mendorong literasi digital masyarakat serta membantu pengguna bersikap bijak dalam memanfaatkan teknologi berbasis AI di era media sosial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami dan menjelaskan bagaimana Artificial Intelligence (AI) diterapkan pada aplikasi Instagram. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses, konteks, dan pengalaman pengguna, bukan pada perhitungan numerik. Penelitian dilaksanakan di Medan pada 1–4 Desember 2023, dengan objek penelitian berupa fitur-fitur Instagram yang menggunakan AI, seperti rekomendasi konten, filter berbasis *computer vision*, saran tag otomatis, sistem keamanan, dan distribusi konten pada *feed* serta *reels*.

Data penelitian diperoleh melalui observasi langsung terhadap penggunaan Instagram, analisis visual terhadap tampilan dan respons sistem, pengalaman peneliti sebagai pengguna aktif, serta studi literatur dari jurnal dan sumber akademik terkait implementasi AI di media sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan berulang pada fitur-fitur AI untuk melihat konsistensi perilaku algoritma, dilengkapi dengan dokumentasi visual.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mereduksi temuan penting, menyajikannya dalam bentuk narasi, dan menginterpretasikannya berdasarkan teori AI serta penelitian sebelumnya. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil observasi, literatur ilmiah, dan dokumentasi pendukung. Pendekatan ini dianggap paling sesuai karena mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana AI bekerja dalam aplikasi Instagram dan bagaimana dampaknya terhadap pengalaman pengguna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kata *era Instagram* masyhur digunakan dalam menggambarkan keadaan di mana Instagram berkembang pesat dan memberikan dampak besar terhadap tren media, sosial, bahkan terurai dalam budaya. Tahun 2010 Instagram didirikan dan telah berkembang pesat sejak saat itu bahkan dari data kataadata.co.id. Pada April 2023 bersumber dari Laporan *We Are Social* user Instagram Dunia mencapai 1,63 miliar dan Indonesia termasuk negara peminat aplikasi ini keempat di dunia sebagai user Instagram terbanyak mencapai 106 juta pengguna.

Instagram memiliki fitur *Stories*, *IGTV*, dan *Reels* dengan visual yang estetika. *Story telling*: Instagram menjadi wadah cerita kisah melalui gambar dan cuplikan video pendek. Instagram juga menyediakan *filter*, efek, dan alat pengeditan bahkan sebagai Instagram menjadi wadah kolaborasi antara *brand* dan *influencer*.

Secara umum, Instagram mengandalkan algoritma berbasis *machine learning* untuk memahami minat pengguna, memprediksi perilaku, dan menampilkan konten yang paling relevan. Sistem ini bekerja melalui analisis data interaksi pengguna seperti waktu tonton, likes, komentar, serta riwayat pencarian, sehingga setiap pengguna memperoleh pengalaman yang berbeda sesuai preferensi masing-masing.

Dari keberhasilan dan kebermanfaatan aplikasi Instagram ternyata Instagram memiliki teknologi AI dalam sistem dan layanan aplikasinya untuk memudahkan user dalam melakukan sesuatu dengan mudah, cepat, dan tepat. Berikut beberapa penerapan AI pada aplikasi Instagram:

1. Saran *tag* dalam deskripsi foto: AI dapat menawarkan rekomendasi *tag* atau deskripsi otomatis untuk foto yang diunggah, sehingga dengan adanya fitur otomatisasi AI pada aplikasi Instagram dapat mempermudah dan memberikan ketepatan kepada user dalam menemukan *tag* yang dicari.
2. Pengenalan Objek (*Object Recognition*): AI dengan pengenalan objek dapat membantu Instagram mengidentifikasi objek dalam gambar dan video. Pengenalan objek dalam aplikasi Instagram berfungsi sebagai pencarian gambar yang sesuai, mengidentifikasi dan mengenal produk, *automatic labelling*, dan lain-lain. Sehingga memudahkan pengguna dalam mencari dan menyesuaikan konten.
3. Algoritma kustomisasi *Reel*: Instagram menggunakan algoritma AI untuk melacak sifat, referensi yang dicari atau dilihat sebelumnya oleh user sehingga *reel* yang ditampilkan akan lebih menarik dan sesuai dalam *reel* user. Sebagai contohnya pada *reel* akun Instagram @slsabiila_ berisikan makanan dan buah, destinasi atau alam, dan *event* dari suatu lembaga. Hal ini dikarenakan sebelumnya user mencari dan melihat objek yang serupa sehingga algoritma AI pada Instagram merekomendasikan *reel* yang serupa.
4. Algoritma *Feed*: Dalam memposting *reel* Instagram ada beberapa kemungkinan yang akan terjadi seperti *boom like*, *comment* dan *share*. Contohnya ketika *audience* banyak menyukai dan berkomentar algoritma AI akan membagikan konten kamu ke lebih banyak user.
5. Mendeteksi *spam* dan konten berbahaya: AI mampu mendeteksi dan memfilter konten *spam* atau sesuatu yang sifatnya mengancam dan berbahaya baik itu bersumber dari situs web, email dan berbagai platform lainnya.
6. Penggunaan AI mendeteksi konten yang tidak pantas diunggah oleh user; kecerdasan buatan AI mendeteksi konten yang tidak pantas, seperti mengandung tindakan kekerasan, pelecehan dan pornografi. Tindakan Instagram mampu dengan cepat menghapus konten yang tidak pantas dengan algoritma AI, guna menjaga agar platform tetap aman dan *user friendly*.

Hampir setiap teknologi memiliki dampak positif dan negatif termasuk pada aplikasi Instagram yang sangat populer yaitu:

Tabel 1. Dampak Positif dan Negatif

Dampak positif	Dampak negatif
Berbagi <i>moment</i> dengan memvisualisasikannya.	Privasi, setiap <i>website</i> atau aplikasi akan mengalami kebocoran data atau bahkan kelalaian dari penggunanya sendiri.
Platform penyedia jaringan sosial dunia.	Terbatasnya interaksi sosial di dunia nyata.
Karena Instagram banyak digunakan <i>milenial</i> , sehingga menjadi <i>platform</i> yang kreatif dan menginspirasi. Seperti seni, <i>fotografi</i> , gaya hidup, dan lain-lain.	Kurangnya rasa percaya diri, foto dan video Instagram yang diedit dan dikurasi dapat memberikan kesan kehidupan yang sempurna, atau fakta dari kehidupan user lainnya yang lebih akan mengarah pada perbandingan sosial seseorang.
Tidak hanya sebagai platform sosial, tetapi juga sebagai platform iklan produk dan merek. Seperti IGS dan IGTV.	Sistem AI mendeteksi konten yang tidak pantas tetapi tidak dengan konten yang mempengaruhi psikologis seperti <i>cyberbullying</i> dan <i>body shaming</i> .
Wadah penghubung komunitas minat dan bakat.	Masalah manipulasi karena fiturnya
Fitur yang kreatif, seperti filter, stiker, <i>gift</i> , fitur edit foto dan video dan masih banyak lagi	Kecanduan, karena ragam fiturnya yang begitu menarik bisa membuat user menghabiskan banyak waktunya.
Platform edukasi, dapat di temui melalui postingan atau <i>Instagram Story</i> akun-akun edukasi.	Banyaknya penipu yang menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi dengan targetnya.

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dibalik kelebihannya Instagram masih terdapat hal yang merugikan, tetapi itu semua tergantung seseorang dalam menggunakannya. Bermanfaat tidaknya suatu aplikasi tergantung cara seseorang menyikapinya, maka dari itu bersikap bijak dalam menggunakan teknologi itu penting.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah mengintegrasikan teknologi Artificial Intelligence (AI) secara luas melalui berbagai fitur seperti sistem rekomendasi konten pada *feed*, *explore*, dan *reels*, filter berbasis *computer vision*, pengenalan objek, hingga deteksi spam dan aktivitas berbahaya. AI berperan penting dalam mempersonalisasi tampilan konten, meningkatkan kenyamanan navigasi, serta menjaga keamanan pengguna. Hasil observasi memperlihatkan bahwa algoritma Instagram mampu menyesuaikan konten secara cepat berdasarkan interaksi pengguna, sehingga pengalaman pengguna menjadi lebih relevan dan efisien.

Namun, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa implementasi AI tidak lepas dari tantangan. Personalitas algoritma yang terlalu kuat dapat menciptakan *filter bubble*, memicu perilaku *doom scrolling*, dan mengurangi keberagaman informasi. Penggunaan filter wajah berbasis AI juga berpotensi memengaruhi persepsi diri pengguna, sementara beberapa aktivitas penipuan digital masih mampu melewati sistem deteksi otomatis. Oleh karena itu, pemanfaatan AI di Instagram perlu dipahami secara kritis agar manfaatnya dapat diterima tanpa menimbulkan dampak negatif yang tidak diinginkan.

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, disarankan agar pengguna meningkatkan literasi digital untuk memahami cara kerja algoritma, lebih bijak dalam menggunakan filter, serta berhati-hati terhadap pesan mencurigakan yang berpotensi menjadi penipuan. Di sisi lain, pengembang Instagram diharapkan meningkatkan transparansi algoritma, memperkuat sistem keamanan, serta menyediakan kontrol yang lebih besar bagi pengguna dalam mengatur preferensi konten. Penelitian selanjutnya dianjurkan untuk menggunakan data yang lebih luas dan pendekatan *mixed-method* untuk memperkuat temuan, serta mengeksplorasi lebih dalam dampak psikologis dan sosial dari penggunaan fitur-fitur berbasis AI. Dengan demikian, implementasi AI dapat terus berkembang secara etis, aman, dan bermanfaat bagi seluruh pengguna.

REFERENSI

- Herlangga, D. (2023, April). *Bagaimana Instagram menggunakan AI untuk meningkatkan pengalaman pengguna?* Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/donnyhr/64492b4308a8b539866a9b82/bagaimana-instagram-menggunakan-ai-untuk-meningkatkan-pengalaman-pengguna>
- Instagram. (n.d.). Profil [@slsabiila](https://www.instagram.com/slsabiila).
- Katadata Media Network. (2023, September 26). *Pengguna Instagram RI tembus 100 juta orang per April 2023, terbanyak ke-4 di dunia.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/pengguna-instagram-ri-tembus-100-juta-orang-per-april-2023-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Khairunnisha, Z., & Silitonga, A. I. (2024). Implementasi artificial intelligence dalam optimalisasi layanan dan pengembangan bisnis digital pada Facebook. *Jurnal Sains, Teknologi & Komputer*, 1(3), 69–74. <https://doi.org/10.56495/saintek.v1i3.1325>
- Liu, R., Gupta, S., & Patel, P. (2023). The application of the principles of responsible AI on social media marketing for digital health. *Information Systems Frontiers*, 25(6), 2275–2299. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10191-z>
- Microsoft. (2019, Maret 26). *Inovasi dan produktivitas dalam inisiatif berbasis AI menjadi kunci daya saing Indonesia di tingkat global.* <https://news.microsoft.com/id-id/2019/03/26/inovasi-dan-produktivitas-dalam-inisiatif-berbasis-ai-menjadi-kunci-daya-saing-indonesia-di-tingkat-global/>
- Nasution, M. A., Fitri, A., Rizwinie, K. S., Silaban, V. S., & Khoirani, F. (2024). Implementasi NLP dalam pembuatan chatbot customer service publisher (Studi kasus LARISMA). *Jurnal Sains, Teknologi & Komputer*, 1(1), 13–17. <https://doi.org/10.56495/saintek.v1i1.451>
- Nuonline. (2023, Juli). *Sejarah perkembangan AI, dari komputer hitung biasa hingga ChatGPT.* <https://www.nu.or.id/nasional/sejarah-perkembangan-ai-dari-komputer-hitung-biasa-hingga-chatgpt-70Hvs>
- Taulli, T. (2019). *Dasar-dasar kecerdasan buatan: Pengantar non-teknis*. Apress.
- Theza, H. (2022). *6 kelebihan dan kekurangan Instagram bagi pengguna.*