

### Ringkasan Statistik

Jumlah Data : 200

Engagement Total : 2019176

Sentimen Positif : 121

### Insight Otomatis dari AI

**\*\*Insight Singkat:\*\***

Berdasarkan data yang diberikan, ada beberapa poin penting yang dapat diambil:

1. **\*\*Sentimen Negatif:\*\*** Semua interaksi (baris-baris data) dari Instagram memiliki sentimen negatif. Ini menunjukkan bahwa konten atau postingan dari brand/akun ini menerima umpan balik atau persepsi yang tidak menguntungkan dari pengguna. Ini bisa berupa komentar negatif, curhatan, atau persepsi buruk tentang produk/jasa.
2. **\*\*Engagement Rendah:\*\*** Meskipun terdapat engagement (sepertinya klik "like" atau interaksi dasar), level engagement ini sangat rendah (hanya 1 per baris data). Lebih jauhnya tentang jenis dan sifat engagement tersebut tidak dijelaskan. Namun, jika dibandingkan dengan sentimen negatif, engagement yang kecil ini tidak memberikan kontribusi positif dan mungkin justru memperkuat persepsi buruk karena kurangnya interaksi nyata.
3. **\*\*Keselarasan Tidak Optimal:\*\*** Sentimen negatif tidak memiliki engagement yang signifikan. Idealnya, konten yang mendapat respon baik (sentimen positif/neutral) cenderung menarik lebih banyak engagement. Kehadiran sentimen negatif pada saat yang *\*berdekatan\** dengan post interaksi yang kecil ini bisa berarti bahwa pengguna yang berinteraksi cenderung memiliki persepsi negatif, atau mungkin engagement tersebut berasal dari perilaku spam/aktivitas sendiri.

**\*\*Kesimpulan Singkat:\*\***

Platform Instagram menunjukkan gambaran yang tidak menguntungkan: sentimen yang seluruhnya negatif

dan level engagement yang rendah (mungkin hanya interaksi dasar). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada interaksi, interaksi tersebut tidak seimbang dengan reputasi yang bisa jadi buruk di mata pengguna dan seharusnya diteliti lebih lanjut untuk mencari tahu sumber sentimen negatif dan cara meningkatkan keterlibatan yang bermakna.