

**ARTIFICIAL INTELIGENCE SEBUAH INOVASI BARU MENJUAL PRODUK
(MEMBANDINGKAN KEUNGGULAN FB, WA, INSTAGRAM, TELEGRAM DAN
YOUTUBE)**

Sriwanti Belani

Universitas Muhammadiyah Luwuk, Sulawesi Tengah, Indonesia
E-mail: sriwantibelani89@gmail.com

ABSTRAK

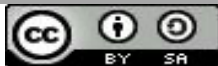
Artificial intelligence (AI) menurut John McCarthy merupakan suatu ilmu dan teknik dalam menciptakan mesin yang bersifat cerdas, terutama dalam menciptakan program atau aplikasi komputer cerdas. AI adalah suatu langkah untuk menciptakan komputer, robot, atau aplikasi atau program yang bekerja secara cerdas, layaknya seperti manusia (McCarthy, 2007). Tujuan diciptakannya AI itu sendiri untuk: a. Menciptakan suatu sistem pakar, yakni suatu sistem yang dapat melakukan perilaku cerdas, belajar, mendemonstrasikan, menjelaskan, dan menyarankan user. b. Untuk mengimplementasikan kecerdasan daripada manusia ke dalam mesin, menciptakan suatu sistem yang dapat mengerti, berpikir, belajar, dan berperilaku seperti manusia. Hal-hal yang berkontribusi untuk AI itu sendiri diantaranya adalah bidang Ilmu Komputer, Biologi, Psikologi, Bahasa, Matematika, dan Teknik. Salah satu langkah besar dalam menciptakan komputer yang berhubungan dengan kecerdasan buatan adalah, berpikir dengan logika, belajar, dan menyelesaikan permasalahan. Teknik yang digunakan oleh AI dalam menyelesaikan permasalahan dengan merapikan suatu informasi dan pengetahuan sehingga dapat diakses dan dipahami dengan mudah oleh user, dapat dengan mudah dimodifikasi untuk memperbaiki error, dan dapat berguna di berbagai situasi walaupun masih belum sempurna atau akurat.

Kata Kunci: Artificial Intelligence; Inovasi; produk dan Penjualan

ABSTRACT

Artificial intelligence (AI) according to John McCarthy is a science and technique in creating intelligent machines, especially in creating intelligent computer programs or applications. AI is a step to create computers, robots, or applications or programs that work intelligently, like humans (McCarthy, 2007). The purpose of creating AI itself is to: a. Creating an expert system, which is a system that can perform intelligent behavior, learn, demonstrate, explain, and suggest users. b. To implement intelligence rather than humans into machines, create a system that can understand, think, learn, and behave like humans. Things that contribute to AI itself include the fields of Computer Science, Biology, Psychology, Languages, Mathematics, and Engineering. One of the big steps in creating computers related to artificial intelligence is to think with logic, learn, and solve problems. The techniques used by AI in solving problems by tidying up information and knowledge so that they can be accessed and understood easily by users, can be easily modified to correct errors, and can be useful in various situations even though they are still not perfect or accurate.

Keywords: Artificial; Intelligence; Innovation; Products and Sales



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Kemajuan yang di hasilkan dari Artificial Intelligence atau lebih di kenal dengan kecerdasan buatan sangat mengejutkan (Dahria, 2008). Upaya untuk memajukan konsep Artificial Intelligence AI selama 20 tahun terakhir telah menghasilkan beberapa inovasi yang benar-benar luar biasa. Hasil inovasi yang mungkin sudah di kenal oleh banyak orang misalnya Big Data, penelitian medis, dan kendaraan otonom. Teknologi tadi hanyalah beberapa dari banyaknya aplikasi luar biasa yang muncul dari pengembangan AI (Azwary et al., 2016; Ngafifi, 2014).

Untuk memahami beberapa konsep yang lebih dalam, seperti pengelolaan data, pemrosesan bahasa alami (NLP) (Kulkarni et al., 2017; Lalwani et al., 2018), dan pengelolaan perangkat lunak, Anda perlu mengetahui tiga konsep dasar dari Artificial Intelligence AI yaitu pembelajaran mesin (*Machine Learning*), pembelajaran mendalam (*Deep Learning*), dan jaringan saraf tiruan (Neural Network). AI biasanya dianggap sebagai istilah yang lebih luas, sedangkan pembelajaran mesin dan dua konsep AI lainnya merupakan bagian dari itu. Saat ini mungkin tanpa sadar kita sudah berinteraksi dengan beberapa bentuk kecerdasan buatan dalam aktivitas sehari-hari (Ahmad, 2017). Misalnya saja jika Anda menggunakan *Gmail*, Anda dapat menikmati fitur penyaringan email otomatis atau jika Anda memiliki ponsel cerdas, Anda mungkin bisa mengisi kalender dengan bantuan Siri. Meskipun perangkat lunak ini sangat membantu, perangkat tersebut tidak memiliki kemampuan untuk belajar secara mandiri. Hal itu dikarenakan perangkat tadi tidak bisa berpikir di luar kode yang sudah diberikan kepada mereka.

Pembelajaran mesin adalah cabang dari AI yang bertujuan untuk memberikan mesin kemampuan dalam mempelajari tugas tanpa kode yang sudah ada. Dalam istilah yang paling sederhana, mesin tersebut akan diberikan contoh uji coba dalam jumlah yang besar untuk tugas tertentu. Ketika mesin tadi menjalani uji coba, mesin itu akan belajar dan mengadaptasi strategi yang sesuai untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Misalnya, mesin pengenalan gambar dapat diberikan jutaan gambar untuk dianalisis. Setelah melalui permutasian yang panjang, mesin akan memperoleh kemampuan untuk mengenali pola, bentuk, wajah, dan masih banyak lagi. Pembelajaran mendalam adalah teknik pembelajaran mesin yang mengajarkan komputer untuk melakukan apa yang secara alami terjadi pada manusia: belajar dengan cara mencontoh. Pembelajaran mendalam adalah teknologi utama di balik mobil tanpa kemudi (*driveless car*). Itu memungkinkan mereka untuk mengenali tanda berhenti, atau untuk membedakan pejalan kaki dengan tiang lampu. Ini adalah kunci dari kontrol suara di perangkat konsumen seperti ponsel, tablet, TV, dan speaker hands-free. Pembelajaran mendalam mendapatkan banyak perhatian belakangan ini karena dapat mencapai hasil yang sebelumnya tidak mungkin. Dalam deep learning, model komputer belajar untuk melakukan tugas klasifikasi langsung dari gambar, teks, atau suara. Model pembelajaran yang mendalam dapat mencapai akurasi yang canggih, terkadang melebihi kinerja tingkat manusia (LeCun et al., 2015). Model dilatih dengan menggunakan set besar data berlabel dan arsitektur jaringan saraf yang berisi banyak lapisan. *Neural Network* atau juga disebut sebagai jaringan saraf tiruan adalah berbagai teknologi pembelajaran yang mendalam, yang juga berada di bawah naungan kecerdasan buatan atau AI. *Neural Network* adalah paradigma pemrosesan informasi yang terinspirasi dari cara sistem saraf biologis, seperti otak yang memproses informasi. Kunci elemen dari paradigma ini adalah struktur novel dari sistem pemrosesan informasi (Crawford, 1997; Hartanto & Martina, 2013; Miner et al., 2012).

Neural Network dikonfigurasi untuk aplikasi tertentu, seperti pengenalan pola atau klasifikasi data melalui proses pembelajaran. Jaringan ini terdiri dari sejumlah besar elemen pemrosesan yang sangat saling berhubungan (*neuron*) yang bekerja bersama untuk memecahkan masalah tertentu (Melita et al., 2018). Aplikasi komersial dari teknologi ini umumnya berfokus pada penyelesaian pemrosesan sinyal yang kompleks atau masalah pengenalan pola (Kusumadewi, 2003). Contoh aplikasi komersial yang signifikan sejak tahun 2000 meliputi pengenalan tulisan tangan untuk pemrosesan cek, transkripsi ucapan menjadi sebuah teks, analisis data, dan prediksi cuaca dan pengenalan wajah (Asiyah & Fithriasari, 2016).

Jaringan saraf tiruan ini terinspirasi oleh hal-hal yang kita temukan dalam biologi kita sebagai manusia. Cara *Neural Network* memahami sesuatu sama seperti manusia yaitu belajar dengan cara mencontoh. Model jaringan saraf menggunakan prinsip matematika dan ilmu komputer untuk meniru proses otak manusia. Jaringan saraf tiruan mencoba mensimulasikan proses sel-sel otak yang saling berhubungan erat, tetapi bukannya dibangun dari biologi, neuron-neuron ini dibangun dari kode atau biasa disebut node.

Ketiga konsep artificial intelligence AI ini dapat memungkinkan robot hardware dan software untuk berpikir dan bertindak secara dinamis di luar dari kode yang sudah diberikan. Dengan memahami konsep dasar diatas maka akan membawa Artificial Intelligence AI menuju masa depan yang lebih cerdas dari yang terbayangkan (Mu et al., 2017).

METODE PENELITIAN

Metode penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang akan membandingkan secara deskriptif beberapa keunggulan dan kelemahan media kecerdasan buatan seperti Fb, wa, Youtube, Instagram, telegram, dan lainnya. Studi literasi digital melalui google scholar akan digunakan untuk memperdalam analisis dan kajian tentang Kecerdasan mesin dari semua media social yang ada : youtube, fb, wa, Instagram, telegram, dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Youtube

Tahukah Anda predikat jumlah pengguna media sosial terbanyak dipegang oleh YouTube. Dari total 150 juta pengguna internet di Indonesia, 88 persen penggunanya menggunakan Youtube untuk memutar video, terutama video musik. Banyaknya jumlah pengguna YouTube di Indonesia ini tentu sangat menguntungkan bagi YouTube. Namun, tak hanya bagi Youtube, para pemilik bisnis yang ingin mengenalkan dan mempromosikan bisnis juga diuntungkan. Memangnya apa saja manfaat yang didapatkan dari menggunakan YouTube untuk bisnis Anda?

- Mendemonstrasikan produk
- Branding bisnis Anda
- Meningkatkan *brand awareness*
- Memecahkan masalah customer

Dengan menggunakan YouTube, Anda bisa membuat konten video yang sesuai dengan target audience atau target pasar Anda. Namun, Toyota mengklaim penjualan mereka mengalami peningkatan. Mereka juga percaya, pemasaran melalui kanal YouTube-lah yang membuat calon customernya semakin yakin membeli produk Toyota. Setelah Toyota sukses dengan *mini series*-nya di Youtube, banyak brand ternama lainnya yang juga membuat *mini series*. Bisnis Anda pun juga bisa mengikuti langkah ini. Oh, ya agar video Anda muncul di hasil pencarian teratas, Anda perlu mengoptimasi video YouTube Anda. Untuk penjelasan lebih mendalam mengetahui *SEO* YouTube. Lalu, lihat performa video Anda dengan Youtube Analytics. Dengan mempelajari data statistik video, Anda bisa mengoptimalkan lagi konten-konten video Anda. Simak penjelasan lebih detailnya di artikel Youtube Analytics yang telah kami buat. Di sana Anda bisa mempelajari bagaimana cara menganalisis matrik di Youtube Analytics. Sebagai contoh, Toyota membuat konten mini web series yang ditayangkan di YouTube. Mini web series tersebut berhasil viral dan mendapatkan lebih dari 5 juta penonton. Di dalam video itu, Toyota memang tidak secara gamblang “berjualan” mobil (Neneng et al., 2016).

WhatsApp

Hampir semua pengguna internet di Indonesia menggunakan WhatsApp. Mungkin Anda salah satunya. Ada sekitar 124 juta pengguna internet menggunakan WhatsApp di gadget mereka. Penggunanya pun beragam, mulai dari usia 16 tahun hingga 64 tahun. Mereka biasanya menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman. Fitur-fitur yang mudah digunakan seperti chat, panggilan suara, dan video jadi favoritnya. Tak hanya untuk komunikasi antar kerabat dan kolega, kini pemilik bisnis juga bisa memanfaatkannya untuk bisnis mereka. WhatsApp telah meluncurkan platform khusus bisnis, yaitu WhatsApp Bisnis. Berbeda dengan WhatsApp yang biasa digunakan banyak orang, WhatsApp Bisnis punya fitur khusus

yang dapat menunjang kebutuhan komunikasi dan pemasaran pemilik bisnis. Apa saja ya fiturnya?

Profil Bisnis agar Lebih Terpercaya

Tampilan profil bisnis yang terverifikasi dengan centang biru akan lebih dipercaya oleh pelanggan. Tak bisa disangkal, saat ini banyak sekali modus penipuan dari penjual abal-abal. Nah, WhatsApp Bisnis menyediakan fitur pengaturan profil bisnis Anda dan akan diverifikasi oleh WhatsApp.

1. Balas Pesan Otomatis

Ada tiga jenis balas pesan otomatis yang tersedia di WhatsApp Bisnis, yaitu *Away Message*, *Greeting Message*, dan *Quick Replies*.

- a) *Away message*-fungsinya untuk membalas pesan pelanggan secara otomatis saat Anda sedang di luar jam kerja atau dalam keadaan off. Isi pesannya pun dapat Anda buat dan atur sesuai dengan kebutuhan bisnis Anda.
- b) *Greeting Message* - seperti namanya, fitur ini berfungsi untuk membalas pesan dengan sapaan ketika pelanggan pertama kali meng-chat Anda.
- c) *Quick Replies* - dengan fitur ini, Anda bisa membalas pesan secara cepat tanpa perlu mengetik terlebih dahulu. Cukup tekan tanda “/” saat membalas pesan, maka list jawaban yang telah Anda buat akan muncul.

2. Katalog Produk Bisnis

Anda juga bisa menambahkan informasi dan gambar produk Anda di fitur Katalog. Pelanggan jadi bisa langsung melihat daftar produk yang Anda tawarkan.

3. Statistik Pesan

Setelah Anda mengirimkan broadcast penawaran di berbagai kontak pelanggan, Anda bisa meninjau bagaimana statistiknya. Misalnya statistik pesan yang telah terkirim, diterima, dan dibaca. Kalau Anda mengetahui statistiknya, Anda bisa menilai pesan mana saja yang efektif dan mengevaluasi setiap pesan.

4. Melabeli Pelanggan

Fitur ini akan memudahkan Anda mengetahui status pelanggan Anda. Misalnya Anda melabeli pelanggan yang belum melakukan pembayaran dengan label “*Unpaid*”. Kalau sudah melabeli pelanggan, Anda bisa mengirim pesan khusus untuk pelanggan unpaid.

Dengan fitur-fitur yang disediakan oleh WhatsApp Bisnis, Anda bisa dengan mudah mempromosikan bisnis dan berkomunikasi dengan pelanggan Anda. Untuk mengetahui lebih lengkapnya mengenai WhatsApp Bisnis, silakan baca artikel khusus kami tentang WhatsApp Bisnis di artikel Mengenal WhatsApp Bisnis untuk Bisnis Anda.

Facebook

Facebook merupakan media sosial dengan jumlah pengguna yang selalu meningkat. Pada 2018, jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 130 juta pengguna. Dari jumlah tersebut, rentang usia terbanyak yang menggunakan Facebook yaitu usia 20-29 tahun (Hidayat, 2015).

Populernya Facebook sebagai media sosial di Indonesia cocok sekali jadi ladang untuk mengenalkan bisnis Anda. Ditambah lagi target audience Anda banyak yang menggunakan Facebook. Tak hanya mengenalkan bisnis, Facebook juga bisa Anda gunakan untuk meningkatkan engagement, traffic website, dan mendapatkan *leads*. Lalu, bagaimana caranya?

Buatlah halaman Facebook bisnis dan isi dengan konten-konten yang menarik sesuai target bisnis Anda. Anda bisa membuat tutorial singkat penggunaan produk, update produk, hingga testimoni dari pelanggan. Tak melulu memasarkan produk, Anda juga bisa membagikan konten ringan atau kuis. Salah satu contohnya, *Loot Crate*, sebuah perusahaan subscription box merchandise untuk gaming dan pecinta anime atau film. Dalam postingannya, *Loot Crate*

mengajak audiens untuk bermain dan berbagi ide. Kira-kira superhero Marvel mana saja yang akan dipilih untuk melawan Thanos.

Hasilnya, engagement postingan tersebut tinggi. Nah, untuk lebih detail tentang strategi marketing di Facebook, simak artikel berikut → Panduan Facebook Marketing Lengkap. Setelah membuat konten yang menarik, Anda bisa coba gunakan fitur ads dari Facebook. Fitur ini dapat mempromosikan halaman bisnis atau iklan produk Anda agar dapat dijangkau oleh banyak orang. Menariknya, Anda bisa menentukan audience mana saja yang akan mendapatkan iklan tersebut. Jadi, konten atau iklan Anda dapat dijangkau oleh target pasar yang tepat.

Instagram

Hampir menyaingi Facebook, Instagram ternyata memiliki lebih dari 61 juta pengguna aktif di Indonesia. Fakta menariknya, jumlah pengguna Instagram didominasi pengguna usia 18-24 tahun. Jika target audience bisnis Anda banyak menggunakan Instagram, mempromosikan bisnis di Instagram wajib Anda lakukan. Apalagi menurut survey, sebanyak 45 persen pengguna Indonesia sering membeli produk yang mereka lihat di Instagram (Jelodar et al., 2019). Nah, di Instagram, Anda bisa membuat konten menarik dengan memanfaatkan beberapa layanan, seperti *Feed*, *Instagram Story*, dan IG TV. Dengan layanan itu, Anda bisa membuat konten untuk promosi produk, launching produk terbaru, video testimonial, hingga sesi live di Instagram Live. Anda juga bisa membuat video tutorial di IG TV.

Misalnya, seperti The Body Shop Indonesia. Mereka membuat konten tutorial makeup dan *skincare routine* di IG TV akun Instagramnya. Audiens pun tertarik dengan tutorial tersebut sehingga video itu bisa mendapatkan engagement yang tinggi. Anda juga bisa memanfaatkan fitur khusus dari Instagram, yaitu Instagram Ads. Fitur ini mirip dengan Facebook Ads. Iklan Anda bisa muncul di Instagram stories atau *feed* dari target audience Anda. Cukup mengatur audience mana yang akan Anda sasar. Anda juga bisa memilih ingin menggiring audience ke akun Instagram Anda atau ke *website* toko *online* Anda. Oh ya, Anda pun bisa bekerja sama dengan para *influencer* di Instagram untuk mengenalkan brand Anda. Dari beriklan di Instagram, penjualan bisnis Anda jadi berpeluang mengalami peningkatan (Kar & Haldar, 2016).

Twitter

Anda ingat kisah KKN Desa Penari? Cerita ini mengisahkan sekelompok mahasiswa yang menjalani KKN di sebuah desa angker. Tenang dulu, di bab kami tidak akan mengulas detail cerita tersebut. Namun, yang menarik adalah cerita tersebut viral dan bermula dari sebuah thread di Twitter. Berawal dari Twitter, kisah tersebut bisa jadi topik viral di seluruh jagat maya. Dari sini, kita bisa tahu kalau pengguna Twitter sangat cepat merespon topik yang sedang trending. Hal itu juga terbukti dari statistik *market share* di Twitter Indonesia pada 2019 mengalami lonjakan menjadi 42,75%. Informasi menarik ini bisa jadi alasan mengapa Anda harus mencoba Twitter Marketing. Ditambah lagi, jumlah pengguna Twitter di Indonesia menempati posisi terbanyak setelah Instagram. Kabar baik lainnya, di Twitter, memungkinkan Anda bisa mendapatkan *exposure* lebih tinggi. Tweet Anda bisa muncul di *timeline* pengguna yang menyukai, meretweet, membalas, dan mem-promote tweet Anda. Dari fasilitas ini, pengikut pengguna tersebut jadi juga bisa melihat tweet Anda (Hartanto, 2017).

Hasil Yang Diperoleh

Adapun kelebihan dan kekurangan dari masing-masing kecerdasan mesin ini dijelaskan sebagai berikut:

Facebook

1. Kelebihan: Dalam hal penggunaannya facebook sangat mudah; Dapat digunakan untuk media bisnis online; Mengupload gambar lebih mudah, dan dapat dibentuk album foto; Tersedia fitur chat yang membuat pengguna dapat melakukan chat dengan temannya; kalian dapat

membuat ataupun bergabung sesuai dengan group menyesuaikan dengan kesukaan, hobi, bisnis, pertemanan dll.

2. Kekurangan: Seringnya perubahan tampilan facebook sehingga membuat pengguna bingung; Layout tidak dapat dirubah; Alur informasi yang kalah cepat dengan twitter.
- 3.

Twitter

Kelebihan dan kekurangan media sosial Twitter-Twitter merupakan layanan Microblogging yang dimiliki serta dioperasikan oleh Twitter Inc (Hong & Davison, 2010).

belum punya akun Twitter? kunjungi artikel cara mendaftar Twitter terbaru

1. Kelebihan dari twitter: Twitter Tidak Hanya bisa menjangkau antar teman saja? tapi juga bisa melakukan komunikasi antara para artis, ataupun artis dengan fansnya jadi lebih mudah; Komunikasi di twitter juga sangat cepet; Tersedia fitur *Trending Topic* sehingga memungkinkan kita untuk mengetahui apa aja yang sedang hangat dibicarakan oleh para pengguna twitter; Bisa digunakan untuk memasarkan produk secara gratis; Gampang dinavigasi serta memperbarui, "*link to*" dan mempromosikan apapun; Sangat interaktif, *extensible messaging platform* dengan API terbuka.
2. kekurangan dari twitter: Ada beberapa simbol yang perlu kawan ingat penggunaannya seperti @, RT, # dan lain-lain; Tidak tersedia fitur Chatting; Ukuran foto profil kecil; Kemampuannya terbatas: untuk menemukan orang-orang, mengirim short message, dan balasan langsung; Hanya bisa Update 140 karakter saja. Jadi kita dituntut untuk mengoptimalkan kesempatan yang diberikan untuk menjelaskan suatu produk hanya dalam 140 katakter yaa; Lebih ditekankan pada penghitungan *follower*; Mudah dalam penyalahgunaan untuk SPAM.

Google Plus

Kelebihan dan kekurangan media sosial *Google Plus – Google plus* merupakan produk google. Diperkirakan Google Plus ini akan menjadi saingan terbesar untuk facebook, bisa dilihat dari jumlah penggunanya yang melonjak cukup pesat begitu layanan ini dibuka untuk umum. Miliki akun Gmail untuk membuat akun Google Plus. Kunjungi artikel Cara membuat Email Gmail Terbaru . setelah memiliki Email lalu kawan aktifkan Google Plusnya. Agar tidak salah daftar baca juga: Kelebihan Email Gmail dibandingkan Email yang lain

1. **Kelebihan dari google plus:** Terdapat fasilitas Repost yang mempunyai istilah Reshared, jadi kita bisa langsung melihat sebuah status dari teman yang terdapat pada circle kita (lingkaran). Mungkin Ini mirip kayak Retweet di Twitter; Mempunyai fasilitas Hangouts, dengan fitur ini kita bisa melakukan video chat dengan teman, fungsinya tidak jauh beda dengan Skype. belum tahu Skype seperti apa?.. kunjungi artikel Cara mendaftar Skype mudahberikut cara instal aplikasinya; Google Plus memiliki gaya tulisan yang beragam, jadi kita bisa menulis sebuah status dengan gaya miring, tebal, coret dll.
2. Kekurangan dari google plu : Untuk menggunakan Google Plus ini koneksi internet kita harus cepat, jika tidak akan sulit untuk mengakses akun google plus yang menggunakan live notification. Popularitas google plus mulai menurun dibandingkan pada awal-awal dikeluarkannya layanan ini. Jejaring sosial ini sudah mulai ditinggalkan.

Adalagi keuntungan google+ lainnya : Jika kita sudah menggunakan Gmail, Google Docs, Picasa atau fitur Google yang lain, kawan dapat memanfaatkan semuanya lebih efektif dan efisien; Circle / Lingkaran adalah cara yang gampang untuk mengatur daftar pertemanan kita; Tampilan dari Google+ mobile juga terlihat sempurna dengan desain yang keren apalagi kalo kawan pengguna smartphone berbasis Android.; Terdapat fitur Data Liberation; Menkawani foto dapat diatur dalam bentuk penyebarannya.; Fitur Hangout pada Google+ seperti chatroom yang bisa juga kawan gunakan untuk membagikan dokumen; Pengaturan privasi yang diberikan lebih terperinci dan jelas.

- Pengaturan profil lebih simpel tapi tetap elegan.
- Google+ mempunyai data trending topic.
- Sistem pencarian Google+ mempunyai tujuan utama yaitu membangun sistem pencarian yang nyaris sempurna.
- Tampilan notification pada Google+ tetap bisa kita terima selama kita terhubung dengan Google meskipun kita sedang tidak membuka situs Google+ .
- Bosan dengan permintaan pertemanan di Facebook, di Google+ kawan tidak akan mengalami hal tersebut.
- Google+ akan segera merilis fitur iklan yang pasti lebih ramah dipkawangng mata.
- Sisi baik dari Google+ adalah meningkatkan visibilitas dan peringkat untuk kepentingan bisnis.
- Kita juga bisa menyembunyikan postingan teman kita di Google+, jika kita tidak menyukainya.
- Google+ menawarkan tampilan galeri foto yang cukup keren, mengunggah foto mudah, serta dapat diakses juga melalui G+ mobile.

KESIMPULAN

kecerdasan buatan (artificial intelligence) adalah inovasi baru yang memiliki potensi besar dalam menjual produk. Dalam penelitian ini, keunggulan Facebook (FB), WhatsApp (Wa), Instagram, Telegram, dan YouTube dalam hal penjualan produk dibandingkan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa setiap platform memiliki keunggulan dan karakteristik unik yang dapat digunakan untuk memasarkan dan menjual produk. Penting untuk mempertimbangkan audiens target, jenis produk, dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh masing-masing platform untuk memaksimalkan efektivitas pemasaran dan penjualan. Dalam era digital yang semakin maju, penggunaan kecerdasan buatan dalam strategi pemasaran produk dapat menjadi faktor kunci dalam mencapai keberhasilan dalam menjual produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2017). Mengenal artificial intelligence, machine learning, neural network, dan deep learning. *J. Teknol. Indones.*, No. October, 3.
- Asiyah, S. N., & Fithriasari, K. (2016). Klasifikasi berita online menggunakan metode support vector machine dan k-nearest neighbor. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2).
- Azwary, F., Indriani, F., & Nugrahadhi, D. T. (2016). Question answering system berbasis artificial intelligence markup language sebagai media informasi. *Klik-Kumpulan Jurnal Ilmu Komputer*, 3(1), 48–60.
- Crawford, I. M. (1997). *Marketing research and information systems* (Issue 4). Food & Agriculture Org.
- Dahria, M. (2008). Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence). *Jurnal Saintikom*, 5(2), 185–197.
- Hartanto, H. (2017). Text Mining dan Sentimen Analisis Twitter pada Gerakan LGBT. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 9(1), 18–25.
- Hartanto, H., & Martina, I. (2013). Sistem Wawancara Virtual untuk Penerimaan Mahasiswa Jurusan Teknik Informatika di ITHB dengan Metode Natural Language Processing. *Jurnal Telematika*, 8(1), 35.

- Hidayat, A. N. (2015). Analisis Sentimen Terhadap Wacana Politik Pada Media Masa Online Menggunakan Algoritma Support Vector Machine Dan Naive Bayes. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 1(1), 12–18.
- Hong, L., & Davison, B. D. (2010). Empirical study of topic modeling in twitter. *Proceedings of the First Workshop on Social Media Analytics*, 80–88.
- Jelodar, H., Wang, Y., Yuan, C., Feng, X., Jiang, X., Li, Y., & Zhao, L. (2019). Latent Dirichlet allocation (LDA) and topic modeling: models, applications, a survey. *Multimedia Tools and Applications*, 78, 15169–15211.
- Kar, R., & Haldar, R. (2016). Applying chatbots to the internet of things: Opportunities and architectural elements. *ArXiv Preprint ArXiv:1611.03799*.
- Kulkarni, C. S., Bhavsar, A. U., Pingale, S. R., & Kumbhar, S. S. (2017). BANK CHAT BOT—an intelligent assistant system using NLP and machine learning. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 4(5), 2374–2377.
- Kusumadewi, S. (2003). Artificial Intelligence (Teknik dan Aplikasinya), Yogyakarta. *Graha Ilmu*.
- Lalwani, T., Bhalotia, S., Pal, A., Rathod, V., & Bisen, S. (2018). Implementation of a Chatbot System using AI and NLP. *International Journal of Innovative Research in Computer Science & Technology (IJIRCST) Volume-6, Issue-3*.
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Hinton, G. (2015). Deep learning. *Nature*, 521(7553), 436–444.
- Melita, R., Amrizal, V., Suseno, H. B., Dirjam, T., Informatika, T., & Sains, F. (2018). Penerapan Metode Term Frequency Inverse Document Frequency (Tf-Idf) Dan Cosine Similarity Pada Sistem Temu Kembali Informasi Untuk Mengetahui Syarah Hadits Berbasis Web (Studi Kasus: Syarah Umdatil Ahkam). *J. Tek. Inform*, 11(2), 149–164.
- Miner, G., Elder IV, J., Fast, A., Hill, T., Nisbet, R., & Delen, D. (2012). *Practical text mining and statistical analysis for non-structured text data applications*. Academic Press.
- Mu, X., Shen, X., & Kirby, J. (2017). Support vector machine classifier based on approximate entropy metric for chatbot text-based communication. *Int. J. Artif. Intell.*, 15(2), 1–16.
- Neneng, N., Adi, K., & Isnanto, R. (2016). Support Vector Machine Untuk Klasifikasi Citra Jenis Daging Berdasarkan Tekstur Menggunakan Ekstraksi Ciri Gray Level Co-Occurrence Matrices (GLCM). *JSINBIS (Jurnal Sistem Informasi Bisnis)*, 6(1), 1–10.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).