



Behind The Trend: Analisis Tren dan Sentimen Publik Terhadap Brainrot Content di Media Sosial Menggunakan Python dan Google Colab

Indri Surya Ningsih¹, Hafizh Umar Haq², Muhammad Ravlyansyah³, Lantip Nurrohman⁴, Muhammad Naufal Razani⁵, Syamil Ghuftron Rabbani⁶, Sitti Nurbaya Ambo⁷, Jumail⁸, Nurvelly Rosanti⁹, Yana Adharani¹⁰, Rully Mujiastuti¹¹, Popy Meilina¹²

¹⁻⁸Universitas Muhammadiyah Jakarta

e-mail korespondensi*: 23040700071@student.umj.ac.id

History Article	Abstract
Received: 25 July 2026 Revised: 17 August 2026 Accepted: 24 August 2026	Brainrot content, characterized by repetitive and highly engaging short-form content on social media, has become a notable digital phenomenon among younger audiences and highlights the need for stronger digital literacy and analytical skills. This community service activity aimed to develop participants' digital literacy and analytical skills in understanding public trends and sentiment toward brainrot content through a webinar and hands-on workshop entitled "Behind The Trend." The activity was conducted online via Zoom Meeting on 26 June 2026 and involved two speakers from the Dicoding community representing DBS Foundation and PIJAK. The activity consisted of a conceptual webinar followed by practical sessions covering YouTube comment web scraping, data cleaning, text preprocessing, N-Gram and WordCloud generation, and lexicon-based sentiment analysis using Python on Google Colab. Evaluation was conducted using pre-test and post-test questionnaires distributed through Google Forms. A total of 53 participants were registered, while 18 respondents completed the pre-test with an average score of 81.1% and 23 respondents completed the post-test with an average score of 95.2%. The higher post-test score indicates increased participant performance following the activity, although the different numbers of respondents should be considered when interpreting the results. Overall, the activity provided participants with practical exposure to data scraping, text mining, and sentiment analysis through a relevant social media case study.
Keyword <i>Brainrot Content; Digital Literacy; Sentiment Analysis; Social Media; Text Mining</i>	

To cite this article: Ningsih, I. S. et al. (2026). *Behind The Trend: Public Sentiment Analysis of Brainrot Content on Social Media*. **Kenduri: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat**. 6(2) 2026, Hal: 272-282. <https://doi.org/10.62159/kenduri.v6i.xxx>

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh, mengonsumsi, dan menyebarkan informasi. Platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts mendorong lahirnya berbagai tren digital yang dengan cepat menyebar di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda (Kemp, 2025). Salah satu fenomena yang belakangan mendapat perhatian luas ialah brainrot content, yaitu konten digital berdurasi singkat yang bersifat repetitif, absurd, dan lebih menonjolkan unsur hiburan dibandingkan penyampaian informasi. Popularitas istilah tersebut semakin meningkat setelah Oxford University Press menetapkan brain rot sebagai Word of the Year 2024 (Oxford University Press, 2024),

yang menunjukkan bahwa fenomena tersebut telah menjadi perhatian dalam diskursus budaya digital secara global.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa intensitas konsumsi media sosial tidak hanya memengaruhi pola komunikasi masyarakat, tetapi juga menjadi ruang bagi terbentuknya opini publik melalui interaksi pengguna pada berbagai platform digital (Cinelli, 2021). Fitur komentar pada media sosial, khususnya YouTube, memungkinkan pengguna menyampaikan pendapat, kritik, maupun dukungan terhadap suatu isu sehingga menghasilkan data teks dalam jumlah besar yang dapat dianalisis menggunakan pendekatan text mining dan analisis sentimen (Wahyuni, 2024). Analisis tersebut mampu menggambarkan kecenderungan opini publik terhadap suatu fenomena secara lebih sistematis dan berbasis data (Afidh R. P., 2023). Di sisi lain, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsumsi konten digital yang berlebihan dan berkualitas informasi rendah dapat memengaruhi kemampuan fokus, kualitas tidur, serta kondisi psikologis pengguna, khususnya remaja (Bagaskara, 2025).

Kajian sentiment analysis pada media sosial telah banyak diterapkan untuk mengidentifikasi kecenderungan opini masyarakat terhadap berbagai isu yang berkembang di ruang digital. Sejumlah penelitian sebelumnya mengangkat topik yang berkaitan dengan pelayanan publik dan isu sosial, seperti analisis sentimen mengenai penanganan COVID-19 di Indonesia (Ependi, 2023) serta analisis berbasis aspek pada aplikasi pelacakan kasus COVID-19 PeduliLindungi (Sari & Setiawan, 2024). Penelitian lain juga memanfaatkan isu yang sedang berkembang di media sosial, termasuk analisis sentimen terhadap kasus viral dan ulasan pengguna pada aplikasi TikTok (Paskalia, 2025; Siswanto, 2022). Meskipun demikian, fenomena brainrot content yang berkembang pesat di kalangan pengguna media sosial masih relatif jarang dimanfaatkan sebagai objek kajian sekaligus studi kasus dalam kegiatan edukasi sentiment analysis. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang untuk menggunakan fenomena digital yang dekat dengan kehidupan mahasiswa sebagai konteks pembelajaran text mining dan sentiment analysis.

Kegiatan edukasi mengenai Python, text mining, maupun analisis sentimen sebenarnya telah banyak diselenggarakan, misalnya pelatihan text mining menggunakan Python bagi mahasiswa (Runimeirati, 2023). Namun, sebagian besar pelatihan masih menggunakan studi kasus yang bersifat umum atau institusional, sehingga peserta cenderung hanya mempelajari aspek teknis pengolahan data tanpa mengaitkannya dengan fenomena digital yang mereka jumpai dalam kehidupan sehari-hari. Padahal, penggunaan studi kasus yang relevan dengan pengalaman peserta dapat meningkatkan keterlibatan, mempermudah pemahaman konsep, serta mendorong kemampuan berpikir kritis dalam membaca informasi digital. Pendekatan edukasi yang kontekstual juga dinilai lebih efektif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat.

Berdasarkan telaah tersebut, terdapat dua kesenjangan yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan ini. Pertama, kajian dan kegiatan edukasi yang menggunakan brainrot content sebagai objek pembelajaran analisis sentimen masih terbatas (Tupamahu, 2026). Kedua, pelatihan analisis data teks berbasis Python belum banyak mengintegrasikan fenomena digital yang sedang berkembang sebagai konteks pembelajaran (Kasumba, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pendekatan pembelajaran yang menghubungkan teknik analisis data dengan fenomena digital yang relevan dengan kehidupan peserta. Dengan pendekatan tersebut, materi analisis data dapat disampaikan melalui konteks yang lebih dekat dengan pengalaman dan aktivitas digital peserta.

Sebagai upaya menjawab kebutuhan tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) Program Studi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jakarta menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa webinar dan workshop "Behind The Trend: Analisis Tren dan Sentimen Publik terhadap Brainrot Content di Media Sosial Menggunakan Python dan Google Colab". Kegiatan ini dilaksanakan dalam skema Kampus Mengajar/Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Diktisaintek Berdampak. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman mengenai fenomena brainrot content sekaligus mempraktikkan proses web scraping komentar YouTube, data cleaning, text preprocessing, visualisasi data menggunakan N-Gram dan WordCloud, hingga analisis sentimen berbasis lexicon menggunakan Python pada Google Colab.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan: (1) memperkenalkan konsep dasar fenomena brainrot content sebagai konteks literasi digital; (2) membekali peserta dengan keterampilan dasar pengolahan data teks menggunakan Python dan Google Colab, meliputi web scraping, data cleaning, text preprocessing, N-Gram, WordCloud, dan sentiment analysis; serta (3) memberikan pengalaman membaca hasil pengolahan komentar YouTube sebagai data studi kasus. Tujuan tersebut diturunkan ke dalam indikator yang dapat diamati melalui hasil pre-test dan post-test serta keterlaksanaan praktik. Karena pre-test dan post-test tidak

berpasangan dan tidak tersedia rubrik performa praktik, indikator tersebut tidak digunakan untuk menyimpulkan peningkatan kompetensi individual atau efektivitas kausal kegiatan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk webinar dan workshop secara daring melalui platform Zoom Meeting pada Jumat, 26 Juni 2026, pukul 13.30 WIB. Kegiatan merupakan bagian dari program kerja KKN Kelompok 1 Program Studi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jakarta di bawah bimbingan Sitti Nurbaya Ambo, S.Kom., M.M.S.I., serta melibatkan dua pemateri dari komunitas Dicoding, yaitu Muhammad Ravlyansyah (DBS Foundation by Dicoding) sebagai pemateri webinar dan Muhammad Naufal Razani (PIJAK by Dicoding) sebagai pemateri workshop. Naskah sumber mencatat 53 peserta terdaftar, tetapi jumlah peserta yang hadir hingga selesai, menyelesaikan setiap tahap workshop, dan menghasilkan luaran praktik per individu tidak terdokumentasi secara terpisah.

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan disusun secara sistematis sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan

Persiapan meliputi penyusunan materi webinar, modul praktik Google Colab, instrumen pre-test dan post-test, serta publikasi dan pendaftaran peserta melalui Google Forms yang disebarluaskan melalui WhatsApp dan Instagram (@kkn1_informatikaumj). Persiapan juga mencakup penyiapan media pelaksanaan melalui Zoom Meeting dan perangkat praktik yang digunakan selama workshop.

2. Pengisian Pre-test (10 menit)

Sebelum kegiatan dimulai, peserta mengisi pre-test melalui Google Forms untuk memperoleh gambaran pemahaman awal mengenai web scraping, text mining, dan analisis sentimen. Kegiatan diikuti oleh 53 peserta terdaftar, dengan 18 responden yang mengisi pre-test.

3. Sesi Webinar (30 menit)

Sesi webinar dilaksanakan secara daring melalui Zoom Meeting selama 30 menit. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan brainrot content, perkembangan tren media sosial, serta konsep dasar text mining dan sentiment analysis. Kegiatan menghadirkan dua pemateri dari komunitas Dicoding yang mewakili DBS Foundation dan PIJAK.

4. Sesi Hands-on Workshop (30 menit)

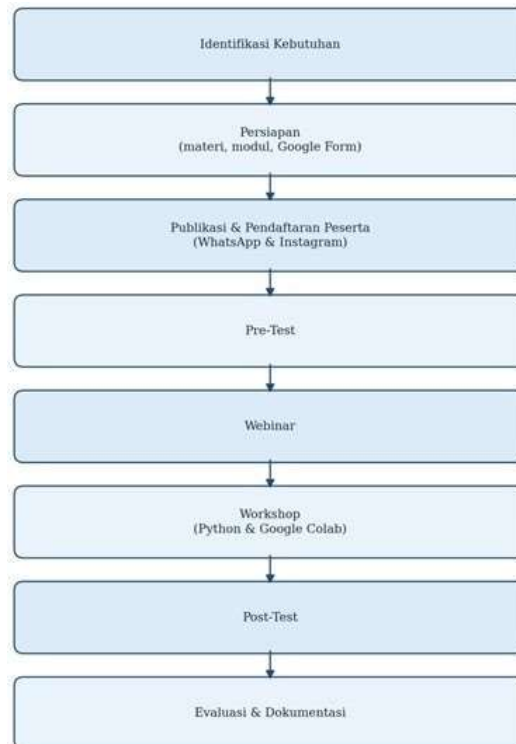
Peserta mengikuti praktik secara langsung menggunakan Python pada Google Colab selama 30 menit. Praktik meliputi web scraping komentar YouTube, data cleaning, text preprocessing yang mencakup tokenization, stemming, dan stopword removal, pembuatan N-Gram berupa Unigram dan Bigram, visualisasi WordCloud, serta lexicon-based sentiment analysis untuk mengelompokkan data ke dalam sentimen positif, netral, dan negatif. Selama praktik berlangsung, peserta memperoleh pendampingan melalui demonstrasi, sesi tanya jawab, dan bantuan teknis ketika mengalami kendala dalam menjalankan tahapan praktik.

5. Pengisian Post-test (10 menit)

Setelah sesi workshop selesai, peserta mengisi post-test melalui Google Forms selama 30 menit untuk memperoleh gambaran pemahaman setelah mengikuti kegiatan. Sebanyak 23 responden mengisi post-test, dengan rata-rata skor sebesar 95,2%.

6. Evaluasi dan Analisis Data

Evaluasi dilakukan dengan merekap data peserta serta hasil pre-test dan post-test. Data evaluasi dianalisis secara deskriptif melalui perhitungan rata-rata skor untuk menggambarkan capaian pemahaman peserta sebelum dan setelah kegiatan. Berdasarkan hasil evaluasi, rata-rata skor pre-test adalah 81,1%, sedangkan rata-rata skor post-test adalah 95,2%. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan juga dikumpulkan dalam bentuk tangkapan layar. Diagram alur pelaksanaan kegiatan secara ringkas disajikan pada Gambar 1



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan Kegiatan

Instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test yang disusun dalam Google Form, masing-masing terdiri dari sepuluh butir soal pilihan ganda yang mencakup materi web scraping, data cleaning, text preprocessing, N-Gram, WordCloud, dan sentiment analysis. Naskah sumber tidak mendokumentasikan secara lengkap kisi-kisi, validasi isi, reliabilitas, tingkat kesulitan, kesetaraan butir, maupun proses penelaahan instrumen. Oleh karena itu, hasil tes diperlakukan sebagai gambaran deskriptif pada kelompok responden yang tersedia, bukan sebagai ukuran perubahan individual. Rubrik penilaian performa praktik juga tidak tersedia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Luaran Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui webinar dan workshop “Behind The Trend” menghasilkan beberapa luaran berupa pemahaman konseptual dan pengalaman praktik dalam pengolahan data teks. Peserta memperoleh materi mengenai fenomena brainrot content, konsep Natural Language Processing (NLP), dan dasar analisis sentimen. Selain itu, peserta memperoleh pengalaman praktik mengolah data komentar YouTube menggunakan Python pada Google Colab.

Luaran praktik meliputi proses web scraping, text preprocessing, pembuatan WordCloud dan N-Gram, serta analisis sentimen berbasis lexicon. Kegiatan praktik dilengkapi dengan arahan pemateri dan sesi tanya jawab sehingga peserta dapat mengikuti tahapan pengolahan data secara langsung.

2. Profil Peserta

Kegiatan dilaksanakan secara daring pada 26 Juni 2026 dan diikuti oleh 53 peserta terdaftar dari berbagai instansi. Mayoritas peserta berasal dari Universitas Muhammadiyah Jakarta, sedangkan peserta lainnya berasal dari Universitas Nasional, Universitas Gunadarma, Universitas Bina Sarana Informatika, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, dan Monash University.

Dari keseluruhan peserta terdaftar, terdapat 18 responden yang mengisi pre-test dan 23 responden yang mengisi post-test. Perbedaan jumlah responden pada kedua evaluasi perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil evaluasi kegiatan.

3. Proses Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pengisian pre-test selama 10 menit untuk memperoleh gambaran pemahaman awal peserta. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan sesi webinar selama 30 menit

yang membahas fenomena brainrot content, konsep Natural Language Processing (NLP), serta dasar analisis sentimen.

Setelah sesi webinar, peserta mengikuti hands-on workshop selama 30 menit menggunakan Python pada Google Colab. Praktik meliputi web scraping komentar YouTube, text preprocessing, pembuatan WordCloud dan N-Gram, serta analisis sentimen menggunakan pendekatan lexicon-based. Peserta mengikuti demonstrasi dan petunjuk pemateri secara langsung. Selama praktik berlangsung, peserta juga dapat menyampaikan pertanyaan dan mendiskusikan kendala yang ditemui.

Setelah workshop selesai, peserta mengisi post-test selama 30 menit melalui Google Forms. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara daring menggunakan Zoom Meeting.

4. Hasil Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test. Berdasarkan data yang diperoleh, 18 responden mengikuti pre-test dengan rata-rata skor sebesar 81,1%, sedangkan 23 responden mengikuti post-test dengan rata-rata skor sebesar 95,2%.

Berdasarkan hasil tersebut, rata-rata skor *post-test* lebih tinggi dibandingkan rata-rata skor *pre-test*. Namun, karena jumlah responden pada kedua evaluasi berbeda, perbandingan tersebut perlu dipahami secara deskriptif dan tidak digunakan sebagai bukti tunggal untuk menyimpulkan hubungan sebab-akibat.

5. Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran dengan menggunakan fenomena brainrot content sebagai konteks praktik memberikan pengalaman belajar yang menggabungkan materi konseptual dan penerapan teknik pengolahan data teks. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai konsep text mining dan analisis sentimen, tetapi juga mengikuti tahapan pengolahan komentar media sosial secara langsung menggunakan Python dan Google Colab.

Penggunaan komentar YouTube sebagai data praktik memberikan konteks yang dekat dengan aktivitas media sosial peserta. Tahapan web scraping, text preprocessing, N-Gram, WordCloud, dan lexicon-based sentiment analysis memperkenalkan peserta pada alur dasar pengolahan data teks secara praktis.

Hasil evaluasi menunjukkan rata-rata skor post-test sebesar 95,2%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata skor pre-test sebesar 81,1%. Temuan tersebut menunjukkan adanya perbedaan capaian skor antara kedua evaluasi. Meskipun demikian, perbedaan jumlah responden pada pre-test dan post-test menyebabkan hasil tersebut perlu diinterpretasikan secara hati-hati. Dengan demikian, hasil evaluasi lebih tepat digunakan sebagai gambaran capaian pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan daripada sebagai bukti kausal mengenai efektivitas kegiatan.

Poster publikasi kegiatan "Behind The Trend" yang disebarluaskan melalui WhatsApp dan Instagram (@kkn1_informatikaumj) ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Poster Publikasi Kegiatan Behind The Trend

Profil Peserta Kegiatan

Berdasarkan data pendaftaran melalui Google Form, kegiatan ini diikuti oleh 53 peserta terdaftar yang berasal dari berbagai perguruan tinggi. Rincian asal instansi peserta disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Asal Instansi Peserta Kegiatan

Asal Instansi	Jumlah Peserta	Persentase
Universitas Muhammadiyah Jakarta	26	49,1%
Universitas Nasional	23	43,4%
Universitas Gunadarma	1	1,9%
Universitas Bina Sarana Informatika	1	1,9%
Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia	1	1,9%
Monash University	1	1,9%
Total	53	100%

Mayoritas peserta berasal dari Universitas Muhammadiyah Jakarta (49,1%) dan Universitas Nasional (43,4%). Dominasi peserta dari UMJ dapat dipahami karena penyelenggara kegiatan adalah tim KKN Program Studi Teknik Informatika UMJ sendiri, sehingga jaringan promosi terdekat berasal dari lingkungan kampus dan program studi penyelenggara. Sementara itu, tingginya partisipasi dari Universitas Nasional diduga terbentuk melalui jejaring pertemanan antar-mahasiswa program studi Sistem Informasi yang saling merekomendasikan kegiatan ini, sebagaimana tercermin dari data sumber informasi peserta yang sebagian besar mengisi opsi "Teman/Keluarga" dan "WhatsApp".

Efektivitas WhatsApp sebagai kanal penyebaran informasi sejalan dengan temuan bahwa WhatsApp merupakan platform utama yang digunakan mahasiswa untuk mendistribusikan informasi akademik maupun sosial di kalangan sesama mahasiswa, karena sifatnya yang real-time, berbasis grup, dan telah menjadi kebiasaan komunikasi harian (Astria & Kuntari, 2026). Pola ini juga konsisten dengan strategi promosi kegiatan KKN berbasis media sosial pada umumnya, yang mengandalkan grup WhatsApp dan Instagram sebagai kanal utama karena biayanya rendah dan jangkauannya cepat menyebar melalui efek berjejaring.

Keterlibatan peserta lintas universitas, termasuk dari Universitas Gunadarma, Universitas Bina Sarana Informatika, Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, hingga Monash University, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan kegiatan pengabdian masyarakat berbasis pelatihan Python pada umumnya, yang sebagian besar bersifat internal pada satu institusi penyelenggara saja (Runimeirati et al., 2023). Capaian ini penting bagi tujuan pengabdian masyarakat, karena manfaat literasi digital tidak hanya dirasakan oleh mahasiswa program studi maupun kampus penyelenggara, tetapi juga oleh mahasiswa dari latar belakang program studi dan institusi yang beragam, termasuk dari luar negeri.

Tingginya partisipasi lintas perguruan tinggi menunjukkan bahwa tema yang diangkat memiliki relevansi yang luas di kalangan mahasiswa. Fenomena brainrot content merupakan isu yang dekat dengan kehidupan generasi muda sehingga mampu menarik minat peserta dari berbagai latar belakang akademik. Hal ini mengindikasikan bahwa pemilihan studi kasus yang kontekstual dapat meningkatkan daya tarik kegiatan pengabdian masyarakat dibandingkan penggunaan studi kasus yang bersifat umum atau institusional.

Pelaksanaan Webinar dan Workshop

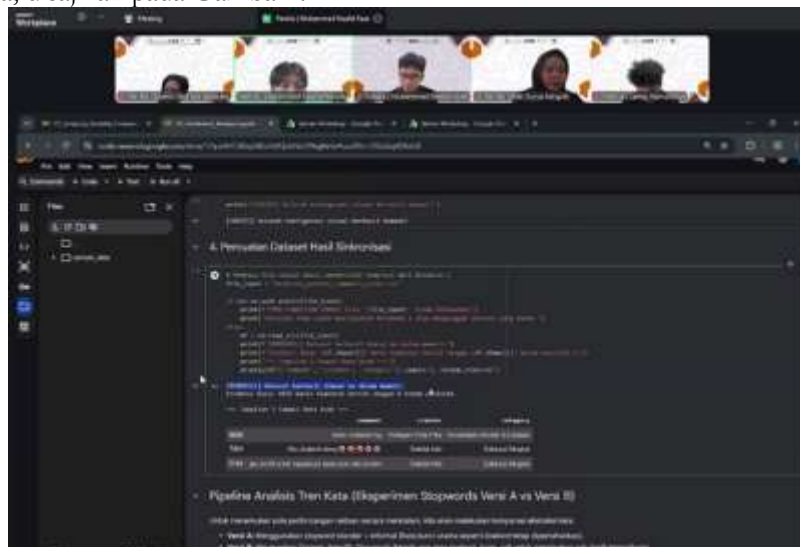
Kegiatan diawali dengan sesi webinar yang membahas brainrot content sebagai istilah budaya populer, karakteristik konten berdurasi singkat di media sosial, serta konsep dasar Natural Language Processing (NLP) dan analisis sentimen. Materi juga menjelaskan bahwa komentar media sosial dapat mengandung noise seperti emoji, URL, simbol, dan kata yang tidak diperlukan sehingga memerlukan pembersihan sebelum analisis. Rincian durasi sesi dan jumlah peserta yang mengikuti sesi hingga selesai tidak tersedia dalam naskah sumber. Dokumentasi pelaksanaan sesi webinar ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Sesi Webinar

Sesi workshop dilaksanakan secara hands-on menggunakan Python pada Google Colab. Peserta mempraktikkan web scraping komentar YouTube, data cleaning, text preprocessing yang terdiri atas tokenization, stemming, dan stopword removal, kemudian pembuatan N-Gram dan WordCloud serta klasifikasi sentimen menggunakan metode lexicon-based. Notebook dan modul praktik digunakan dalam kegiatan, tetapi metadata teknis lengkap mengenai sumber data, library/API, parameter preprocessing, serta jumlah data tidak terdokumentasi sehingga prosedur tidak dapat direplikasi sepenuhnya dari naskah ini.

Dokumentasi pelaksanaan sesi workshop, termasuk tampilan notebook Google Colab yang digunakan peserta, disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi Pelaksanaan Workshop Menggunakan Google Colab

Komentar YouTube digunakan sebagai sumber data studi kasus karena merupakan user-generated content yang dapat digunakan untuk memperkenalkan pengolahan teks dan analisis sentimen. Data tersebut tidak diposisikan sebagai sampel yang representatif terhadap opini publik secara keseluruhan. Naskah sumber juga belum mendokumentasikan secara rinci kepatuhan terhadap ketentuan platform, prosedur anonimisasi nama pengguna, kebijakan penyimpanan data, izin penggunaan tangkapan layar, dan pencegahan identifikasi ulang. Aspek tersebut diperlakukan sebagai keterbatasan dokumentasi kegiatan.

Dalam kegiatan ini, Python digunakan sebagai bahasa pemrograman utama karena sintaksnya relatif sederhana dan didukung oleh berbagai library yang menunjang pengolahan data serta natural language processing. Karakteristik tersebut memudahkan peserta, khususnya yang belum memiliki pengalaman dalam pemrograman, untuk mengikuti seluruh tahapan analisis data, mulai dari preprocessing, visualisasi data, hingga klasifikasi sentimen.

frekuensi kemunculan tinggi sehingga pola pembahasan pada komentar dapat diinterpretasikan dengan lebih baik (Afidh R. P., 2023) (Hamka, 2022).

=== ANALISIS SENTIMEN BERDASARKAN KATEGORI PEMBAHASAN ===			
sentiment_label	Negatif	Netral	Positif
category			
Berita & Edukasi	29.37	53.56	17.06
Berita & Sosial	24.83	58.05	17.13
Edukasi Singkat	27.46	55.33	17.21
Hiburan & Edukasi	29.03	55.38	15.59
Hiburan & Edukasi Singkat	30.86	60.98	8.16
Kesehatan Mental & Edukasi	15.20	49.39	35.41
Produktivitas & Edukasi	17.34	47.54	35.12
Sains & Edukasi	20.93	50.61	28.45
Sosial & Budaya	0.00	100.00	0.00
Sosial & Edukasi	26.72	44.33	28.95

Gambar 7. Distribusi Hasil Analisis Sentimen Berdasarkan Kategori Pembahasan

Gambar 7 menunjukkan distribusi sentimen pada setiap kategori pembahasan yang dianalisis menggunakan metode lexicon-based sentiment analysis. Sebagian besar kategori didominasi oleh sentimen netral, sedangkan kategori Kesehatan Mental & Edukasi dan Produktivitas & Edukasi memiliki proporsi sentimen positif yang relatif lebih tinggi dibandingkan kategori lainnya (Hamka, 2022). Hasil ini menunjukkan bahwa topik yang bersifat edukatif cenderung memperoleh respons yang lebih positif dari pengguna media sosial.

Pelaksanaan workshop memberikan kesempatan kepada peserta untuk menerapkan secara langsung konsep yang telah diperoleh pada sesi webinar. Melalui praktik web scraping, text preprocessing, visualisasi data, hingga analisis sentimen menggunakan Python pada Google Colab, peserta tidak hanya memahami tahapan analisis data secara konseptual, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam mengolah data media sosial secara mandiri. Pendekatan berbasis praktik tersebut membantu peserta menghubungkan materi yang dipelajari dengan fenomena digital yang dekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual.

Selama sesi praktik berlangsung, peserta aktif berdiskusi dengan narasumber dan panitia ketika menemukan kendala dalam menjalankan kode maupun menginterpretasikan hasil analisis. Diskusi tidak hanya berfokus pada penyelesaian error dalam program, tetapi juga pada pemahaman proses web scraping, text preprocessing, visualisasi WordCloud dan N-Gram, serta interpretasi hasil klasifikasi sentimen. Interaksi tersebut menunjukkan tingginya keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung dan menciptakan suasana pembelajaran yang lebih interaktif.

Secara keseluruhan, kombinasi antara penyampaian materi secara konseptual pada sesi webinar dan praktik langsung pada sesi workshop memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif bagi peserta. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta memahami keterkaitan antara konsep yang disampaikan dan penerapannya dalam pengolahan data teks menggunakan Python dan Google Colab.

Keterkaitan antara fenomena brainrot content dan penerapan text mining serta analisis sentimen digunakan sebagai konteks pembelajaran. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, tetapi karena kedua kelompok responden tidak berpasangan, hasilnya hanya digunakan sebagai gambaran deskriptif dan bukan untuk mengukur perubahan individual.

Hasil Evaluasi Pre-Test dan Post-Test

Evaluasi pemahaman peserta dilakukan melalui pre-test yang diisi oleh 18 responden sebelum workshop dan post-test yang diisi oleh 23 responden setelah workshop. Karena tidak terdapat ID anonim yang menghubungkan respons individu, kedua hasil diperlakukan sebagai dua survei silang (cross-sectional) yang terpisah. Rekapitulasi hasil pre-test berdasarkan setiap topik soal disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Pre-Test (n = 18)

Topik Soal Pre-Test	Jawaban Benar	Persentase
Konsep dasar Web Scraping	15/18	83,3%
Jenis data komentar YouTube	12/18	66,7%
Tujuan Data Cleaning	15/18	83,3%
Tujuan Sentiment Analysis	15/18	83,3%
Konsep Stemming	14/18	77,8%
Fungsi Stopword Removal	16/18	88,9%
Fungsi WordCloud	15/18	83,3%
Konsep Bigram	15/18	83,3%
Klasifikasi sentimen komentar	15/18	83,3%
Relevansi analisis komentar media sosial	14/18	77,8%
Rata-rata	-	81,1%

Hasil pre-test menunjukkan rata-rata jawaban benar sebesar 81,1%. Persentase terendah terdapat pada indikator jenis data komentar YouTube (66,7%), sedangkan persentase tertinggi terdapat pada indikator fungsi stopwords removal (88,9%). Temuan ini menggambarkan tingkat penguasaan pada kelompok responden pre-test dan tidak digunakan untuk menyatakan kondisi seluruh peserta.

Pada post-test, rata-rata skor 23 responden adalah 95,2/100 dan 20 responden (87%) memperoleh skor 100/100. Tingginya proporsi skor sempurna perlu dibaca secara hati-hati karena dapat mengindikasikan ceiling effect atau instrumen yang relatif mudah. Hasil per butir post-test tidak tersedia dalam naskah sumber sehingga capaian tiap indikator post-test tidak dapat disajikan.

Tabel 3. Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test

Indikator	Pre-Test	Post-Test
Jumlah responden	18	23
Rata-rata skor/persentase benar	81,1%	95,2%
Skor tertinggi	100%	100%
Skor terendah	-	20%

Perbedaan rata-rata deskriptif antara kelompok pre-test (81,1%) dan kelompok post-test (95,2/100) menunjukkan bahwa skor kelompok responden post-test lebih tinggi. Namun, karena responden tidak berpasangan dan jumlahnya berbeda, perbedaan tersebut tidak dapat ditafsirkan sebagai peningkatan pemahaman individu atau bukti efektivitas kausal kegiatan. Kombinasi webinar dan hands-on workshop dirancang untuk menghubungkan konsep dengan praktik. Data dokumentasi menunjukkan bahwa kegiatan mencakup tokenization, stemming, stopwords removal, WordCloud, N-Gram, dan klasifikasi sentimen. Akan tetapi, tanpa rubrik performa dan data penyelesaian per peserta, kontribusi masing-masing tahap terhadap kompetensi tidak dapat diukur.

Penggunaan studi kasus yang dekat dengan aktivitas digital sehari-hari memberikan konteks yang relevan dengan topik kegiatan. Namun, naskah ini tidak memiliki data kuantitatif mengenai perubahan keterlibatan, motivasi, atau persepsi peserta sehingga tidak menyimpulkan bahwa pemilihan studi kasus tersebut menyebabkan peningkatan hasil belajar. Perbedaan jumlah responden pada pre-test (18) dan post-test (23) serta sifat pengisian yang sukarela menimbulkan potensi self-selection dan missing data. Karena tidak tersedia ID anonim yang sama, respons individu tidak dapat dipasangkan. Evaluasi berikutnya sebaiknya menggunakan ID anonim yang sama pada pre-test dan post-test agar perubahan individual dapat diuji secara berpasangan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi memberikan gambaran deskriptif bahwa kelompok responden post-test memiliki skor rata-rata lebih tinggi daripada kelompok responden pre-test. Temuan ini belum

cukup untuk menyimpulkan bahwa webinar dan workshop menyebabkan peningkatan pemahaman. Capaian yang lebih tepat dilaporkan adalah keterlaksanaan kegiatan, jumlah peserta terdaftar, serta distribusi skor pada dua kelompok evaluasi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui webinar dan workshop “Behind The Trend: Analisis Tren dan Sentimen Publik terhadap Brainrot Content di Media Sosial Menggunakan Python dan Google Colab” telah terlaksana dengan 53 peserta terdaftar dari berbagai perguruan tinggi. Kegiatan memperkenalkan brainrot content sebagai fenomena budaya digital serta tahapan dasar pengolahan data teks menggunakan Python dan Google Colab, meliputi web scraping, text preprocessing, WordCloud, N-Gram, dan analisis sentimen berbasis lexicon. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kelompok responden post-test memiliki rata-rata skor 95,2/100 ($n=23$), sedangkan kelompok pre-test memiliki rata-rata 81,1% ($n=18$). Karena responden tidak berpasangan, perbedaan tersebut dilaporkan secara deskriptif dan tidak ditafsirkan sebagai peningkatan individu maupun bukti efektivitas kausal. Sebanyak 20 dari 23 responden post-test memperoleh skor 100/100 sehingga kemungkinan ceiling effect perlu diperhatikan.

Istilah “sentimen publik” dipertahankan dalam judul karena merupakan judul resmi kegiatan/workshop. Dalam artikel ini, analisis sentimen dibatasi pada komentar YouTube sebagai data studi kasus dan tidak dimaksudkan untuk merepresentasikan opini publik secara keseluruhan. Data yang tersedia juga tidak mengukur secara kuantitatif pengaruh konteks *brainrot content* terhadap keterlibatan, motivasi, atau hasil belajar peserta. Kegiatan serupa dapat dikembangkan dengan evaluasi yang lebih kuat, antara lain melalui pre-test dan post-test berpasangan menggunakan ID anonim, rubrik penilaian performa praktik, dokumentasi lengkap sumber dan parameter data, serta evaluasi tindak lanjut 1–3 bulan untuk menilai retensi keterampilan.

REFERENSI

- Afidh, R. P. F., & Syahrial. (2023). Pemodelan topik menggunakan n-Gram dan non-negative matrix factorization. *Jurnal Informasi dan Teknologi*, 5(1), 265–275. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i1.385>
- Aribowo, P., & Bagaskara, M. I. (2025). Dampak penggunaan media sosial “brain rot” terhadap kesehatan mental remaja. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 5(3), 350–357. <https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i3.32020>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociochi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Ependi, U., Aliya, S., & Wibowo, A. (2023). Sentiment analysis of COVID-19 handling in Indonesia based on lexicon weighting. *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi dan Komputer)*, 12(1), 76–82.
- Hamka, M., & Sari, D. R. (2022). Analisis sentimen dan information extraction pembelajaran daring menggunakan pendekatan lexicon. *Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi*, 3(1), 21–32. <https://doi.org/10.46576/djtechno.v3i1.2194>
- Kasumba, R., & Neumann, M. (2024). Practical sentiment analysis for education: The power of student crowdsourcing. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 38(21).
- Kemp, S. (2025, February 5). Digital 2025: Global overview report. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Oxford University Press. (2024, December 2). Brain rot named Oxford Word of the Year 2024. <https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/>
- Paskalia. (2025). Analisis sentimen di media sosial dalam kasus viral Gus Miftah dan penjual es yang mendorong aktivisme digital. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 13(1), 301–321.
- Runimeirati, Muis, A., & Muhammad, F. (2023). Pelatihan text mining menggunakan bahasa pemrograman Python. *Abdimas Langkanae*, 3(1), 36–46. <https://doi.org/10.53769/abdimas.3.1.2023.83>
- Siswanto, S., Mar'ah, Z., Sabir, A. S. D., Hidayat, T., Adhel, F. A., & Amni, W. S. (2022). The sentiment analysis using Naïve Bayes with lexicon-based feature on TikTok application. *Jurnal Varian*, 6(1), 85–92. <https://doi.org/10.30812/varian.v6i1.2205>
- Suryatin, S., Fudholi, D. H., Dewa, C. K., & Iman, N. (2024). Aspect-based sentiment analysis pada aplikasi pelacakan kasus Covid-19 (Studi kasus: Pedulilindungi). *Jurnal Sistem Informasi dan Sistem Komputer*, 9(1), 12–22. <https://doi.org/10.51717/simkom.v9i1.304>
- Tupamahu, M. S., Gaspersz, S., & Boekorsyom, C. D. (2026). Brain rot and students motivation: A study of impacts, contributing factors, and digital literacy-based solution design. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris Undiksha*, 14(1), 34–48. <https://doi.org/10.23887/jpbi.v14i1.103958>
- Wahyuni, D., Fadhillah, N., & Ariestya, W. W. (2024). Long short-term memory dan lexicon based untuk analisis sentimen ulasan aplikasi TikTok. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 23(2), 173–180. <https://doi.org/10.32409/jikstik.23.2.3579>