

## Pelatihan Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Untuk Meningkatkan Citra Promosi Produk Dan Efektifitas Digital Marketing

Dwi Rahmiyati<sup>1\*</sup>, Hudori<sup>2</sup>, Irmayansyah<sup>3</sup>, Leny Tritanto Ningrum<sup>4</sup>, Rajib Ghaniy<sup>5</sup>

<sup>1,3,4,5</sup>Sistem Informasi, Universitas Binaniaga Indonesia, Indonesia. <sup>2</sup>Teknik Informatika, Universitas Binaniaga Indonesia, Indonesia

[dwi@unbin.ac.id](mailto:dwi@unbin.ac.id), [hudori@unbin.ac.id](mailto:hudori@unbin.ac.id), [irma@unbin.ac.id](mailto:irma@unbin.ac.id), [lenytrinie@unbin.ac.id](mailto:lenytrinie@unbin.ac.id), [rajob@unbin.ac.id](mailto:rajob@unbin.ac.id)

<sup>\*</sup>Corresponding author

### ABSTRAK

Di tengah derasnya arus digitalisasi, integrasi Kecerdasan Buatan (AI) bukan lagi sekadar tren pelengkap, melainkan katalisator utama yang merevolusi cara brand berinteraksi dengan audiens di media sosial. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan dalam strategi promosi media sosial telah membuka cakrawala baru bagi efisiensi konten dan personalisasi pesan, memungkinkan produk menjangkau konsumen yang paling relevan secara real-time. Analisa kondisi eksisting mitra, ditemukan bahwa siswa PKBM Karya Mekar masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) sebagai sarana yang membantu menampilkan konten dengan mudah dan relevan. Keterbatasan tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pemahaman strategi penggunaan AI, keterbatasan akses sumber pembelajaran dan praktik, minimnya pelatihan teknis terkait platform Media Sosial dan analisa data. Oleh sebab itu, diperlukan upaya edukasi dan pendampingan untuk membekali sekaligus meningkatkan literasi teknologi siswa dengan kompetensi AI, serta memperkuat infrastruktur pendukung. Manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat mendukung penguatan kapabilitas literasi digital peserta didik sebagai langkah strategis dalam mengadaptasi perkembangan teknologi digital yang kian masif.

**Kata Kunci:** Digitalisasi; Kecerdasan Buatan; Media Sosial; Real-Time.

### ABSTRACT

*Amidst the rapid flow of digitalization, the integration of Artificial Intelligence (AI) is no longer just a complementary trend, but rather a key catalyst revolutionizing the way brands interact with audiences on social media. The use of AI in social media promotional strategies has opened new horizons for content efficiency and message personalization, enabling products to reach the most relevant consumers in real-time. An analysis of existing partner conditions found that students at the Karya Mekar Community Learning Center (PKBM) still have a limited understanding of the use of artificial intelligence (AI) as a tool to easily and relevantly display content. This limitation can be caused by several factors, including limited access to learning resources and practice, a lack of understanding of AI strategies, and a lack of technical training related to social media platforms and data analysis. Therefore, educational and mentoring efforts are needed to equip and improve students' technological literacy with AI competencies, as well as to strengthen the supporting infrastructure. The benefits of this community service activity are expected to support the strengthening of students' digital literacy capabilities as a strategic step in adapting to the increasingly massive development of digital technology.*

**Keywords:** Digitalization; Artificial Intelligence; Social Media; Real-Time.

## PENDAHULUAN

Kecerdasan Buatan atau *Artificial Intellegent (AI)* dalam strategi promosi media sosial membuka peluang baru bagi efisiensi konten dan personalisasi pesan, memungkinkan produk menjangkau konsumen yang paling relevan secara real-time. AI berperan besar dalam merevolusi cara brand berinteraksi dengan audiens di media sosial. AI memainkan peran sentral dalam mengubah pola interaksi antara merek dan konsumen (1). Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform strategis untuk memperkenalkan produk, membangun brand, dan menjangkau konsumen dengan lebih luas dan efektif.

Berdasarkan survey dan wawancara ditemukan bahwa siswa/i PKBM Karya Mekar masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait pemanfaatan kecerdasan buatan sebagai sarana yang membantu menampilkan konten dengan mudah dan relevan. Beberapa keterbatasan yang dihadapi antara lain:

1. Kurangnya pemahaman strategi penggunaan Artificial Intellegent dan Digital Marketing serta kurangnya kesadaran akan pentingnya etika dalam menggunakan AI
2. Keterbatasan akses sumber pembelajaran dan praktik
3. Minimnya pelatihan teknis terkait platform Media Sosial dan pentingnya analisa data.

Melihat kondisi tersebut diperlukan edukasi, pemekalan dan pendampingan untuk meningkatkan literasi dan kompetensi mereka.

Menurut Purwanto et al. (2), Pengembangan produk berbasis AI tidak hanya mengurangi risiko kegagalan produk baru, tetapi juga mempercepat waktu pemasaran (*time-to-market*). Implementasi AI berkontribusi signifikan terhadap peningkatan metrik pemasaran kunci dan penurunan biaya akuisisi konsumen (3). Studi yang dilakukan oleh Susanto et al. (4) mengindikasikan bahwa AI mendukung proses ekspansi digital dengan lebih cepat dan hemat biaya, karena dapat memetakan potensi pasar baru dan mengidentifikasi demografi pelanggan internasional yang relevan.

Pada temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemajuan Artificial Intelligence (AI) telah memberikan pengaruh besar pada berbagai bidang kehidupan namun juga dampak buruk terkait etika seperti bias algoritmik, pelanggaran privasi, dan penurunan integritas akademik (5). Kekhawatiran terhadap privasi data dan etika penggunaan AI juga menjadi hal penting yang perlu diperhatikan (6)(7). Hal ini memerlukan pemahaman secara menyeluruh kondisi di lapangan sebelum implementasi AI di dunia pemasaran.

Mengingat sebagian peserta sudah bekerja dan memiliki usaha mandiri. Kegiatan dengan tema dirancang untuk membekali siswa/i dengan pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis yang relevan dalam dunia pemasaran modern. Hal ini diharapkan dapat mendukung para siswa dalam mengembangkan kemampuan mereka untuk bersaing di dunia kerja.

Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan ini sangat relevan untuk meningkatkan kompetensi siswa/i di bidang pemasaran digital dengan mengoptimalkan implementasi AI sekaligus mempertimbangkan dimensi etis dan regulatoris.

## METODE

Kegiatan pengabdian pada Masyarakat dilaksanakan di PKBM Karya Mekar Bogor. Kegiatan yang telah dilakukan menerapkan beberapa hal yang dijadikan dasar sebagai metode pelaksanaan, sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Metode tersebut antara lain:

### 1. Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses belajar beradaptasi dengan lingkungan sosial, norma, nilai, dan kebiasaan yang berlaku di masyarakat agar dapat berintegrasi, berperilaku sesuai harapan kelompok. Sosialisasi berperan penting dalam pembentukan identitas pribadi serta pemahaman individu tentang dirinya dalam kaitannya dengan orang lain (4). Dalam kegiatan ini sosialisasi yang diberikan adalah sosialisasi mengenai pemahaman konsep dasar Artificial Intellegent (AI) atau kecerdasan buatan dalam digital marketing dan pemahaman terkait etika dalam penggunaan AI.

### 2. Pelatihan

Pelatihan adalah proses pembelajaran jangka pendek yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi seseorang guna menunjang kinerja pekerjaan yang relevan saat ini (8). Dengan pelatihan diharapkan dapat mengembangkan kemampuan individu untuk mendukung perkembangan usaha para peserta didik.

Pelatihan yang diberikan dalam kegiatan ini antara lain:

- a. Pemanfaatan AI dengan prompt yang tepat untuk membuat konten produk
- b. Pemanfaatan Gemini AI untuk membuat konten visual
- c. Pemanfaatan Instagram Ads untuk pemasaran produk

### 3. Tanya Jawab

Tanya jawab merupakan bentuk interaksi komunikatif yang melibatkan dua pihak atau lebih, di mana satu pihak mengajukan pertanyaan dan pihak lainnya memberikan jawaban (9). Pada kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan memberikan tanya jawab pada setiap sesi, untuk meningkatkan pemahaman, melatih berpikir kritis dan mengevaluasi penguasaan materi yang disampaikan kepada peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A). Sosialisasi dan Pelatihan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilaksanakan bertujuan untuk Membekali siswa PKBM dengan pemahaman komprehensif mengenai teknologi kecerdasan buatan (AI) yang relevan dengan dunia kerja saat ini serta.serta memberikan keterampilan praktis dalam menciptakan visual promosi produk yang profesional, cepat, dan ekonomis. Berikut adalah hasil dari pelaksanaan masing-masing topik:

- a) Pengenalan AI dalam Digital Marketing, materi ini disampaikan oleh Dwi Rahmiyati, S.E., MMSI.

Materi Pengenalan AI dalam Digital Marketing (10) memberikan pemahaman komprehensif bagi siswa PKBM mengenai integrasi antara teknologi kecerdasan

buatan dan strategi pemasaran berbasis internet, yang saat ini menjadi pilar utama dalam memperluas jangkauan pasar secara efisien dan minim biaya. Melalui pemaparan jenis-jenis digital marketing dan strategi implementasinya, siswa diarahkan untuk memanfaatkan peran AI sebagai alat otomasi kreatif yang mampu mengatasi keterbatasan teknis dalam memproduksi konten promosi. Dengan menguasai sinergi antara teknologi AI dan platform digital, siswa diharapkan mampu merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran, konsisten, dan memiliki daya saing tinggi guna meningkatkan citra serta nilai jual produk mereka di pasar digital.

- b) Etika Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI), materi ini disampaikan oleh Rajib Ghaniy, S.Kom., M.Kom.

Materi ini memberikan landasan moral bagi siswa PKBM dalam menggunakan teknologi AI melalui pemahaman mendalam mengenai pengertian etika dan standar etika AI sebagai pedoman berperilaku di dunia digital. Mengacu pada prinsip utama etika AI dari UNESCO (11), siswa diajarkan nilai-nilai inklusivitas, keadilan, dan transparansi agar teknologi tidak merugikan pihak lain. Penjelasan dilanjutkan pada area tindakan penggunaan AI yang bertanggung jawab, serta analisis dampak etika AI bagi Indonesia, terutama dalam menjaga kedaulatan data dan budaya lokal dari ancaman disinformasi.

Sebagai implementasi nyata, dipaparkan pula contoh penerapan AI yang bermanfaat dan tetap menjunjung etika di berbagai bidang, seperti pertanian (pemantauan kesehatan tanaman), kesehatan (deteksi dini penyakit), dan pendidikan (personalisasi pembelajaran). Melalui pemahaman ini, siswa PKBM diharapkan tidak hanya mahir secara teknis, tetapi juga bijak dan berintegritas dalam memanfaatkan AI untuk meningkatkan citra produk mereka tanpa melanggar norma hukum maupun etika yang berlaku.

- c) Teknik Prompting, materi ini disampaikan oleh Irmayansyah, S.Kom., M.Kom.

Materi ini membekali siswa PKBM dengan keterampilan menyusun prompt, yaitu instruksi teks spesifik yang menjadi kunci utama dalam mengendalikan output kecerdasan buatan. Mengingat pentingnya prompt sebagai jembatan komunikasi antara ide pengguna dan hasil kerja AI, siswa diajarkan dua metode formulasi standar profesional. Pertama, Formula RTF (Role, Task, Format) digunakan untuk menetapkan peran spesifik AI, tugas yang harus dikerjakan, dan format hasil yang diinginkan. Kedua, Formula CREATE (Character, Request, Examples, Adjustment, Type, Extras) memberikan pendekatan yang lebih detail untuk hasil yang lebih kreatif dan personal.

Sebagai bentuk implementasi, siswa melakukan praktik langsung dengan penerapan formula RTF dan CREATE untuk menghasilkan takarir (caption) produk susu segar yang persuasif, menonjolkan kesegaran, serta memiliki daya pikat visual dan tekstual yang tinggi. Melalui penguasaan teknik ini, siswa PKBM diharapkan mampu memproduksi konten digital marketing yang profesional secara mandiri, cepat, dan efektif.

- d) Desain Konten Visual dengan Gemini AI, materi ini disampaikan oleh Hudori, S.Kom., M.Kom.

Materi ini memberikan keahlian praktis kepada siswa PKBM dalam mentransformasikan ide kreatif menjadi aset visual melalui konsep dasar prompt visual, di mana siswa belajar menerjemahkan deskripsi tekstual menjadi elemen desain yang estetik. Tahapan pembelajaran dimulai dengan membuat poster promosi, transisi dari penggunaan prompt sederhana untuk visual cepat hingga prompt untuk branding produk yang lebih kompleks guna membangun identitas merek yang konsisten. Selain poster, siswa dilatih dalam pembuatan brosur khusus WhatsApp yang bersifat informatif dan ringan untuk dibagikan secara digital.

Puncak dari materi ini adalah pengembangan desain visual berupa video menggunakan AI untuk menciptakan konten yang lebih dinamis. Menggunakan studi kasus produk susu segar, siswa mempraktikkan seluruh teknik tersebut untuk menghasilkan materi promosi yang terlihat segar, higienis, dan profesional. Melalui materi ini, siswa PKBM kini memiliki kemampuan setara desainer grafis dalam mendukung aktivitas digital marketing mereka secara mandiri.

- e) Instagram & Digital Marketing, materi ini disampaikan oleh Lenny Tritanto Ningrum, S.Kom., M.Kom.

Materi ini memberikan pemahaman taktis kepada siswa PKBM mengenai pemanfaatan Instagram untuk digital marketing, di mana platform ini diposisikan sebagai etalase digital utama untuk membangun citra merek dan menjangkau audiens yang lebih luas. Siswa dibekali pengetahuan tentang berbagai jenis konten di Instagram, seperti Feed untuk katalog statis, Stories untuk interaksi harian, dan Reels untuk jangkauan viral, guna menentukan strategi konten yang sesuai dengan karakter produk.

Penekanan khusus diberikan pada alur upload produk pada Reels Instagram, mulai dari penyuntingan video yang dinamis hingga penggunaan musik tren dan tagar relevan untuk meningkatkan visibilitas. Selanjutnya, siswa diperkenalkan pada alur promosi pada Instagram Ads untuk memahami cara kerja iklan berbayar dalam menargetkan konsumen secara lebih spesifik berdasarkan minat dan lokasi. Melalui materi ini, siswa PKBM diharapkan mampu mengintegrasikan aset visual berbasis AI yang telah dibuat sebelumnya ke dalam ekosistem Instagram secara profesional guna memacu konversi penjualan dan memperkuat kehadiran produk mereka di pasar digital.

## B). Hasil yang Diperoleh

Dari materi yang sudah dipaparkan mengenai kecerdasan buatan kepada siswa/I SMK PKBM Karya Mekar, diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Siswa/i memiliki pengetahuan mengenai kecerdasan buatan dan perannya dalam memodernisasi strategi *digital marketing*.
- 2) Siswa/i memiliki kesadaran Etis dengan meningkatnya pemahaman siswa mengenai batasan hukum, hak cipta, dan etika dalam menggunakan konten generatif AI agar tidak merugikan pihak lain.

- 3) Siswa/i memahami struktur kampanye digital di media sosial, mulai dari pemilihan jenis konten hingga alur promosi berbayar (Ads) sebagai strategi pemasaran.

Adapun indikator dari ketercapaian tersebut Adalah

- 1) Siswa/i dapat menyelesaikan tanya jawab dengan baik sesuai pemahaman tentang kecerdasan buatan.
- 2) Siswa/i dapat mempraktekkan penggunaan aplikasi kecerdasan buatan dalam proses mengenalkan produk dengan prompt engineering untuk menghasilkan visual digital berkualitas profesional secara cepat.



Gambar 1. Pemaparan materi etika penggunaan AI



Gambar 2. Pemaparan materi desain konten visual

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) bagi siswa Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa terkait integrasi teknologi kecerdasan buatan (AI). Melalui rangkaian materi yang dimulai dari pengenalan konsep AI hingga etika penggunaannya, para peserta berhasil membangun pondasi pemikiran bahwa teknologi bukan sekadar alat otomatisasi, melainkan asisten yang harus digunakan secara bertanggung jawab dan jujur guna menjaga kepercayaan konsumen dalam ekosistem digital.

Pelatihan ini meningkatkan kualitas visual produk melalui teknik prompting dan penggunaan Google Gemini. Siswa dapat membuat konten visual seperti poster, brosur, dan video. Penggunaan prompt yang tepat menghasilkan takarir yang lebih persuasif. AI meningkatkan nilai jual produk melalui pencitraan visual yang lebih modern. Selain itu, pelatihan juga mencakup penggunaan platform media sosial seperti Instagram, termasuk pembuatan Reels dan penggunaan iklan berbayar. Hal ini memberikan siswa perspektif baru mengenai potensi perluasan pasar.

Kegiatan ini memberikan keterampilan baru dan berdampak pada PKBM sebagai lembaga pendidikan yang beradaptasi dengan tren Revolusi Industri 4.0. selain itu kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi siswa/I PKBM yakni siswa memiliki kepercayaan diri lebih tinggi untuk bersaing di pasar digital. Mereka tetap menjunjung tinggi etika dan orisinalitas dalam berkarya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terlaksananya kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini, ucapan terima kasih disampaikan kepada para stakeholder Universitas Binaniaga Indonesia melalui LP3M yang telah memberikan kesempatan dan dukungannya sehingga kegiatan ini dapat berjalan lancar. Terima kasih kepada Kepala Sekolah beserta jajaran di lingkungan PKBM Karya Mekar yang telah berkenan memberikan kesempatan, ruang dan waktu kepada kami untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Faridatul, Purwanto. Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Pemasaran Digital: Tantangan dan Peluang. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 2025;5(3):607–22.
2. Purwanto MB, Despita D, Auliana NU. Task-Based Language Teaching in Hospitality Training. *Asian Journal of Applied Education (AJAE)*. 2024 Oct 29;3(4):387–400. doi:10.55927/ajae.v3i4.11777
3. Belinda, Nofitasari D. Peran Artificial Intelligence Dalam Digital Marketing Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumen Tahun 2025. *Jurnal GICI Jurnal Keuangan Dan Bisnis*. 2025;17(1):100–8.

4. Susanto Y, Effendi M, Purwanto MB, Pancasila I. SOSIALISASI PENGGUNAAN LITERASI DIGITAL DALAM MEMASARKAN PRODUK UKM DI DESA SEMANGUS KECAMATAN MUARA LAKITAN KABUPATEN MUSIRAWAS. *Abdimas Galuh*. 2022 Oct 2;4(2):1408. doi:10.25157/ag.v4i2.8612
5. Aini, Yudandani, Alfian. Peran Etika Dalam Pemanfaatan AI di Berbagai Bidang. *Jurnal Mahasiswa Sistem Informasi (JMSI)*. 2025;6(2).
6. Ariya Agustin, M Bambang Purwanto. Pelatihan Cooperate Learning Melalui Media English Exploratory Vacation pada Mahasiswa Sadar Wisata Palembang Darussalam. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*. 2023 Oct 25;2(4):282–8. doi:10.58192/sejahtera.v2i4.1478
7. Irawan, Marisyah, Hatidah, Purwanto. Changing principal leadership in the age of digitalization. *INTERACTION: Jurnal Pendidikan Bahasa*. 2024;11(1).
8. Isnaini KN, Sulistiyani DF, Putri ZRK. PELATIHAN DESAIN MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. 2021 Dec 5;5(1):291. doi:10.31764/jpmb.v5i1.6434
9. M. Rezaalf. *mandandi.com*. 2020. Kelebihan dan Kekurangan Metode/Teknik Tanya Jawab Dalam Kegiatan Belajar Mengajar.
10. Harto B, Pramuditha P, Marhanah S, Juliawati P, Yanto Rukmana A. Mendorong Kesuksesan Transformasi Digital UMKM ADZ Craft Melalui Harmonisasi Digital (Digital Marketing, Adopsi Teknologi Digital, Literasi Digital, Kapabilitas Digital). *IKRA-ITH ABDIMAS*. 2025 Mar 1;9(1):202–14. doi:10.37817/ikra-ithabdimas.v9i1.4148
11. Fransen LA, Pandora Kesuma D, Christina C, Solihan MW, Wahyuni S. Edukasi Etika dan Dampak Penggunaan Kecerdasan Buatan di Era Digital pada Siswa SMA Xaverius 2 Palembang. *FORDICATE*. 2024 Nov 22;4(1):38–45. doi:10.35957/fordicate.v4i1.9557