

Pelatihan Pembuatan Konten Yang Baik Dan Menarik Pada Media Sosial Dengan Memanfaatkan Kecerdasan Buatan (AI) Di RT 4/RW 3 Kelurahan Duri Utara Jakarta Barat

Wahyu Pramusinto¹, Sejati Waluyo^{2*}, Ika Susanti³, Ferdiansyah⁴

^{1,2,4}Fakultas Teknologi Informasi,Teknik Informatika, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

³Fakultas Teknologi Informasi,Sistem Informasi,Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ¹wahyu.pramusinto@budiluhur.ac.id, ^{2*}sejati.waluyo@budiluhur.ac.id, ³ika.susanti@budiluhur.ac.id,

⁴ferdiansyah@budiluhur.ac.id

(* : coressponding author)

Abstrak – Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) mengalami peningkatan pesat dalam dekade terakhir. Peranan AI tidak hanya di sektor industri dan akademik namun juga pada bidang sosial. Tren yang sedang ramai pada anak muda saat ini adalah menjadi konten kreator di media sosial, konten kreator di media sosial ini, juga membuka peluang bisnis yang sangat luas, baik dalam bentuk personal branding, endorsement, maupun promosi produk dan jasa secara mandiri. Menjadi konten kreator tidak lagi terbatas pada kalangan profesional, namun telah menjadi pilihan menarik bagi generasi muda karena fleksibilitas dan potensi penghasilan yang menjanjikan. Namun menjadi konten kreator yang baik juga memerlukan pengetahuan dasar yang perlu dimiliki oleh generasi muda untuk mengembangkan kreativitas mereka. banyak tantangan yang dihadapi dalam pembuatan konten, seperti keterbatasan ide, keterampilan teknis, hingga konsistensi dalam menyajikan konten yang menarik dan bernilai. Melalui pelatihan pengabdian kepada masyarakat yang penulis lakukan, dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) untuk membantu pembuatan konten dalam berbagai aspek produksi konten, mulai dari penulisan naskah, pembuatan desain grafis, hingga editing. diharapkan anak-anak muda di lingkungan RT dan RW dapat mengenal dan memanfaatkan teknologi AI untuk menjadi konten kreator yang kreatif, positif, dan berdaya saing. Kegiatan ini tidak hanya mendorong ekspresi diri dan kreativitas, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan (AI), Konten Kreator, Peluang Bisnis, Kreatifitas Anak Muda

Abstract—The development of artificial intelligence (AI) technology has experienced rapid growth in the last decade. AI plays a significant role not only in the industrial and academic sectors but also in the social sphere. A popular trend among young people today is becoming a content creator on social media. This social media content creator also opens up vast business opportunities, whether in the form of personal branding, endorsements, or independent product and service promotions. Becoming a content creator is no longer limited to professionals, but has become an attractive option for the younger generation due to its flexibility and promising income potential. However, being a good content creator also requires basic knowledge that young people need to have to develop their creativity. Many challenges are faced in content creation, such as limited ideas, technical skills, and consistency in presenting interesting and valuable content. Through community service training conducted by the author, by utilizing artificial intelligence (AI) to assist content creation in various aspects of content production, from scriptwriting, graphic design, to editing. It is hoped that young people in the neighborhood can recognize and utilize AI technology to become creative, positive, and competitive content creators. This activity not only encourages self-expression and creativity, but also opens up new economic opportunities.

Keywords: Artificial Intelligence (AI), Content Creators, Business Opportunities, Youth Creativity

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan bentuk nyata dari penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni budaya secara langsung kepada masyarakat oleh perguruan tinggi melalui pendekatan ilmiah. Kegiatan ini menjadi bagian integral dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi serta wujud tanggung jawab moral dalam membantu meningkatkan kapasitas masyarakat. Dengan demikian, pengabdian ini turut berkontribusi dalam mempercepat pencapaian tujuan pembangunan nasional(Nurdin Nurdin, 2023).

kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) adalah kemampuan sistem komputer untuk belajar dari data (selayaknya manusia belajar dari pengalaman) untuk menyelesaikan masalah dengan berbasis algoritma agar dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia.

Tujuan AI hadir adalah meningkatkan teknologi dengan menambah fungsi yang menyerupai kemampuan manusia seperti berpikir, belajar, dan menyelesaikan masalah(Ahammed et al., 2022).

Artificial Intelligence atau kecerdasan buatan adalah sistem yang dibuat secanggih mungkin mirip seperti kecerdasan manusia lalu ditanamkan pada sebuah perangkat menjadi alat kecerdasan buatan(Mutaqin et al., 2022).

Media sosial merupakan sarana berbasis online yang memungkinkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan mudah, berbagi informasi, serta menciptakan konten. Jenis platform yang termasuk dalam media sosial antara lain blog, jejaring sosial, wiki, forum diskusi, hingga dunia virtual. Di antara berbagai bentuk tersebut, blog, wiki, dan jejaring sosial merupakan yang paling banyak digunakan secara global(Rafiq, 2020). Sedangkan Konten digital merujuk pada informasi yang dikemas dalam berbagai format, kemudian dikonversi ke dalam bentuk digital agar dapat diakses, dibaca, serta dibagikan dengan mudah melalui platform yang terhubung ke jaringan internet(Fadeli et al., 2023).

Promosi merupakan salah satu metode komunikasi yang bertujuan menyebarkan informasi, menarik perhatian konsumen, serta mempengaruhi mereka untuk tertarik terhadap produk atau layanan. Selain itu, promosi juga dapat mendorong peningkatan permintaan pasar dan mempertahankan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan(Yani et al., 2022).

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) semakin pesat dalam satu dekade terakhir. AI telah berkembang dari sekadar sistem pemrosesan data menjadi teknologi yang mampu meniru cara berpikir dan bertindak manusia. Berbagai cabang AI seperti *machine learning*, *natural language processing*, dan *computer vision* kini telah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam bidang komunikasi, pendidikan, industri kreatif, hingga konten digital.

Manfaat AI dalam dunia digital sangat luas dan berperan penting dalam mendukung efisiensi serta kreativitas. Dalam bidang pembuatan konten, AI dapat digunakan untuk menghasilkan teks otomatis, mengedit gambar dan video, menyusun ide konten, hingga menganalisis preferensi audiens secara cepat. Kemampuan ini memberikan keunggulan kompetitif bagi individu yang ingin membangun personal brand atau monetisasi konten di platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Serta konten kreator merupakan salah satu dari peluang fenomena bisnis baru dalam bidang industri kreatif(Irnawati et al., 2023).

Meskipun peluang bisnis sebagai konten kreator sangat besar, banyak individu masih menghadapi berbagai kendala dalam memproduksi konten yang konsisten, menarik, dan relevan. Hambatan yang umum terjadi meliputi kurangnya kreativitas, keterbatasan waktu, keterampilan teknis yang minim, Akibatnya, potensi untuk mengembangkan konten di media sosial menjadi terhambat dan sering kali tidak jalan atau berhenti.

Untuk menyelesaikan permasalahan diatas, penulis mengadakan pengabdian kepada masyarakat yang disusun dalam bentuk pelatihan konten kreatif berbasis AI. Peserta dikenalkan pada dasar-dasar AI serta praktik penggunaannya dalam membuat dan mengelola konten digital secara efektif. Harapannya, pelatihan ini dapat menumbuhkan minat dan keterampilan peserta untuk menjadi konten kreator yang kreatif, produktif, dalam membuat konten-konten yang menarik di media sosial.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan observatif, yang bertujuan untuk memahami kebutuhan serta potensi warga RT 4/RW 3 Kelurahan Duri Utara Jakarta Barat dalam mengembangkan kemampuan sebagai konten kreator berbasis teknologi kecerdasan buatan (AI). Metode ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

2.1 Pengumpulan Data Awal

Tahap pertama dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi RT 4/RW 3 Kelurahan Duri Utara Jakarta Barat. Tim pengabdi melakukan observasi lingkungan sosial, demografi warga, serta potensi teknologi yang tersedia seperti ketersediaan internet, kepemilikan gawai, dan penggunaan

media sosial. Untuk mendapatkan gambaran umum karakteristik warga dan kegiatan yang berlangsung sehari-hari. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengumpulkan data dasar sebagai pijakan perencanaan program yang tepat sasaran.

2.2. Identifikasi Masalah

Setelah data awal dikumpulkan, tim melanjutkan dengan identifikasi masalah melalui peninjauan langsung dan wawancara terbuka kepada beberapa warga, terutama remaja dan pemuda yang aktif di media sosial. Ditemukan beberapa kendala utama, seperti Minimnya keterampilan mengedit konten digital dan Keterbatasan pemanfaatan teknologi AI dalam membantu proses kreatif. Dari hasil identifikasi ini, disimpulkan bahwa meskipun banyak warga memiliki potensi dan minat sebagai konten kreator, keterbatasan pengetahuan teknis dan akses informasi menjadi penghambat utama.

2.3. Perencanaan Kegiatan

Berdasarkan hasil identifikasi, tim menyusun rencana pelatihan dengan materi yang disesuaikan kebutuhan masyarakat, yaitu Pengenalan konsep dasar AI dan pemanfaatannya dalam konten digital, Praktik langsung menggunakan tools AI (seperti penulis otomatis, generator thumbnail, video captioning) serta Simulasi pembuatan konten dari ide hingga publikasi. Perencanaan juga mencakup pemilihan waktu pelaksanaan agar tidak mengganggu aktivitas rutin warga, serta penggunaan perangkat yang familiar bagi peserta.

2.4. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dengan memanfaatkan ruang kelas TK yang berada di RT/RW Duri Utara, ruangan ini kosong pada saat pelaksanaan kegiatan PKM dilaksanakan karena sudah di bicarakan sebelumnya kapan ruangan belajar TK tersebut dapat digunakan. dengan pendekatan berbasis teori dan praktik sehingga mudah dipahami. Kegiatan difokuskan pada transfer skill dan pemberian contoh nyata agar peserta dapat langsung mencoba dan merasakan manfaat teknologi AI dalam pembuatan konten.

2.5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah pelatihan selesai, untuk melakukan evaluasi terhadap materi yang telah diberikan. Maka dilakukan diskusi dan tanya jawab. Dari diskusi dan tanya jawab ini dilakukan dengan pendalaman konten masing-masing peserta. Sehingga peserta dapat melakukan pendalaman tentang materi yang diberikan.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan di Kelas TK Ami RT 4/RW 3 Kelurahan Duri Utara, Kecamatan, Jakarta Barat. dengan antusiasme peserta yang cukup tinggi, khususnya dari kalangan remaja dan pemuda. Dengan pembagian sesi mulai dari pengenalan materi, praktik langsung, hingga studi kasus dan diskusi. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan konten digital secara kreatif dan efisien. Seluruh tahapan dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung agar peserta mudah memahami dan dapat menerapkannya secara mandiri.

3.1 Pembukaan dan Perkenalan Oleh Pembicara

Kegiatan dimulai dengan pembukaan dan perkenalan oleh pembicara, hal ini dilakukan untuk membuka materi dengan menyapa seluruh peserta pelatihan. Pemateri juga menjelaskan tujuan pelatihan serta alur kegiatan yang akan dilaksanakan. Sub-materi yang disampaikan meliputi: Pengertian Artificial Intelligence(AI), AI dalam kehidupan sehari-hari, Penggunaan ChatGPT untuk membuat konten di media social, mendapatkan ide konten yang kreatif dan menarik serta bagaimana membuat update konten secara berkala dengan memanfaat ChatGPT.



Gambar 1. Pembukaan dan Perkenalan Oleh Pembicara

3.2 Penyampaian Materi dan Praktikum

Sesi dilanjutkan dengan pemaparan tiap sub-materi secara bertahap dan diselingi praktik langsung yang dipandu oleh pemateri. Peserta diajak mencoba menggunakan tools AI untuk menulis caption media sosial, membuat gambar digital menggunakan generator berbasis prompt, dan mengedit video sederhana. Praktikum dilakukan dengan pendekatan satu-satu agar peserta yang mengalami kesulitan dapat langsung dibantu oleh fasilitator. Kegiatan ini berjalan lancar dengan keterlibatan aktif peserta dalam mencoba berbagai fitur dan menjelajahi potensi AI dalam mendukung proses kreatif mereka.



Gambar 2. Penyampaian Materi dan Praktikum

3.3 Studi Kasus Mandiri dan Diskusi Tanya Jawab

Pada sesi terakhir, peserta diberikan waktu untuk membuat satu konten digital sesuai dengan minat masing-masing, seperti video promosi produk, poster kampanye sosial, atau narasi storytelling. Setelah konten dibuat, peserta diajak melakukan sesi diskusi terbuka untuk menyampaikan kesan, kendala teknis, dan pengalaman menggunakan tools AI. Banyak peserta menyampaikan bahwa sebelumnya mereka belum mengetahui bahwa AI dapat membantu membuat konten secara cepat dan efisien. Diskusi berlangsung dinamis dan interaktif, menjadi momen reflektif terhadap pentingnya literasi teknologi di era digital saat ini.



Gambar 3. Sesi Studi Kasus Mandiri dan Tanya Jawab Oleh Peserta

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan di RT 4/RW 3 Kelurahan Duri Utara, Kecamatan Tambora, Jakarta Barat, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, mulai dari penyampaian materi, praktik langsung, hingga sesi studi kasus dan diskusi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam mencoba serta banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi berlangsung.
2. Kegiatan pelatihan berhasil memperkenalkan konsep dasar Artificial Intelligence (AI) kepada peserta, khususnya dalam konteks pengembangan konten media sosial. Peserta menjadi lebih memahami potensi penggunaan AI sebagai alat bantu dalam proses kreatif digital.
3. Peserta merasa terbantu dan dimudahkan dalam menyusun ide konten, menentukan gaya penyampaian, hingga memperbarui konten secara berkala. Penggunaan teknologi AI dirasakan sangat praktis dan mampu menghemat waktu serta tenaga dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan

REFERENCES

- Ahammed, M., Mamun, M. Al, & Uddin, M. S. (2022). A machine learning approach for skin disease detection and classification using image segmentation. *Healthcare Analytics*, 2. <https://doi.org/10.1016/J.HEALTH.2022.100122>
- Fadeli, M., Fitriawardhani, T., Aris Oktavianto, M., & Bhayangkara, U. (2023). PROSES PENATAAN PESAN DIGITAL CONTENT PADA AKUN SOSIAL MEDIA (FACEBOOK & INSTAGRAM) KLINIK KECANTIKAN LALITA SIDOARJO DALAM MENJANGKAU KONSUMEN DI USIA 25 – 40 TAHUN. *INTELEKTUAL (Jurnal Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi)*, 10(1), 60–73. <https://doi.org/10.55499/INTELEKTUAL.V10I1.1039>
- Irnatati, I., Suhartono, S., Arsana, I. W., Zaman, A. Q., Widyatama, P. R., Kinanti, E., Utami, E. S., & Uyun, Q. (2023). PELUANG BISNIS MENJADI KONTEN KREATOR DI KALANGAN PEMUDA DESA BANJAR KEMUNING SEDATI SIDOARJO PADA ERA DIGITAL. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 6–12. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/281
- Mutaqin, F. M., Jubaedah, I., Koestianto, H., & Setiabudi, D. I. (2022). EFEKTIF ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM BELAJAR DAN MENGAJAR. *Seroja : Jurnal Pendidikan*, 1(2), 128–138. <https://doi.org/10.572349/SEROJA.V1I2.582>
- Nurdin Nurdin. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Dalam Konsep Dan Implementasi. *Faedah : Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 01–15. <https://doi.org/10.59024/faedah.v1i3.211>

AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume 4, No. 6 Juli (2025)

ISSN 2828-6634 (media online)

Hal 453-458

Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29. <https://doi.org/10.33822/GK.V3I1.1704>

Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291–296. <https://doi.org/10.47492/JIH.V11I1.1612>