

Penggunaan Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) untuk Pembuatan Konten Iklan Sebuah Produk pada SMK Al Ikhwaniyah

Abdul Choliq¹, Habib Nurfaizal², Fahrul Roji^{3*}

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email: ¹dosen03161@unpam.ac.id, ^{2*}dosen02807@unpam.ac.id, ^{3*}dosen03151@unpam.ac.id

Abstrak—Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai bidang, termasuk industri kreatif dan pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan oleh dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang dengan tujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk pembuatan konten iklan produk secara efektif dan inovatif. Dalam pelatihan ini, digunakan tiga aplikasi berbasis AI yang memiliki fungsi berbeda namun saling melengkapi, yaitu ChatGPT, Remini AI, dan Pippit AI. ChatGPT digunakan untuk membantu peserta dalam pembuatan konsep, ide, dan naskah iklan yang persuasif; Remini AI dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas gambar produk agar terlihat lebih profesional dan menarik; sedangkan Pippit AI digunakan untuk menghasilkan video iklan digital yang dinamis dengan tampilan visual yang modern. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan praktik langsung dengan pendekatan berbasis proyek, di mana peserta diminta membuat konten iklan produk menggunakan ketiga aplikasi tersebut. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami cara kerja teknologi AI serta mengaplikasikannya dalam proses kreatif pembuatan iklan digital. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan literasi digital dan kemampuan inovatif peserta dalam menghadapi tantangan dunia pemasaran berbasis teknologi. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi generasi muda, khususnya siswa SMK, untuk mengenal dan memanfaatkan potensi AI dalam mendukung produktivitas serta kreativitas di era transformasi digital.

Kata Kunci: Artificial Intelligence, ChatGPT, Remini AI, Pippit AI, konten iklan, kreativitas digital

Abstract—The rapid advancement of Artificial Intelligence (AI) technology has significantly transformed various sectors, including the creative and digital marketing industries. This community service program (PkM), conducted by lecturers from the Information Systems Department at Universitas Pamulang, aims to provide participants with knowledge and practical skills in utilizing AI technology to create innovative and effective product advertising content. The training involved three AI-based applications with complementary functions: ChatGPT, Remini AI, and Pippit AI. ChatGPT was used to assist participants in generating ideas, concepts, and persuasive advertising scripts; Remini AI was employed to enhance the quality of product images, making them more appealing and professional; while Pippit AI was utilized to create engaging digital video advertisements with dynamic visuals. The activity was carried out through a combination of socialization, workshops, and hands-on practice using a project-based learning approach, in which participants developed their own product advertisements using these AI tools. The results showed that participants gained a better understanding of AI technology and were able to apply it effectively in the creative process of digital advertising. Moreover, the program successfully increased digital literacy and encouraged innovation among students in adapting to the growing influence of technology in the marketing industry. This activity is expected to serve as a foundation for younger generations, particularly vocational school students, to explore and leverage AI technology in enhancing their productivity and creativity in the digital transformation era.

Keywords: Artificial Intelligence, ChatGPT, Remini AI, Pippit AI, advertising content, digital creativity

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini berkembang sangat pesat, perkembangan ini memberikan pengaruh pada berbagai aspek kehidupan manusia, yakni adanya kecerdasan buatan atau yang biasa disebut dengan *Artificial Intelligence* (M.Husnaini, 2024). *Artificial Intelligence* (AI) telah merambah ke berbagai sektor kehidupan manusia, termasuk dalam pembuatan iklan. AI telah mengukir peran penting dalam mengubah industri periklanan. AI memainkan peran dalam menghadirkan inovasi dan efisiensi dalam dunia periklanan. AI menawarkan potensi untuk mengubah paradigma tradisional dalam proses kreatif, penargetan dan pengoptimalan iklan (A.Utami, 2023)

Tujuan utama AI adalah menciptakan sistem yang dapat memproses informasi dengan cepat dan akurat, mendukung pengambilan keputusan, dan memberikan solusi untuk berbagai masalah kompleks di berbagai bidang, seperti kesehatan, transportasi, finansial, dan lainnya. Dengan terus berkembangnya teknologi, AI memiliki potensi untuk mengubah cara manusia bekerja, berinteraksi, dan menjalani kehidupan sehari-hari.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan AI telah merasuki berbagai aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari layanan pelanggan yang cerdas hingga kendaraan otonom yang dapat mengemudi sendiri. Di dunia bisnis, AI digunakan untuk menganalisis data besar secara cepat dan efisien, membantu perusahaan membuat keputusan yang lebih cerdas dan tepat waktu. Di bidang kesehatan, AI digunakan untuk mendiagnosis penyakit, mengembangkan terapi baru, dan bahkan memperkuat sistem perawatan pasien. Selain itu, dalam pendidikan, AI digunakan untuk mempersonalisasi pengalaman belajar siswa dan memberikan umpan balik yang lebih tepat kepada guru.

AI dapat membantu multimedia dengan berbagai cara. Salah satu yang paling penting adalah dalam pembuatan, atau authoring, dari multimedia. Anda menemukan AI dalam aplikasi yang membantu segala hal mulai dari pengembangan media hingga presentasi media. Misalnya, saat menerjemahkan warna dalam sebuah gambar, AI dapat memberikan manfaat untuk membantu Anda memvisualisasikan efek perubahan tersebut lebih cepat daripada mencoba kombinasi warna satu per satu (Santoso, 2023).

Dalam dunia pendidikan, kecerdasan buatan digunakan untuk mempersonalisasi pembelajaran, dimana sistem AI ini mampu membantu menyesuaikan materi pembelajaran dengan orientasi cara belajar, kemampuan, gaya belajar, dan pengalaman setiap siswa (Riskey Oktavian, 2023).

Penggunaan AI dalam Pemasaran adalah bagaimana cara menggunakan AI dalam pembuatan konten pemasaran, seperti pengolahan data, pengidentifikasi target pasar, dan pengembangan konten yang sesuai dengan keinginan pasar (Novantara, 2024). Penggunaan *artificial intelligence* (AI) dalam pemasaran adalah salah satu strategi yang bertujuan untuk menggunakan teknologi AI dalam bidang pemasaran. AI memiliki beberapa manfaat dalam pemasaran, seperti meningkatkan efektivitas dan efisiensi, mempermudah pengolahan data, dan membantu dalam pengembangan konten yang sesuai dengan keinginan pasar.

Kecerdasan buatan memberikan dampak yang signifikan dalam bidang pendidikan. Dengan adanya personalisasi pembelajaran, pengalaman belajar yang interaktif, evaluasi yang akurat, dan pengelolaan yang efisien, pendidikan dapat lebih efektif dan inklusif. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan AI dalam pendidikan juga perlu mempertimbangkan etika, privasi, dan keamanan data siswa untuk memastikan manfaat yang optimal (Rifky, 2024).

Untuk mempersiapkan siswa SMK menghadapi tuntutan industri di era digital, diperlukan pengenalan terhadap penggunaan AI dalam digital marketing. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep dan aplikasi AI dalam pembuatan konten digital marketing kepada siswa/siswi SMK Ikhwaniyah.

SMK Al Ikhwaniyah sebagai Lembaga Pendidikan kejuruan perlu mengintegrasikan perkembangan teknologi modern dalam kegiatan pembelajaran, khususnya pada bidang pemasaran. Memanfaatkan teknologi AI untuk menciptakan konten digital marketing yang efektif dan relevan dengan kebutuhan industri. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan daya saing lulusan SMK Ikhwaniyah di bidang digital marketing dan mendorong pengembangan kompetensi yang selaras dengan perkembangan teknologi terkini.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Kegiatan

Adapun metode PKM yang dilaksanakan SMK Ikhwaniyah Pondok Aren berlokasi di Jl. Panti Asuhan No.73, RT.003/RW.013, Jurang Manggu Tim., Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15422 memiliki beberapa tahapan yang diantaranya adalah:

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan dilakukan dengan pembentukan dan pembekalan tim PKM yang terdiri 3 orang dosen dan 5 orang mahasiswa dan selanjutnya menyusun proposal yang kemudian diajukan. Program ini akan dilaksanakan pada tanggal 16 Oktober 2025.

2. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilaksanakan selama 1 bulan yaitu berupa melakukan kesepakatan kerjasama dengan pihak SMK Ikhwaniyah Pondok Aren, penyusunan jadwal kegiatan, penentuan tempat sosialisasi yaitu di Lab SMK Ikhwaniyah Pondok Aren.

3. Tahap Pelaksanaan**a. Sosialisasi dan introduksi tentang *Artificial Intelligence* (AI).**

Tahap sosialisasi mencakup pengenalan materi mengenai *Artificial Intelligence*, Memberikan pengetahuan tentang dasar aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI dan Memberikan pelatihan menggunakan aplikasi aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI untuk mengeimplementasikan konten.

b. Pengajaran

Tahap pengajaran dilakukan dengan memberikan presentasi oleh narasumber, adapun paparan yang akan disampaikan diantaranya:

1. Penyampaian materi mengenai *Artificial Intelligence* (AI).
2. Penyampaian materi pengetahuan tentang dasar aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI .
3. Memberikan pelatihan menggunakan aplikasi ChatGPT, Remini AI,
4. Pippit AI untuk mengeimplementasikan konten.
5. Tahap pemaparan materi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman secara teori serta praktik terhadap siswa SMK Ikhwaniyah Pondok Aren sehingga siswa memiliki tambahan wawasan dalam melakukan langkah kedepannya.

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi, Guru maupun siswa akan diberikan *feedback* tentang materi dan program yang telah dilaksanakan. Dimana hal ini nantinya akan menjadi bahan pertimbangan bagi kegiatan PKM selanjutnya, agar kedepannya kami sebagai tim PKM dapat melakukan secara *continuous improvement* dalam kegiatan PKM selanjutnya sehingga dapat memberi manfaat bagi masyarakat luas.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diharapkan pula akan menjadi dasar untuk dapat menerima kegiatan yang bersumber untuk kemajuan sehingga mendapat cukup antusias untuk diadakan kembali, karena para masyarakat yang memang tertarik saat mendengarkan dan mengamalkan pemaparan materi yang sudah dijelaskan, sehingga dalam waktu yang tidak lama sudah memahami mengenai Teknologi *Artificial Intelligence* (AI), Manfaat Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dan untuk kegiatan kerja sama selanjutnya diharapkan tim pengabdian kepada masyarakat dapat kembali bekerja sama untuk membantu masalah-masalah lain yang berkaitan dengan teknologi informasi dikalangan dunia pendidikan atau masyarakat secara luas.

2.2 Khalayak Sasaran

Sasaran dari kegiatan ini adalah Siswa SMK Al Ikhwaniyah Kelas XI Jurusan Desain Komunikasi Visual dihadiri 25 Peserta diselenggarakan pada tanggal 16 Oktober 2025, dengan susunan acara sebagai berikut:

Tabel 1.1. Rundown Acara

No	Pukul	Kegiatan
1	08.00 – 08.30	Pembukaan
2	08.30 – 08.40	Do'a
3	08.40 – 08.50	Lagu Indonesia Raya

4	08.50 – 08.55	Sambutan Ketua PKM
5	08.55 – 09.00	Sambutan Kepala Sekolah
6	09.00 – 09.15	Pemberian Cinderamata
7	09.15 – 09.30	Profil Universitas Pamulang
8	09.30 – 09.40	Sesi Foto
9	09.40 – 10.30	Pembahasan Materi
10	10.30 – 11.30	Praktek Pembuatan Konten
11	11.30 – 11.45	DoorPrize
12	11.45 – 12.00	Doa dan Penutup

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Tujuan dengan diadakan PKM dengan tema “Penggunaan Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) untuk pembuatan konten iklan sebuah produk pada SMK Al Ikhwaniyah” yaitu untuk meningkatkan daya saing lulusan SMK Ikhwaniyah di bidang digital marketing dan mendorong pengembangan kompetensi yang selaras dengan perkembangan teknologi terkini. Sasaran program pengabdian masyarakat yang akan di tuju adalah Sekolah Menengah Kejuruan SMK Ikhwaniyah, Kota Tangerang Selatan, Banten, yang berjumlah sekitar 30 orang.

Hal yang akan dibahas dapat mencapai 100% persentase pembahasan dan mencapai kepada sasaran dengan baik, solusinya antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2. Pembahasan

No.	Masalah	Solusi	Persentase
1.	Siswa masih belum memahami lebih dalam tentang Penggunaan Teknologi <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	Memberikan pengetahuan terkait Penggunaan Teknologi <i>Artificial Intelligence</i> (AI)	30%
2.	Ada beberapa pengajar kesulitan memberikan praktik Penggunaan Teknologi <i>Artificial Intelligence</i> (AI) dengan konsep sederhana yang dapat di pahami dengan baik oleh siswa	Memberikan pengetahuan tentang dasar aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI.	30%
3.	Tidak semua siswa memiliki akses ke software berbayar seperti <i>Adobe Creative Suite</i> yang umum digunakan dalam industri periklanan.	Memberikan pelatihan menggunakan aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI untuk mengeimplementasikan konten.	40%

Dari data tabel diharapkan bahwa materi yang dipaparkan tim PKM dari universitas pamulang dengan baik sebagaimana diketahui bahwa perkembangan teknologi informasi khususnya dibidang sistem informasi tentu sangat bermanfaat bagi masyarakat. Akan tetapi kita juga perlu mengetahui dari sisi negatifnya sehingga perlu untuk disosialisasikan kepada masyarakat. Dari alasan itulah, dikarenakan sasaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Dalam pelaksanannya tentu menjadi modal awal untuk para narasumber memberikan ilmu kepada para siswa agar supaya lebih antusias dan juga mudah dalam memahami materi dan juga praktik yang akan di berikan, Sebelum Pembahasan materi dimulai terlebih dahulu pemateri memberikan pertanyaan berupa Pre test, hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi awal sejauh mana pemahaman peserta mengenai jaringan komputer, dengan demikian pemateri dapat mengukur sejauh mana materi awal yang akan disampaikan kepada peserta. Siswa dan siswi menjawab pertanyaan dengan antusias.



Gambar 1.1. Materi dan Praktek

Pada Sesi Pertama materi diberikan oleh Abdul Choliq, S.Kom., M.Kom berupa Memberikan pengetahuan tentang dasar aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI serta pada sesi praktek oleh Fahrul Roji, S.Kom., M.Kom Memberikan pelatihan menggunakan aplikasi ChatGPT, Remini AI, Pippit AI untuk mengeimplementasikan konten.



Gambar 1.2. Sesi Quiz

Setelah materi dan praktek dilanjut dengan sesi pertanyaan atau quiz oleh Habib Nurfaizal, S.Kom., M.Kom untuk memberikan *doorprize* kepada siswa-siswi yang berhasil menciptkan konten yang menarik dan menjawab pertanyaan dari narasumber.



Gambar 1.3. Pemberian Doorprize



Gambar 1.4. Foto Bersama

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang di SMK Al Ikhwaniyah, Pondok Aren, Tangerang Selatan, dengan tema “Penggunaan Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) untuk Pembuatan Konten Iklan Sebuah Produk” telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Diharapkan pula akan menjadi dasar untuk dapat menerima kegiatan yang bersumber untuk kemajuan sehingga mendapat cukup antusias untuk diadakan kembali, karena para masyarakat yang memang tertarik saat mendengarkan dan mengamalkan pemaparan materi yang sudah dijelaskan, sehingga dalam waktu yang tidak lama sudah memahami mengenai Teknologi *Artificial Intelligence* (AI), Manfaat Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dan untuk kegiatan kerja sama selanjutnya diharapkan tim pengabdian kepada masyarakat dapat kembali bekerja sama untuk membantu masalah-masalah lain yang berkaitan dengan teknologi informasi dikalangan dunia pendidikan atau masyarakat secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat merupakan kewajiban civitas academica Perguruan Tinggi sebagai bagian dari tri dharma pendidikan di Perguruan Tinggi. Selain kompetensi akademik dan komitmen sosial, kegiatan ini butuh kesamaan langkah, kesepa-haman, kerjasama, dan koordinasi diantara para pihak yang terlibat didalamnya.

Untuk itu dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang berupaya melakukan kontribusi dan usaha terbaik dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Yan Mitha Djaksana, S.Kom., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer (FILKOM) Universitas Pamulang.
2. Heri Haerudin, S.Kom., M.Kom, selaku Kaprodi Sistem Informasi Universitas Pamu-lang.
3. Dr. Susanto, S.H., M.M., M.H selaku ketua LPPM Universitas Pamulang
4. Helmi,M.Pd Selaku Kepala SMK Al Ikhwaniyah
5. Bapak – Ibu guru serta jajaran staff SMK Al Ikhwaniyah
6. Rekan-rekan dosen dan mahasiswa Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang.

Semoga Allah SWT membala kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya kepada kita semua, Amin.

REFERENCES

- A.Utami. (2023). *Perkembangan Artificial Intelligence sebagai media pembuatan iklan di era modern*. Neraca Manajemen, Ekonomi ISSN : 3025-9495 Vol 3 No 1, 1-10.
- M.Husnaini. (2024). *Perspektif Mahasiswa terhadap ChatGPT dalam Menyelesaikan Tugas Kuliah*. . Journal of Education Research, 2655-2664.
- Novantara, P. (2024). *Pemanfaatan AI Ads untuk Digital Marketing Produk UMKM di Desa Cimaranten Kuningan*. Journal of Innovation and Sustainable Empowerment ISSN 2961-9416 Vol.3, No. 1, 56-62.
- Rifky, S. (2024). *Dampak Penggunaan Artificial Intelligence Bagi Pendidikan Tinggi* . Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology Vol. 2 No. 1, 2024.
- Riske Oktavian, R. F. (2023). *ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN PENDIDIKAN ERA SOCIETY 5.0*. Jurnal Ilmu Pendidikan Vol. 6, No.2, 2023. Hal 143-150 .
- Santoso, D. J. (2023). *Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).