



PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN VIDEO PROMOSI PRODUK BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) UNTUK SISWA SMK KESATRIAN PURWOKERTO

Endang Setyawati¹, Adhi Wibowo^{2*}, Natalia Ira Kartika³, Suyudi⁴
^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Ilmu Komputer (STIKOM) Yos Sudarso, Purwokerto, Indonesia
Email: adhi.wibowo28@gmail.com*

Article History:

Diajukan: 11 Mei 2026; Direvisi: 24 Juni 2026; Accepted: 30 Juli 2026

ABSTRAK

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) membuka peluang besar dalam mendukung pembuatan konten promosi yang lebih cepat, efisien, kreatif, dan menarik. Namun, banyak siswa yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan teknologi AI secara optimal untuk pemasaran digital, sehingga promosi produk masih bersifat konvensional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas siswa SMK Kesatrian Purwokerto dalam memanfaatkan teknologi AI sebagai media pembuatan konten video promosi. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan learning by doing melalui ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan, dengan evaluasi berupa pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta yang signifikan; pada pre-test sebagian besar peserta memperoleh nilai beragam, sedangkan pada post-test 83% peserta memperoleh nilai 10 dan 17% memperoleh nilai 9. Peserta juga mampu menghasilkan video promosi yang lebih menarik dan profesional dengan bantuan AI. Kegiatan ini terbukti efektif meningkatkan literasi digital dan keterampilan siswa dalam menghasilkan konten promosi berbasis AI.

Kata kunci: *Artificial Intelligence, Video Promosi, Pemasaran Digital, Pelatihan, Konten Kreatif*

ABSTRACT

The development of Artificial Intelligence (AI) opens great opportunities to support the creation of promotional content that is faster, more efficient, creative, and engaging. However, many students do not yet have the knowledge and skills to utilize AI technology optimally for digital marketing, so product promotion remains conventional. This community service activity aims to improve the knowledge, skills, and creativity of the students of SMK Kesatrian Purwokerto in using AI technology as a medium for creating promotional video content. The implementation method used a learning by doing approach through lectures, demonstrations, hands-on practice, and mentoring, with evaluation in the form of pre-test and post-test. The results showed a significant improvement in participants' understanding; in the pre-test participants obtained varied scores, while in the post-test 83% of participants obtained a score of 10 and 17% obtained a score of 9. Participants were also able to produce more attractive and professional promotional videos with the help of AI. This activity proved effective in improving students' digital literacy and skills in producing AI-based promotional content.

Keywords: *Artificial Intelligence, Promotional Video, Digital Marketing, Training, Creative Content*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat, khususnya pada bidang Artificial Intelligence (AI) yang mulai banyak dimanfaatkan dalam berbagai sektor, termasuk pemasaran dan promosi produk. Teknologi AI memungkinkan proses pembuatan konten digital seperti video promosi menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien tanpa

memerlukan keterampilan teknis tingkat tinggi. Kondisi ini membuka peluang besar bagi generasi muda, khususnya siswa, untuk meningkatkan daya saing produk melalui media digital.

Mitra dalam kegiatan ini adalah siswa SMK Kesatrian Purwokerto sebagai generasi muda yang berada pada lingkungan pendidikan dan kewirausahaan. Berdasarkan kondisi eksisting, sebagian besar siswa telah memiliki ide produk atau usaha yang potensial, namun masih menghadapi keterbatasan dalam hal promosi digital. Promosi yang dilakukan masih bersifat sederhana, seperti penggunaan foto statis, poster manual, atau unggahan media sosial tanpa desain yang menarik, sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas dan kurang mampu bersaing di era digital yang menuntut konten visual yang kreatif dan interaktif.

Dari hasil observasi awal, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra. Pertama, rendahnya pemahaman tentang pemanfaatan teknologi AI dalam pembuatan konten digital. Kedua, keterbatasan keterampilan dalam membuat video promosi yang menarik dan profesional. Ketiga, kurangnya akses terhadap aplikasi atau tools digital yang mendukung pembuatan konten berbasis AI. Keempat, belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk secara efektif.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan prioritas difokuskan pada dua aspek utama, yaitu aspek sumber daya manusia (SDM) dan aspek teknologi digital pemasaran. Pada aspek SDM, sebagian besar siswa belum memiliki kemampuan merancang konsep konten, menyusun alur cerita (storyboard), serta melakukan proses penyuntingan video yang menarik. Pada aspek teknologi, siswa belum mengenal atau belum mampu menggunakan berbagai aplikasi berbasis AI yang dapat membantu proses pembuatan video, mulai dari pembuatan script, voice over, penyuntingan otomatis, hingga desain visual. Pengembangan digital marketing berbasis AI semakin banyak diterapkan untuk meningkatkan efektivitas promosi dan keterampilan peserta pelatihan (Risyani et al., 2024).

Oleh karena itu, diperlukan suatu program pelatihan yang mampu menjawab permasalahan tersebut melalui pendekatan praktis dan aplikatif. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Konten Video Promosi Produk Berbasis Artificial Intelligence (AI) diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam menghasilkan konten promosi yang kreatif, efektif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital saat ini, sehingga siswa mampu beradaptasi dengan transformasi digital dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Strategi digital marketing berbasis kecerdasan buatan menjadi pendekatan penting dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha di era digital (Mukhlis et al., 2026).

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Aula SMK Kesatrian Purwokerto dengan pendekatan utama pendampingan berbasis learning by doing, yaitu metode pembelajaran langsung melalui praktik, simulasi, dan penerapan nyata oleh peserta dengan bimbingan fasilitator secara intensif. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

- 1. Tahap Analisis Kebutuhan Mitra.** mengidentifikasi kondisi awal mitra melalui observasi langsung, wawancara dengan perwakilan sekolah, serta analisis kebutuhan pelatihan (skill gap analysis) untuk memperoleh peta permasalahan dan rumusan materi pelatihan yang sesuai.

2. **Tahap Perencanaan Program dan Penyusunan Materi.** menyusun rencana pelaksanaan secara rinci, meliputi penyusunan modul pelatihan dari materi dasar hingga praktik, penentuan perangkat dan tools (aplikasi penyuntingan video, AI tools, platform digital marketing), serta penyusunan jadwal kegiatan.
3. **Tahap Sosialisasi dan Orientasi Program.** memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai tujuan, manfaat, dan alur kegiatan, termasuk pengenalan instruktur, tim pendamping, dan tools yang akan digunakan.
4. **Tahap Pelatihan Inti (Learning by Doing).** peserta langsung mempraktikkan materi melalui pengenalan konsep dasar dan diskusi interaktif, demonstrasi oleh fasilitator, serta praktik langsung pembuatan video dengan pendampingan menggunakan tools berbasis AI.
5. **Tahap Evaluasi.** mengukur keberhasilan program melalui pre-test dan post-test, pengukuran peningkatan keterampilan peserta, evaluasi kepuasan peserta, serta identifikasi kendala selama pelaksanaan.

Rangkaian pelaksanaan kegiatan pelatihan selengkapnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rundown pelaksanaan kegiatan pelatihan

Waktu	Kegiatan	Uraian	Metode
08.00–08.10	Pembukaan	Registrasi peserta, pembukaan singkat, dan doa	Seremonial
08.10–08.25	Pre-test & Ice Breaking	Mengukur kemampuan awal dan membangun suasana belajar	Interaktif
08.25–08.50	Pengenalan Materi Inti	Pengenalan konsep dasar AI, konten digital, dan pemasaran	Presentasi
08.50–09.10	Demonstrasi	Fasilitator mencontohkan pembuatan konten/video dengan tools AI	Demonstrasi
09.10–10.10	Praktik Utama	Peserta membuat konten/video dengan pendampingan fasilitator	Praktik langsung
10.10–10.40	Coaching & Review	Pendampingan, koreksi, dan perbaikan hasil karya peserta	Coaching clinic
10.40–10.55	Presentasi Hasil	Peserta menampilkan hasil karya	Presentasi
10.55–11.00	Penutup	Post-test, evaluasi singkat, dan penutupan kegiatan	Evaluasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Aula SMK Kesatrian Purwokerto pukul 08.00–11.00 WIB dengan diikuti oleh siswa SMK Kesatrian Purwokerto sebagai peserta. Kegiatan diawali dengan registrasi dan pembukaan, dilanjutkan dengan pre-test untuk mengukur kemampuan awal peserta, pemaparan materi, demonstrasi, praktik langsung, hingga presentasi hasil karya peserta. Pelaksanaan berjalan lancar karena tema yang diangkat sesuai dengan kebutuhan siswa dalam menghadapi era pemasaran digital.

Materi pelatihan mencakup konsep dasar pemasaran digital, pengenalan teknologi Artificial Intelligence (AI), serta praktik pembuatan video promosi produk menggunakan tools berbasis AI, seperti pembuatan script otomatis, voice over AI, dan penyuntingan video otomatis. Melalui pendekatan learning by doing, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teori, tetapi juga langsung mempraktikkan pembuatan konten video promosi dengan pendampingan fasilitator.

Gambar 1. Dokumentasi pelaksanaan pelatihan pembuatan konten video promosi berbasis AI di SMK Kesatrian Purwokerto



Sebelum mengikuti pelatihan, video promosi yang dibuat peserta umumnya masih sederhana, yaitu berupa rekaman statis produk tanpa alur cerita (storytelling), tanpa teks promosi yang menarik, tanpa voice over, dengan penyuntingan minimal, serta durasi yang kurang terstruktur. Akibatnya, konten yang dihasilkan kurang mampu menarik minat audiens dan tingkat interaksi (like, share, komentar) di media sosial masih rendah.

Setelah mengikuti pelatihan berbasis AI dan digital marketing, terjadi peningkatan kualitas konten secara signifikan. Video dibuat dengan bantuan AI (script otomatis dan template konten), memiliki storytelling promosi yang jelas (pembukaan–isi–penutup), menggunakan voice over AI yang lebih profesional, teks promosi yang lebih persuasif, serta penyuntingan berbasis AI yang lebih cepat dan rapi dan sesuai tren media sosial seperti TikTok dan Instagram Reels. Dengan demikian, konten yang dihasilkan menjadi lebih menarik, profesional, dan berpeluang lebih besar untuk memperluas jangkauan serta interaksi audiens.

Keberhasilan kegiatan diukur melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test yang diberikan kepada peserta. Distribusi nilai peserta sebelum dan sesudah pelatihan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi nilai pre-test dan post-test peserta pelatihan

Nilai	Kategori	Pre-test (%)	Post-test (%)
10	Sangat baik	39	83
9	Baik	25	17
8	Cukup	11	0
7	Sedang	14	0
4–6	Kurang	11	0
	Jumlah	100	100

Sumber: Hasil pre-test dan post-test peserta pelatihan di SMK Kesatrian Purwokerto, 2026

Berdasarkan Tabel 2, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta yang signifikan. Pada saat pre-test, nilai peserta masih beragam, yaitu 39% memperoleh nilai 10, 25% memperoleh nilai 9, 14% memperoleh nilai 7, 11% memperoleh nilai 8, dan 11% memperoleh nilai 4–6. Setelah mengikuti pelatihan, pada post-test sebanyak 83% peserta memperoleh nilai 10 dan 17% memperoleh nilai 9, sehingga seluruh peserta berada pada kategori baik hingga sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan teknologi AI untuk pembuatan konten video promosi.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Atmaja et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing melalui pembuatan konten media sosial mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi. Risyani et al. (2024) juga mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi AI dalam pembuatan video memberikan efisiensi pada proses produksi konten, mulai dari penyusunan ide, pembuatan storyboard, hingga proses penyuntingan, serta meningkatkan kreativitas dan kualitas video. Selaras dengan itu, Mukhlis et al. (2026) menjelaskan bahwa pelatihan smart digital marketing berbasis AI tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga mengembangkan kompetensi praktis peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk mendukung aktivitas pemasaran.

Dengan demikian, integrasi digital marketing dengan teknologi Artificial Intelligence merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam menghasilkan konten promosi yang kreatif, efisien, dan berdampak terhadap peningkatan pemasaran produk. Kegiatan ini juga mendukung kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi kebutuhan industri digital yang semakin berkembang serta mendorong lahirnya inovasi kewirausahaan berbasis teknologi di kalangan siswa.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan. Kegiatan Pelatihan Pembuatan Konten Video Promosi Produk Berbasis Artificial Intelligence (AI) untuk siswa SMK Kesatrian Purwokerto telah berhasil dilaksanakan dan memberikan manfaat nyata bagi peserta. Melalui pendekatan learning by doing, peserta memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi AI untuk pembuatan konten video promosi. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan hasil evaluasi, yaitu pada post-test sebanyak 83% peserta memperoleh nilai 10 dan 17% memperoleh nilai 9. Peserta juga mampu menghasilkan video promosi yang lebih menarik, profesional, dan sesuai dengan tren media sosial.

Saran. Kegiatan pelatihan serupa sebaiknya dilaksanakan secara berkelanjutan dan diperluas ke sekolah lain, dengan materi yang lebih beragam seperti optimasi media sosial, strategi konten, dan kewirausahaan digital, agar manfaatnya dapat dirasakan lebih luas oleh siswa dan masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, A. A., Jansen, E., Sutanto, E. I. P., dkk. (2024). Pelatihan digital marketing melalui pembuatan konten media sosial di Desa Babatan Kuningan. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(10), 959–966. <https://doi.org/10.53625/jpm.v3i10.8779>
- Mukhlis, I. R., dkk. (2026). *Empowering vocational students through AI-based smart digital marketing training*. NST Proceedings. <https://doi.org/10.11594/nstp.2026.5484>
- Risyani, Y., Japit, S., Bombongan, C., Selamat, T., & Yuliana, Y. (2024). Pelatihan pembuatan video dengan AI untuk pemuda-pemudi GPSI Medan Utara. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 804–814. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13813>