
**PENGENALAN KONTEN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN ARTIFICIAL
INTELLIGENT PADA SMK
NUSANTARA CIPUTAT**

Alvino Octaviano¹, Sofa Sofiana², Bambang Santoso³,

^{1,2,3}Universitas Pamulang

*Email: dosen00397@unpam.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan kecerdasan buatan (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran. 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 SMK Nusantara Ciputat. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, workshop, dan praktik langsung penggunaan tools AI untuk digital marketing. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan dasar AI, pemanfaatan AI dalam content creation, copywriting, dan optimalisasi strategi pemasaran digital. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam 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 di bidang digital marketing dan mendorong pengembangan kompetensi yang selaras dengan perkembangan teknologi terkini.

Kata Kunci : digital; marketing; konten

ABSTRACT

The development of digital technology and artificial intelligence (AI) has brought significant changes in the world of marketing. To prepare SMK students to face industry demands in the digital era, an introduction to the use of AI in digital marketing is needed. This Community Service Programme (PKM) aims to introduce the concept and application of AI in digital marketing content creation to students of SMK Nusantara Ciputat. The methods used include training, workshops, and hands-on practice of using AI tools for digital marketing. The materials presented include a basic introduction to AI, the use of AI in content creation, copywriting, and optimisation of digital marketing strategies. The expected result is an increase in students' understanding and skills in utilising AI technology to create effective digital marketing content that is relevant to industry needs. This programme also aims to increase the competitiveness of SMK graduates in the field of digital marketing and encourage the development of competencies that are in line with the latest technological developments.

Keywords: digital; maketingr; content

PENDAHULUAN

Penggunaan AI dalam Pemasaran: Masalah lainnya adalah bagaimana cara menggunakan AI dalam pembuatan konten pemasaran, seperti pengolahan data, pengidentifikasi target pasar, dan pengembangan konten yang sesuai dengan keinginan pasar.(Novantara et al., 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.(Shaik, 2023) Pengolahan Data: Penggunaan AI dalam pemasaran membantu dalam pengolahan data yang lebih efisien dan efektif. AI membantu dalam menemukan pola pencarian pengguna, menggali informasi yang lebih besar profil user, dan membantu dalam pengidentifikasi target

pasar. Efektivitas dan Efisiensi: Penggunaan AI dalam pembuatan konten pemasaran membantu dalam pembuatan konten yang efektif dan efisien. AI membantu dalam pengolahan data, pengidentifikasi target pasar (Ljepava, 2022), dan pengembangan konten yang sesuai dengan keinginan pasar.

Pembuatan Konten Strategis: Penggunaan AI dalam pembuatan konten pemasaran membantu dalam pembuatan konten yang lebih strategis. AI membantu dalam mengakses data yang lebih luas, menemukan pola pencarian pengguna, dan menggali informasi yang lebih besar profil user. **Teknologi Mesin Pencari:** Penggunaan AI dalam pembuatan konten pemasaran membantu dalam pengembangan teknologi mesin pencari yang lebih pintar.

AI membantu dalam pengolahan data, pengidentifikasi target pasar, dan pengembangan konten yang sesuai dengan keinginan pasar. (Panggabean et al., 2023) **Chatbot dan Analisis Feedback:** Penggunaan AI dalam pembuatan konten pemasaran membantu dalam pengembangan chatbot yang lebih efisien dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang biasa ditanyakan oleh pelanggan. AI juga membantu dalam analisis feedback dari konsumen untuk membantu dalam pengembangan konten yang sesuai dengan keinginan pasar.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk mengatasi permasalahan di sekolah terkait menyelesaikan permasalahan Pengenalan Konten Digital Marketing Menggunakan Artificial Intelligent dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti:

Pendidikan dan Pengembangan Kemahiran, Guru dan siswa dapat dipersiapkan dengan kemahiran dan pengalaman dalam penggunaan AI dalam digital marketing. Dilakukan melalui seminar, training, atau workshop yang tertarik kepada guru dan siswa. **Pengembangan Aplikasi dan Sistem Informasi,** Pengembangan aplikasi dan sistem informasi yang menggunakan AI dapat membantu siswa dalam belajar dan memahami konten digital marketing. Dilakukan melalui pengembangan aplikasi, sistem informasi, atau perangkat lunak yang menggunakan AI.

Pengukuran Kinerja Marketing: Mengukur kinerja marketing dapat membantu bisnis mengukur kinerja dan efektivitas marketing, sehingga dapat dilakukan perbaikan dan perubahan yang diperlukan. **Pengukuran Kinerja Analisis Data,** Mengukur kinerja analisis data dapat membantu bisnis mengukur kinerja dan efektivitas analisis data dalam pengenalan konten digital marketing.

Pengukuran Kinerja Personalisasi Konten: Mengukur kinerja personalisasi konten dapat membantu bisnis mengukur kinerja dan efektivitas personalisasi konten dalam pengenalan konten digital marketing. Dengan menggunakan metode tersebut, bisnis dapat mengukur efektivitas penggunaan AI dalam pengenalan konten digital marketing.

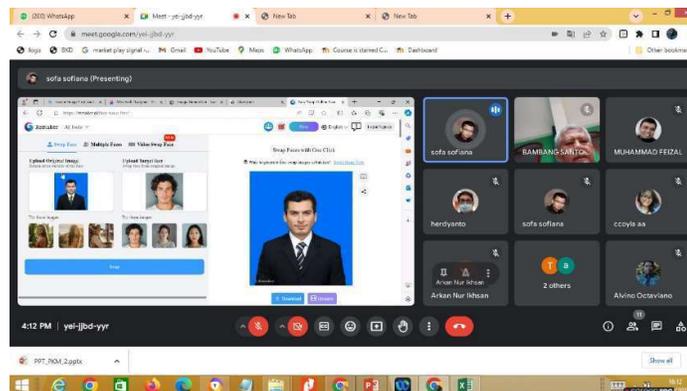
HASIL DAN PEMBAHASAN

Telah dilakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui evaluasi-evaluasi sebagai berikut :

Evaluasi Kinerja AI, Evaluasi kinerja AI dalam digital marketing dapat dilakukan dengan mengukur kinerja dan efektivitas AI dalam digital marketing. Evaluasi ROI, Evaluasi return on investment (ROI) dari kegiatan digital marketing dapat membantu bisnis mengukur kemajuan dan kinerja dari investasi dalam teknologi digital marketing.

Evaluasi Kinerja Marketing, Evaluasi kinerja marketing dapat membantu bisnis mengukur kinerja dan efektivitas marketing, sehingga dapat dilakukan perbaikan dan perubahan yang diperlukan. Evaluasi Kinerja Analisis Data, Evaluasi kinerja analisis data dapat membantu bisnis mengukur kinerja dan efektivitas analisis data dalam pengenalan konten digital marketing. Evaluasi Kinerja Personalisasi Konten,

Evaluasi kinerja personalisasi konten dapat membantu bisnis mengukur kinerja dan efektivitas personalisasi konten dalam pengenalan konten digital marketing. Evaluasi Kinerja Pengabdian, Evaluasi kinerja pengabdian kepada masyarakat dapat dilakukan dengan mengukur kinerja dan efektivitas pengabdian dalam mengedukasi masyarakat tentang penggunaan AI dalam pengenalan konten digital marketing.



Gambar 1. Pak Sofa Sofiana memberikan materi Pengabdian Kepada Masyarakat

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan yang kami sajikan, yaitu dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengajak para peserta mengetahui kecerdasan buatan di bidang marketing dan disajikan oleh dua pamateri.

Disarankan agar kegiatan berikutnya dapat memberikan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan bidang yang diharapkan peserta Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ljepava, N. (2022). AI-Enabled Marketing Solutions in Marketing Decision Making: AI Application in Different Stages of Marketing Process. *TEM Journal*, 11(3), 1308–1315. <https://doi.org/10.18421/TEM113-40>
- Novantara, P., Sugiharto, T., Nursyamsu, R., & Kunci, K. (2024). *Pemanfaatan AI Ads untuk Digital Marketing Produk UMKM di Desa Cimaranten Kuningan*. 3(1). <https://doi.org/10.25134/jise.v1i2.96>
- Panggabean, H. L., Firdiansyah Suryawan, R., Sani, I., & Sjarifudin, D. (2023). *Artificial Intelligence (AI) in Support of Marketing*. 1(2). <https://doi.org/10.38035/dit.v1i2>
- Shaik, M. (2023). Impact of artificial intelligence on marketing. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(3), 993–1004. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i3.3112>