
Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI Chat GPT di PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual

Mohammad Fazrie¹, Erlin Windia Ambarsari², Dudi Parulian³

Teknik Informatika, FTIK, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

✉ Email Korespodensi: imo.fazri@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 30-05-2025

Disetujui 31-05-2025

Diterbitkan 02-06-2025

Katakunci:

*Generative AI,
Chat GPT,
pemasaran kreatif,
pembuatan konten,
kampanye pemasaran.*

ABSTRAK

Pelatihan ini bertujuan untuk membantu tim pemasaran PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual dalam memanfaatkan Generative AI, khususnya ChatGPT, guna mengoptimalkan proses pembuatan konten dan perencanaan kampanye pemasaran yang lebih kreatif, efektif, dan efisien. Di tengah persaingan digital yang semakin ketat, kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan karakter audiens menjadi aspek krusial dalam menentukan keberhasilan suatu kampanye. Oleh karena itu, teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT dapat menjadi solusi strategis untuk mendukung proses kreatif tim secara berkelanjutan. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya dikenalkan pada dasar-dasar Generative AI, tetapi juga dibekali keterampilan praktis dalam menyusun prompt, menghasilkan berbagai bentuk konten pemasaran (deskripsi produk, caption media sosial, headline iklan, dan lainnya), serta melakukan eksplorasi ide kampanye digital secara sistematis. Selain itu, pelatihan ini membahas integrasi AI ke dalam workflow pemasaran guna meningkatkan engagement pelanggan dan potensi konversi penjualan. Diharapkan, dengan pemahaman dan penerapan teknologi ini, tim pemasaran PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual mampu mempercepat proses produksi konten, memperkuat daya saing digital perusahaan, dan menghadirkan komunikasi brand yang lebih responsif serta adaptif terhadap tren pasar yang dinamis.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fazrie, M. ., Ambarsari, E. W. ., & Parulian, D. (2025). Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI Chat GPT di PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(3), 227-234. <https://doi.org/10.63822/b05znpj35>

PENDAHULUAN

Dalam era Industri 4.0 dan 5.0, kebutuhan akan konten digital semakin meningkat seiring dengan transformasi digital yang merambah berbagai sektor, termasuk bisnis, pendidikan, dan layanan publik. Industri 4.0 ditandai oleh otomasi dan pertukaran data dalam teknologi manufaktur yang terintegrasi dengan sistem siber-fisik, *Internet of Things* (IoT), dan cloud computing (Schwab, 2016). Sementara itu, Industri 5.0 melanjutkan tren ini dengan menekankan kolaborasi antara manusia dan mesin cerdas untuk menciptakan solusi yang lebih personal dan berkelanjutan (Xu et al., 2021). Dalam konteks ini, konten digital tidak hanya menjadi sarana informasi, tetapi juga menjadi ujung tombak dalam membentuk persepsi, membangun interaksi pelanggan, dan meningkatkan konversi pemasaran (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Permintaan akan konten yang cepat, relevan, dan menarik mendorong perusahaan untuk mencari metode yang lebih efisien dalam proses produksinya.

Namun demikian, PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual sebagai perusahaan rintisan berbasis teknologi menghadapi tantangan serius dalam menghasilkan konten pemasaran yang konsisten, kreatif, dan sesuai dengan dinamika pasar digital. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang mampu memproduksi konten dengan standar *copywriting* profesional, kesulitan dalam merancang kampanye pemasaran yang terintegrasi lintas kanal, serta kurangnya pemahaman terhadap tren dan algoritma platform digital terbaru (Kapoor et al., 2021). Hal ini menyebabkan efektivitas kampanye menjadi rendah dan pertumbuhan engagement audiens berjalan lambat. Situasi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan solusi inovatif yang dapat meningkatkan kapasitas tim secara praktis dan berkelanjutan.

Dalam menjawab tantangan tersebut, adopsi teknologi kecerdasan buatan (AI) menjadi sangat relevan, khususnya melalui pemanfaatan *Generative AI* seperti ChatGPT. ChatGPT, yang dikembangkan oleh OpenAI, mampu menghasilkan teks berkualitas tinggi secara cepat berdasarkan permintaan pengguna (*prompt*), mulai dari deskripsi produk, artikel blog, email pemasaran, hingga naskah iklan (Brown et al., 2020). Teknologi ini memungkinkan tim pemasaran menghemat waktu dalam proses kreatif serta meningkatkan produktivitas tanpa mengorbankan kualitas (Dwivedi et al., 2023). Selain itu, AI seperti ChatGPT juga memiliki kemampuan untuk belajar dari data yang diberikan, menjadikannya fleksibel untuk kebutuhan branding spesifik (Floridi & Chiriatti, 2020). Dengan pendekatan *prompt engineering* yang tepat, teknologi ini dapat menjadi co-pilot dalam strategi konten dan komunikasi digital perusahaan (Zhang et al., 2023).

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, tujuan utama yang ingin dicapai adalah memberdayakan tim pemasaran PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual dalam memanfaatkan *Generative AI* (ChatGPT) secara optimal untuk pembuatan konten dan kampanye pemasaran yang kreatif, efisien, dan berdampak. Program ini dirancang dalam bentuk pelatihan, workshop, dan pendampingan praktis yang mencakup teknik *prompt engineering*, integrasi *ChatGPT* dalam workflow pemasaran, serta evaluasi kinerja konten berbasis metrik digital. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya bertujuan meningkatkan kapasitas teknis, tetapi juga membangun ekosistem inovatif yang mampu bersaing di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Metode Pendekatan dan Penerapan IPTEK

1. Metode Pendekatan:

- a) Sosialisasi dan Promosi: Sebelum pelatihan, tim pengabdian masyarakat mengadakan sosialisasi dan promosi kepada karyawan PT. ACTiV dan pihak-pihak terkait yang tertarik untuk mengikuti pelatihan ini.
- b) Teori dan Praktik: Pelatihan akan melibatkan penyampaian materi teori serta sesi praktik yang saling terkait untuk memastikan peserta memahami Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI Chat GPT di PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual.
- c) Studi Kasus: Peserta akan diberikan studi kasus yang berkaitan dengan situasi bisnis di PT. ACTiV, sehingga mereka dapat menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari dalam konteks yang nyata.

2. Penerapan IPTEK:

- a) Pemahaman Data
Peserta akan diajarkan cara mengidentifikasi, mengumpulkan, dan mengolah data yang relevan dengan tujuan bisnis PT. ACTiV.
- b) Analisis Data
Peserta akan mempelajari Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI Chat GPT di PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual.
- c) Visualisasi Data
Peserta akan mempelajari cara membuat visualisasi data yang informatif dan mudah dipahami, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan strategis

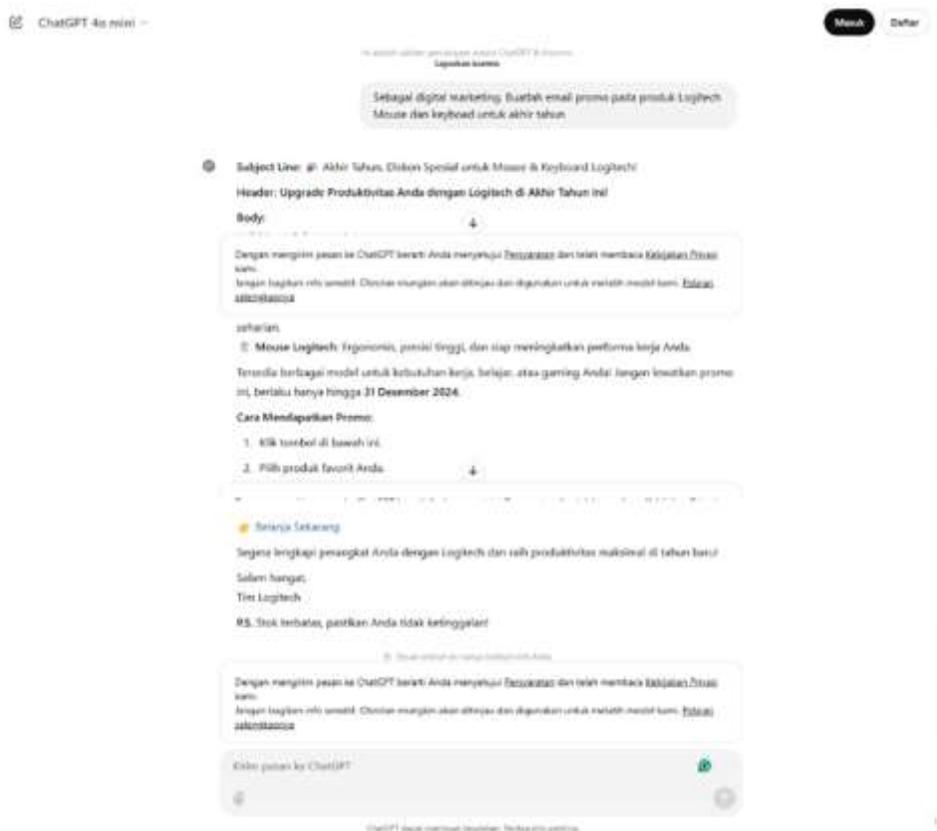
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk “Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI ChatGPT” telah dilaksanakan pada hari Selasa, 24 Desember 2024, pukul 14.00 WIB di kantor PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan tim dalam menghasilkan konten digital secara kreatif dan efisien menggunakan teknologi AI, khususnya ChatGPT. Karena keterbatasan kapasitas ruangan dan perangkat pendukung, kegiatan dilaksanakan dalam tiga shift, masing-masing terdiri dari lima peserta, dengan total 15 peserta yang hadir secara bergiliran. Pembagian shift ini dirancang untuk menjaga kenyamanan, sekaligus memberikan ruang pendampingan secara intensif selama sesi berlangsung.

Dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan materi pengenalan tentang strategi pembuatan konten digital dan perancangan campaign pemasaran yang efektif, dilanjutkan dengan praktik langsung menggunakan ChatGPT untuk berbagai jenis konten seperti deskripsi produk, caption media sosial, dan konsep campaign promosi. Tim pengabdian turut mendampingi peserta dalam menyusun prompt yang tepat agar hasil keluaran dari AI sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik brand masing-masing. Antusiasme peserta terlihat tinggi, ditunjukkan melalui partisipasi aktif dalam diskusi dan praktik, serta komitmen untuk

menerapkan hasil pelatihan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Beberapa hasil yang didapatkan dari pelatihan tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Campaign Produk Akhir Tahun

Berdasarkan Gambar 1, peserta berlatih membuat promo produk yang menarik dengan menambahkan deskripsi produk yang komunikatif dan sesuai target pasar. Selain itu, peserta juga memanfaatkan ChatGPT untuk mencari ide webinar yang relevan guna meningkatkan engagement pelanggan secara digital. Kreativitas peserta terlihat dalam penyusunan topik, format, dan judul webinar yang persuasif. Selanjutnya, seperti terlihat pada Gambar 2,



Gambar 2. Template Surat Balasan untuk Pelanggan



Gambar 3. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 4. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

B. Evaluasi Kegiatan

Dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan pelatihan meliputi teori, praktik, dan studi kasus terkait Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI ChatGPT. Namun, terdapat beberapa aspek pelaksanaan yang memerlukan evaluasi lebih lanjut untuk perbaikan di masa mendatang.

1. Tempat Pelaksanaan

Kegiatan dilakukan di ruang pelatihan PT. ACTiV yang memiliki keterbatasan kapasitas, sehingga peserta harus dibagi menjadi tiga shift. Pembagian ini dilakukan untuk memastikan setiap peserta mendapatkan kesempatan yang sama dalam mengikuti pelatihan. Namun, kondisi ini menyebabkan keterbatasan waktu untuk interaksi langsung antara peserta dan fasilitator dalam setiap shift, sehingga penguasaan materi tidak maksimal. Ruang yang lebih luas di masa depan dapat meminimalkan kendala ini.

2. Waktu Pelaksanaan

Durasi kegiatan yang dijadwalkan untuk setiap shift dirasakan kurang memadai, terutama untuk sesi praktik. Beberapa peserta menyampaikan bahwa waktu untuk mengerjakan studi kasus atau mencoba langsung fitur ChatGPT dalam simulasi pemasaran perlu ditambah. Keterbatasan waktu ini juga mengurangi kesempatan bagi peserta untuk mendapatkan penjelasan lebih detail dari fasilitator.

3. Penyampaian Materi

Secara keseluruhan, materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan perusahaan, terutama dalam mendukung strategi pemasaran kreatif. Namun, ada beberapa bagian materi yang dinilai terlalu kompleks, sehingga membutuhkan lebih banyak contoh konkret atau ilustrasi. Sebagian peserta merasa

kesulitan memahami penggunaan fitur tertentu tanpa adanya simulasi langsung yang lebih mendalam. Penyampaian materi dapat ditingkatkan dengan menambahkan visualisasi, modul pelatihan, atau video demonstrasi.

4. Partisipasi Peserta

Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama dalam sesi praktik dan diskusi. Mereka aktif bertanya dan mencoba mengembangkan ide-ide kreatif, seperti pembuatan promo produk akhir tahun dan template balasan keluhan pelanggan. Antusiasme ini menunjukkan bahwa peserta merasa materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan pekerjaan mereka.

5. Hasil dan Dampak Kegiatan

Beberapa hasil dari pelatihan telah diterapkan langsung oleh peserta, seperti pembuatan campaign pemasaran kreatif menggunakan ChatGPT, penyusunan deskripsi produk, dan ide webinar untuk meningkatkan engagement pelanggan. Namun, implementasi lebih lanjut masih memerlukan pendampingan untuk memastikan keterampilan peserta terus berkembang.

6. Rekomendasi untuk Perbaikan

Berdasarkan evaluasi yang sudah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan serupa di masa depan:

- a) Peningkatan Fasilitas: Gunakan tempat yang lebih luas dengan fasilitas yang memadai agar pelatihan dapat dilakukan secara bersamaan tanpa pembagian shift.
- b) Penyesuaian Waktu Pelatihan: Tambahkan waktu khusus untuk sesi praktik dan diskusi agar peserta memiliki kesempatan lebih banyak untuk mendalami materi.
- c) Penyempurnaan Materi: Sediakan modul pelatihan berbasis digital atau cetak, dilengkapi dengan studi kasus dan simulasi untuk memudahkan peserta memahami konsep yang lebih kompleks.
- d) Pendampingan Pasca-Pelatihan: Adakan sesi tindak lanjut atau mentoring untuk memastikan peserta dapat menerapkan keterampilan yang diperoleh secara konsisten dalam pekerjaan mereka.

KESIMPULAN

Pelatihan "Optimalisasi Pembuatan Konten dan Campaign Pemasaran Kreatif Melalui Pemanfaatan Generative AI Chat GPT" memberikan dampak positif bagi PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual (ACTiV) dalam memahami dan mengimplementasikan teknologi AI untuk mendukung strategi pemasaran. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu memanfaatkan ChatGPT untuk menghasilkan konten yang lebih kreatif, personal, dan berbasis data, seperti promo akhir tahun, deskripsi produk, dan *template* balasan keluhan pelanggan. Efisiensi dalam pembuatan konten juga meningkat, meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan fasilitas, durasi pelatihan yang terbatas, serta tingkat kompleksitas materi yang membutuhkan penyesuaian lebih lanjut. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan landasan kuat bagi ACTiV dalam memanfaatkan *Generative AI* untuk memperkuat efisiensi kerja, meningkatkan *brand engagement*, dan merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat. Hal ini menjadi langkah awal yang baik dalam mendukung transformasi digital perusahaan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh jajaran manajemen dan tim PT. Alfa Cipta Teknologi Virtual atas sambutan hangat, dukungan, serta partisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada para peserta pelatihan yang telah menunjukkan antusiasme tinggi dan keterbukaan dalam mengeksplorasi teknologi baru. Tidak lupa, apresiasi kami tujukan kepada institusi penyelenggara dan seluruh tim pelaksana yang telah bekerja sama dengan baik demi kelancaran kegiatan ini. Semoga pelatihan ini memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas konten serta strategi pemasaran digital perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J. D., Dhariwal, P., Neelakantan, A., Shyam, P., Sastry, G., & Askell, A. (2020). Language models are few-shot learners. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 33, 1877–1901.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson uk.
- Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., & Ahuja, M. (2023). Opinion Paper: “So what if ChatGPT wrote it?” Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.
- Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its nature, scope, limits, and consequences. *Minds and Machines*, 30, 681–694.
- Kapoor, K., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. F., & Reynolds, N. (2021). Advancing digital marketing through marketing analytics and artificial intelligence: research agenda. *Journal of Business Research*, 124, 462–471.
- Schwab, K. (2016). The fourth industrial revolution. *World Economic Forum*, 16.
- Xu, X., Lu, Y., Vogel-Heuser, B., & Wang, L. (2021). Industry 4.0 and Industry 5.0—Inception, conception and perception. *Journal of Manufacturing Systems*, 61, 530–535.
- Zhang, Y., Yang, Q., & Wang, C. (2023). Prompt Engineering and Content Generation with Generative AI: A Review. *AI Perspectives*, 5(1), 1–16.