

RESEARCH ARTICLE

Pelatihan Dasar Menjadi Content Creator Di Era AI dan Otomatisasi Digital Bagi Pelajar Di SMKN 5 Bandung

Rana Akbari Fitriawan,* Reni Nuraeni, Widia Adha Putri Afriady,
Syauqina Dixian Modjo and Muhammad Zaidan Ar Rauf

Fakultas Komunikasi dan Sosial, Universitas Telkom, Bandung, 40257, Jawa Barat, Indonesia

*Corresponding author: ranaakbar@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah cara para pebisnis dalam menyampaikan informasi kepada konsumen. Oleh karena itu, kemampuan dalam membuat konten menjadi semakin penting dalam strategi pemasaran modern. Pelatihan *Content Creator* yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Telkom University melalui kelompok Abdi Masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan wawasan siswa SMK Negeri 5 Bandung terkait industri kreatif, khususnya dalam bidang *content creation* sebagai sarana pengembangan diri. Kegiatan pelatihan ini mencakup tiga tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam tahap persiapan, materi disusun dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, sedangkan dalam pelaksanaan tersedia peralatan seperti kamera dan lighting. Selain itu, pelatihan juga didampingi oleh narasumber yang berpengalaman. Program ini menggunakan kombinasi dari teori, praktik, sesi diskusi, serta umpan balik untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam menghasilkan konten yang efektif sebagai strategi promosi.

Key words: Teknologi, Pemasaran, *Content Creator*, Siswa SMK, Strategi Promosi, Pelatihan

Pendahuluan

Di masa kini yang sudah digital, kemampuan masyarakat dalam mengakses dan menggunakan media digital sangat penting karena kemajuan teknologi membutuhkan literasi digital yang baik. Literasi digital tidak hanya tentang kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga bagaimana menggunakan teknologi tersebut untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan cara positif (Putri dalam Maeskina, 2022). Salah satu komponen utama literasi digital adalah budaya digital, yaitu aktivitas masyarakat di ruang digital sambil tetap menjunjung nilai-nilai kebangsaan, Pancasila, dan kebhinekaan (Ayu dkk., 2022). Dalam penerapannya, budaya digital mencakup perilaku dan komunikasi yang sopan dan etis, termasuk dalam kegiatan membuat konten. *Content creator* membuat foto, video, atau tulisan sebagai sarana menyampaikan pesan secara daring (Maeskina & Hidayat, 2022), dan perannya semakin penting dalam dunia pemasaran digital dan iklan (Primawanti & Ali dalam Hadi dkk., 2024). Untuk menjalankan peran ini, diperlukan kemampuan mengoperasikan perangkat komunikasi, menemukan topik yang relevan, serta menguasai teknik *storytelling* yang menarik.

SMKN 5 Bandung dipilih sebagai tujuan pelatihan ini karena sekolah tersebut memiliki potensi besar dalam bidang industri kreatif, terutama melalui jurusan Produksi Film dan Televisi. Program keahlian Seni Visual dan Media Audio-Visual di sekolah ini berkaitan langsung dengan proses membuat konten digital yang menggabungkan aspek seni,

teknologi, dan komunikasi. Pemahaman tentang *content creation* sangat penting bagi siswa jurusan tersebut karena bisa membantu mereka meningkatkan kualitas karya audio-visual sekaligus mempersiapkan mereka menghadapi tuntutan industri kreatif yang semakin berkembang. Dengan keterampilan yang memadai, siswa mampu membuat karya yang informatif, menarik, serta kompetitif. Namun, meski memiliki potensi dan minat, masih banyak siswa SMKN 5 Bandung yang belum paham prinsip dasar membuat konten yang menarik dan sesuai kebutuhan audiens. Kondisi ini membuat karya yang dihasilkan kurang optimal dan kurang diminati. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai dasar-dasar *content creation*, teknik pengambilan gambar, pemilihan topik, hingga penyuntingan konten. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan teori dan praktik, didukung oleh diskusi, bimbingan, serta stimulasi berpikir kreatif. Diharapkan pemberdayaan ini mampu meningkatkan wawasan, kemampuan, serta kesiapan siswa dalam bersaing di industri kreatif dan digital marketing yang semakin kompetitif.

1. <https://doi.org/10.58406/jpml.v5i1.922>
2. <https://doi.org/10.35814/coverage.v15i1.5883>

Metodologi Penelitian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilakukan secara berkala melalui Pra-Kegiatan (persiapan), Pelaksanaan Kegiatan dan Pasca-Produksi (Evaluasi) (Aryani et al., 2024). Berikut adalah alur dan gambaran kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1. Alur Kegiatan (roadmap)

Gambar 1 menjelaskan bahwa Tahapan Pra-Kegiatan (Persiapan) dilaksanakan selama satu bulan sebelum kegiatan utama berlangsung. Pada tahap ini, dilakukan observasi dan identifikasi kebutuhan secara luring melalui wawancara dengan pihak mitra, yang melibatkan perwakilan sekolah dan guru. Tujuannya adalah untuk memahami potensi dan permasalahan yang dihadapi, sehingga materi dan bentuk kegiatan yang disusun dapat tepat sasaran. Selain itu, dalam tahap ini juga dilakukan penyusunan kesepakatan dengan mitra terkait tujuan program dan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Selanjutnya, dilakukan perencanaan program yang mencakup penyusunan proposal kegiatan, konsultasi dengan tim akademik, serta perancangan materi yang akan disampaikan kepada peserta. Materi dikembangkan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang telah dilakukan. Koordinasi dengan mitra dilakukan baik secara daring maupun luring untuk memastikan kesiapan tempat, jadwal, serta teknis pelaksanaan, termasuk pembagian peran antara tim pengabdian dan pihak mitra.

Pada tahap Pelaksanaan Kegiatan, kegiatan utama dilakukan dalam satu hari di SMKN 5 Bandung. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh tim pengabdian yang telah disusun berdasarkan kebutuhan mitra. Penyampaian materi ini mencakup aspek keterampilan dan pengetahuan yang sesuai dengan permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Sesi interaksi dan diskusi menjadi bagian penting dalam kegiatan ini, di mana peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi mengenai materi yang telah disampaikan. Hal ini bertujuan untuk memastikan pemahaman peserta serta mendukung keterlibatan aktif mereka dalam diskusi. Dokumentasi kegiatan juga dilakukan dengan mengambil foto dan video sebagai bahan publikasi serta laporan akhir. Sebagai bentuk pengembangan lebih lanjut, kegiatan ini juga mendorong siswa untuk mengikutsertakan karya mereka dalam event lomba guna memperluas jangkauan dan dampak program. Tahap Pasca-Kegiatan (Evaluasi dan Publikasi) dilakukan setelah kegiatan utama selesai untuk mengukur efektivitas program. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada peserta dan mitra guna mengukur tingkat kepuasan serta dampak kegiatan yang telah dilaksanakan.

Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk menyusun laporan evaluasi yang akan menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan berikutnya. Selain itu, hasil kegiatan ini juga didokumentasikan dan dipublikasikan melalui media massa, blog Fakultas, serta melalui pembuatan *Aftermovie* yang menampilkan rangkuman proses dan dampaknya. Terakhir, seluruh data dan temuan yang diperoleh dalam kegiatan ini disusun dalam laporan akhir sebagai dokumentasi resmi dari pelaksanaan PKM ini. Keterlibatan mitra dalam kegiatan ini sangat penting dan telah dirancang secara rinci agar memberikan kontribusi yang maksimal. Mitra yang terlibat, yaitu SMKN 5 Bandung, memiliki peran aktif dalam setiap

tahapan kegiatan. Pada tahap persiapan, pihak sekolah membantu dalam pengumpulan data kebutuhan, memberikan masukan terhadap rancangan program, serta menyepakati bentuk kolaborasi yang akan dilakukan. Pada tahap pelaksanaan, guru-guru berperan sebagai fasilitator yang mendampingi siswa dalam sesi materi dan diskusi, memastikan kelancaran acara, serta membantu dalam dokumentasi kegiatan. Setelah kegiatan selesai, pihak sekolah juga turut serta dalam proses evaluasi dengan memberikan umpan balik mengenai manfaat program. Dengan keterlibatan mitra yang intensif di setiap tahap, kegiatan PKM ini diharapkan dapat berjalan secara optimal dan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema "Pelatihan Dasar Menjadi *Content Creator* di Era AI & Otomatisasi Digital" pada tanggal 17 Oktober 2025 di SMKN 5 Bandung menunjukkan tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan utama, yaitu perluasan wawasan dan penguatan *mindset* para siswa terhadap industri kreatif digital. Pelatihan ini diselenggarakan dalam format seminar pematerian intensif yang menghadirkan narasumber ahli dari Program Studi Ilmu Komunikasi Telkom University, di mana hasil evaluasi pelaksanaan menunjukkan bahwa realisasi kegiatan berhasil melampaui sekadar aspek teknis, dengan fokus utama pada penanaman pemahaman mendalam mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dan otomatisasi digital sebagai alat bantu efisiensi produksi. Meskipun format kegiatan disesuaikan dari praktik lapangan menjadi seminar karena keterbatasan alokasi waktu, materi fundamental dan konsep dasar mengenai teknik pembuatan konten berhasil disampaikan secara komprehensif.

Interaksi antara narasumber dengan para siswa berlangsung dinamis, dibuktikan dari sesi tanya jawab yang aktif dan interaktif, dengan pertanyaan-pertanyaan kritis yang mencerminkan keinginan kuat para siswa untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh, di antaranya topik mengenai strategi membangun kepercayaan diri, tips agar konten dapat mencapai *For Your Page* (FYP), serta strategi menghadapi plagiarisme konten. Capaian ini mengindikasikan bahwa para siswa tidak hanya menerima pengetahuan teoretis, tetapi juga termotivasi untuk mengembangkan potensi diri dalam karier pembuatan konten digital melalui penguatan aspek inspirasi dan strategi konten. Sebagai tolak ukur hasil akhir pemahaman para siswa setelah dilakukan pelatihan, tim pengabdian masyarakat membuat kuesioner yang harus dikerjakan oleh semua peserta pelatihan. Kuesioner tersebut diberikan sebelum dan sesudah dilakukannya pelatihan. Daftar pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner dapat dilihat pada Diagram berikut:



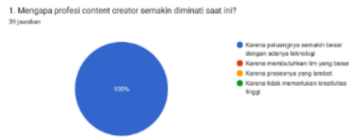
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Sebagai tolak ukur hasil akhir pemahaman para siswa setelah dilakukan pelatihan, tim pengabdian masyarakat membuat kuesioner yang harus dikerjakan oleh semua peserta pelatihan. Kuesioner tersebut

diberikan sebelum dan sesudah dilakukannya pelatihan. Daftar pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner dapat dilihat pada Diagram berikut:

Hasil dan Pembahasan Pre-test SMKN 5 Bandung

- 100% menjawab benar, dengan jawaban yaitu karena peluangnya semakin besar dengan adanya teknologi.



Gambar 3. Diagram Pemahaman Tentang Profesi *Content Creator*

- 100% menjawab benar, dengan jawaban yaitu karena peluangnya semakin besar dengan adanya teknologi.



Gambar 4. Diagram *Pretest* Pemahaman Dasar Tentang Manfaat Utama Otomatisasi dalam Pembuatan Konten

- 94,9% menjawab benar, dengan jawaban yaitu mempermudah distribusi dan penjadwalan konten.
- 2,6% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu menambah waktu produksi
- 2,6% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu menurunkan kualitas konten.



Gambar 5. Diagram *Pretest* Pemahaman Dasar Tentang Etika dalam Penggunaan AI

- 89,7% menjawab benar, dengan jawaban yaitu menjadikan AI sebagai pendukung, bukan pengganti manusia.
- 10,3% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu membuat konten secepat mungkin.



Gambar 6. Diagram *Pretest* Pemahaman Tentang Risiko yang harus diwaspadai dalam penggunaan AI

Gambar 6. Diagram *Pretest* Pemahaman Tentang Risiko yang harus diwaspadai dalam penggunaan AI

- 84,6% menjawab benar, dengan jawaban yaitu plagiarisme dan manipulasi konten.
- 7,7% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu produktivitas menurun.
- 5,1% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu meningkatnya ide kreatif.
- 2,6% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu tidak ada risiko berarti.



Gambar 7. Diagram *Pretest* Pemahaman Tentang Keterampilan yang Tetap Dibutuhkan saat Teknologi Semakin Berkembang

Hasil dan Pembahasan Post-test SMKN 5 Bandung



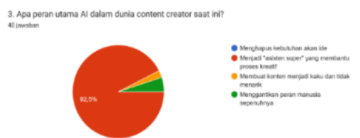
Gambar 8. Diagram *Post Test* Pemahaman Tentang Penggunaan AI Secara Etis

- 90% menjawab benar, dengan jawaban benar yaitu menggunakan AI sebagai alat bantu, bukan pengganti manusia.
- 7,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu menyalin hasil AI tanpa perubahan.
- 2,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu mengandalkan AI sebagai alat utama konten.



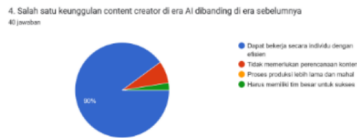
Gambar 9. Diagram *Post Test* Pemahaman Tentang Penggunaan AI Secara Etis

- 90% menjawab benar, dengan jawaban benar yaitu plagiarisme dan manipulasi informasi.
- 5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu peningkatan efisiensi kerja.



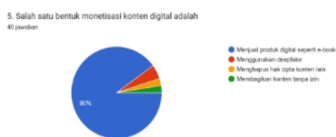
Gambar 10. Diagram *Post Test* Pemahaman Tentang Peran AI dalam Dunia Content Creator

- 92,5% menjawab benar, dengan jawaban benar yaitu menjadi "asisten super" yang membantu proses kreatif.
- 5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu menggantikan peran manusia sepenuhnya.
- 2,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu membuat konten menjadi kaku dan tidak menarik.



Gambar 11. Diagram *Post Test* Pemahaman Tentang Keunggulan *Content Creator* di Era AI

- 90% menjawab benar, dengan jawaban benar yaitu dapat bekerja secara individu dengan efisien.
- 7,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu tidak memerlukan perencanaan konten.
- 2,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu harus memiliki tim besar untuk sukses.



Gambar 12. Diagram *Post Test* Pemahaman Tentang Bentuk Monetisasi Konten Digital

- 90% menjawab benar, dengan jawaban benar yaitu menjual produk digital seperti *e-book*.
- 5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu menggunakan *deepfake*.
- 2,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu menghapus hak cipta konten lain.
- 2,5% salah menjawab, dengan jawaban salah yaitu membagikan konten tanpa izin.

Kesimpulan

Pelatihan Dasar "Menjadi *Content Creator* di Era AI & Otomatisasi Digital" di SMKN 5 Bandung menunjukkan bahwa adaptasi terhadap teknologi kecerdasan buatan memiliki peran krusial dalam pengembangan karier di industri kreatif masa kini. Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan wawasan strategis dan kesiapan mentalitas para siswa dalam menghadapi era otomatisasi digital. Berdasarkan hasil evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test* yang telah dilakukan, terlihat adanya penguatan pemahaman para siswa yang konsisten terhadap konsep penggunaan AI yang etis dan produktif. Hasil *post-test* menunjukkan bahwa 90% siswa mampu mengidentifikasi risiko utama penggunaan AI tanpa kontrol, seperti plagiarisme dan manipulasi informasi, serta memahami etika penggunaannya sebagai alat bantu semata. Selain itu, tingkat pemahaman para siswa mengenai peran AI sebagai "asisten super" untuk efisiensi kreativitas mencapai angka yang sangat tinggi, yaitu 92,5%. Hal ini mengindikasikan

bahwa para siswa sebagai audiens telah berhasil mengubah persepsi mereka, dari sekadar pengguna teknologi menjadi kreator yang mampu memanfaatkan otomatisasi untuk efisiensi kerja.

Pelatihan ini juga memberikan wawasan baru bagi para siswa SMKN 5 Bandung mengenai strategi monetisasi dan algoritma media sosial. Melalui metode seminar intensif dan sesi tanya jawab yang interaktif, para siswa mendapatkan solusi praktis dalam menghadapi hambatan psikologis seperti kurangnya kepercayaan diri dan ketidaktahuan teknis mengenai strategi konten agar mencapai *For Your Page* (FYP). Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuannya dalam menanamkan *mindset content creator* yang adaptif. Keberhasilan ini didukung oleh materi yang relevan dengan kebutuhan industri, partisipasi aktif siswa, serta dukungan penuh dari pihak mitra sekolah. Oleh karena itu, program pengabdian di masa depan disarankan untuk dapat dikembangkan dengan menambah alokasi waktu khusus untuk praktik langsung penggunaan *tools* AI, agar keterampilan teknis peserta dapat semakin terasah seiring dengan pemahaman teoretis yang telah terbangun dengan baik.

Daftar Pustaka

1. Darmawan A. Pelatihan Content Creator dengan Tema Prospek Bisnis yang Menjanjikan pada Masyarakat Desa Panjuran. Sidoarjo: Universitas Sunan Giri Surabaya; 2023.
2. Fadhi M. Strategi Penulisan Konten Digital untuk Generasi Z. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama; 2020.
3. Hidayati N. Teknik Menulis Kreatif untuk Media Sosial dan Blog Bisnis. Bandung: Alfabeta; 2021.
4. Kurniawan D, Setiawan R. Peningkatan Keterampilan Menulis Konten Digital Melalui Pelatihan Kreatif. Yogyakarta: Penerbit Andi; 2019.
5. Lestari S, Prabowo H. Pengembangan Kurikulum Pelatihan Penulisan Kreatif untuk Konten Digital di Sekolah Menengah Atas. Jakarta: Penerbit Erlangga; 2022.
6. Mahendra I, Sari RA. Pelatihan Penulisan Artikel dan Konten untuk Media Sosial bagi Pelajar di Era Digital. Semarang: Unnes Press; 2020.
7. Nugroho A, Wulandari TA. Kreativitas dalam Penulisan Konten Digital untuk Pemasaran Produk UMKM di Indonesia. Malang: UMM Press; 2021.
8. Putra B, Darmawan APS, Hidayah NFS, Rahmawati IAR, Yulianto RAD, Zainuddin HAF, et al. Pelatihan Literasi Pemasaran Digital: Pembuatan Konten Visual dan Penyusunan Copywriting untuk UMKM di Era Digitalisasi. *Journal of Applied Marketing Research*. 2023.
9. Rahayu DE, Santoso HB. Pelatihan Penulisan Kreatif untuk Meningkatkan Keterampilan Komunikasi dalam Bisnis Digital. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. 2019.
10. Rahman FA, Sari IP. Membangun Kreativitas Melalui Pelatihan Menulis Konten Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*. 2021.
11. Ratnasari EA. Pelatihan Penulisan Kreatif bagi Pelajar di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*. 2018.
12. Setiawan RH. Kreativitas dalam Penulisan Konten Bisnis Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2020.
13. Susanti RE. Meningkatkan Keterampilan Menulis Melalui Pelatihan Konten Digital. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*. 2022.
14. Utami NS. Pelatihan Menulis Kreatif untuk Konten Bisnis Online bagi Pelajar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2019.
15. Wibowo TA. Strategi Penulisan Konten Kreatif untuk Media Sosial. Jakarta: Penerbit Salemba; 2021.