

IMPLEMENTASI APLIKASI KONTEN GENERATOR BERBASIS AI UNTUK KAMPUNG DIGITAL SENTRA KREASI

RA. Paramita Mayadewi¹, Heru Nugroho^{2*}, Robbi Hendriyanto³

^{1,2} Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

³ Fakultas Ilmu Komunikasi dan Sosial, Universitas Telkom

e-mail: heru@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Era digital menuntut inovasi berkelanjutan dalam strategi pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun kecerdasan buatan (AI) menawarkan efisiensi dalam pembuatan konten digital, banyak UMKM menghadapi hambatan berupa kesenjangan literasi digital dan keterbatasan sumber daya teknis. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan aplikasi generator konten berbasis AI pada Kampung Digital Sentra Kreasi di Bandung yang berfungsi sebagai inkubator UMKM kreatif. Metode yang digunakan meliputi pendampingan penggunaan platform low-code dan no-code untuk menyederhanakan proses pembuatan materi promosi multimedia. Hasil implementasi menunjukkan bahwa teknologi AI secara signifikan memperkaya riset pasar dan membantu pelaku usaha menciptakan konten yang menarik guna memperkuat branding produk lokal. Program ini selaras dengan agenda transformasi digital nasional dan diharapkan dapat direplikasi di kampung digital lainnya untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat secara luas.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, Generator Konten, UMKM Kreatif, Kampung Digital, Pemasaran Digital.

Abstract

The digital era demands continuous innovation in marketing strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). While Artificial Intelligence (AI) offers efficiency in digital content creation, many MSMEs face obstacles such as digital literacy gaps and limited technical resources. This community service activity aims to implement an AI-based content generator application at the Sentra Kreasi Digital Village in Bandung, which serves as a creative MSME incubator. The method involves helping in using low-code and no-code platforms to simplify the process of creating multimedia promotional materials. The implementation results show that AI technology significantly enriches market research and assists entrepreneurs in creating engaging content to strengthen local product branding. This program aligns with the national digital transformation agenda and is expected to be replicated in other digital villages to enhance public digital skills broadly.

Keywords: Artificial Intelligence, Content Generator, Creative MSMEs, Digital Village, Digital Marketing.

PENDAHULUAN

Aplikasi generator konten berbasis AI telah muncul sebagai alat transformatif untuk keterlibatan komunitas dan pembuatan konten. Aplikasi ini memanfaatkan kecerdasan buatan generatif untuk mengotomatisasi dan meningkatkan proses pembuatan beragam konten digital, mulai dari teks dan gambar hingga materi multimedia (Wu dkk., 2023). Sistem pembangkitan konten berbasis AI mewakili pendekatan transformatif terhadap keterlibatan komunitas dan berbagi informasi (Kj, 2025). Era digital telah secara fundamental mengubah lanskap pemasaran, menggarisbawahi kebutuhan kritis akan pembuatan konten yang efektif untuk melibatkan audiens target. Pergeseran ini menuntut inovasi berkelanjutan dalam cara produk dan layanan disajikan secara online untuk menarik perhatian konsumen dan membangun loyalitas merek. Namun, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan masyarakat lokal sering menghadapi hambatan signifikan dalam upaya ini, khususnya terkait kesenjangan literasi digital dan keterbatasan sumber daya untuk pembuatan konten yang kuat (Lubis dkk., 2025). Banyak UMKM kesulitan menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif karena kurangnya pengetahuan teknologi, meskipun manfaat saluran digital telah terbukti untuk meningkatkan kinerja pemasaran dan menjangkau pelanggan potensial (Berto Mulia Wibawa dkk., 2022)

Integrasi Kecerdasan Buatan (AI) dan teknologi digital lainnya secara mendalam mengubah pembuatan konten dan strategi pemasaran untuk bisnis. AI secara signifikan memperkaya riset pasar, analisis sentimen, dan manajemen krisis, membuka jalan bagi hubungan masyarakat yang lebih efektif dan menghasilkan konten yang sangat menarik (Awaloedin dkk., 2024). Penciptaan konten yang efektif dalam bisnis multimedia sangat penting untuk mengelola upaya pemasaran dan mengamankan umpan balik pelanggan yang positif (Purnama dkk., 2023). Untuk memfasilitasi adopsi strategi digital yang kompleks ini, platform low-code dan no-code muncul sebagai penggerak utama bagi usaha kecil dan menengah, membantu digitalisasi dan otomatisasi proses manajemen, termasuk alur kerja pembuatan konten potensial. Platform ini menawarkan manfaat signifikan dengan menyederhanakan keputusan dan proses bisnis untuk organisasi yang lebih kecil, sehingga membuat solusi teknologi canggih lebih mudah diakses (Domański dkk., 2023).

Kampung Digital Sentra Kreasi yang berperan sebagai inkubator UMKM kreatif di Bandung memiliki peluang besar untuk menjadi pionir pemanfaatan AI dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Implementasi aplikasi Konten Generator berbasis AI akan mempermudah masyarakat dalam menciptakan konten promosi, memperkuat branding produk lokal, serta meningkatkan keterampilan digital mereka. Lebih dari itu, program ini selaras dengan agenda transformasi digital nasional dan roadmap pemberdayaan UMKM berbasis teknologi, sehingga hasil implementasi dapat direplikasi di kampung digital lainnya di Jawa Barat.

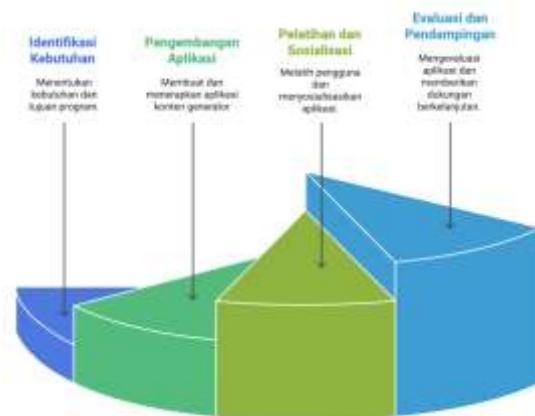


Gambar 1. Anggota Kampung Digital Sentra Kreasi

Implementasi aplikasi Konten Generator berbasis AI di Kampung Digital Sentra Kreasi akan memberikan dampak langsung pada peningkatan literasi digital masyarakat sasaran. Selama ini, keterbatasan pemahaman tentang teknologi modern menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital secara maksimal. Dengan adanya aplikasi ini, para anggota komunitas tidak hanya akan terbiasa menggunakan perangkat digital untuk kebutuhan promosi, tetapi juga memahami prinsip dasar prompt engineering, strategi konten marketing, serta teknik mengemas produk dengan bahasa yang persuasif. Transformasi pengetahuan ini sangat penting, karena literasi digital merupakan prasyarat utama agar UMKM dapat bertahan di tengah disrupti teknologi dan persaingan global. Seiring meningkatnya keterampilan ini, anggota Sentra Kreasi akan lebih percaya diri dalam memasarkan produknya dan tidak lagi bergantung sepenuhnya pada pihak eksternal untuk pembuatan konten.

METODE

Metode pelaksanaan dan tahapan pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan "Integrasi Chatbot Untuk Layanan Dan Produk Sentra Kreasi" dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

1. Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan

Tahap awal program dilakukan dengan analisis kebutuhan anggota komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi. Identifikasi ini meliputi pemetaan kesulitan yang dihadapi UMKM dalam membuat konten digital, seperti keterbatasan ide promosi, kendala waktu, serta minimnya keterampilan desain. Diskusi kelompok terfokus (focus group discussion) dilakukan untuk menggali aspirasi masyarakat sasaran dan menentukan tujuan spesifik, yakni memperkuat identitas digital produk lokal melalui konten yang konsisten, kreatif, dan sesuai karakteristik pasar. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merancang fitur aplikasi Konten Generator berbasis AI.

2. Pengembangan dan Implementasi Aplikasi Konten Generator.

Tahap kedua adalah perancangan aplikasi Konten Generator berbasis AI dengan pendekatan user-centered design. Aplikasi ini dilengkapi fitur pembuatan teks otomatis (caption, deskripsi produk, ide kampanye), template desain visual sederhana, serta rekomendasi prompt untuk membantu pengguna menghasilkan konten yang relevan. Antarmuka aplikasi dirancang ramah pengguna sehingga dapat dioperasikan oleh pelaku UMKM dengan literasi digital dasar. Selain itu, aplikasi juga menyediakan opsi penyesuaian narasi lokal agar konten yang dihasilkan tetap menonjolkan identitas budaya produk Sentra Kreasi.

3. Pelatihan dan Sosialisasi

Setelah aplikasi siap digunakan, program dilanjutkan dengan pelatihan literasi digital bagi anggota Sentra Kreasi. Materi pelatihan mencakup cara menggunakan aplikasi, dasar-dasar prompt engineering, serta strategi pemasaran digital berbasis konten. Kegiatan dilakukan secara praktis dengan studi kasus langsung dari produk anggota komunitas, sehingga peserta dapat langsung memproduksi konten mereka sendiri. Pendampingan berkelanjutan juga disediakan, baik secara offline maupun online, untuk membantu menyelesaikan kendala teknis serta memberikan arahan pengembangan konten lebih lanjut.

4. Evaluasi

Tahap akhir berupa evaluasi efektivitas implementasi program, dengan indikator seperti peningkatan jumlah konten yang diproduksi, kualitas engagement di media sosial, serta kepuasan anggota dalam menggunakan aplikasi. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur dampak program terhadap daya saing UMKM. Setelah itu, strategi keberlanjutan disiapkan dengan membentuk tim internal Sentra Kreasi sebagai pengelola aplikasi dan pusat pelatihan komunitas. Dengan model ini, program dapat terus berjalan meski periode pengabdian berakhir, sekaligus membuka peluang replikasi di komunitas digital lain di Jawa Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi konten generator berbasis AI ini dirancang untuk mendukung Kampung Digital Sentra Kreasi dalam menghasilkan berbagai aset promosi secara cepat dan konsisten. Platform ini memungkinkan setiap pelaku usaha untuk membuat materi visual dan konten pemasaran sesuai kebutuhan pameran maupun aktivitas branding harian. Integrasi aplikasi ini bertujuan memastikan seluruh konten yang dihasilkan tersimpan dengan rapi dan mudah diakses oleh para anggota, sehingga mendukung proses kreatif dan publikasi secara lebih efektif. Untuk memastikan pemanfaatan aplikasi

berjalan optimal, akan dilakukan sesi pelatihan dan sosialisasi kepada para anggota, agar mereka memahami cara menggunakan fitur-fitur yang tersedia serta mampu mengoptimalkan teknologi AI dalam mendukung kegiatan promosi mereka.



Gambar 3. Aplikasi Konten Generator Berbasis AI

Pelaksanaan kegiatan "Implementasi Aplikasi Konten Generator Berbasis AI untuk Kampung Digital Sentra Kreasi" dimulai dengan identifikasi kebutuhan dan preferensi anggota komunitas melalui survei dan wawancara untuk merancang fitur yang relevan. Setelah itu, aplikasi konten generator dikembangkan dan diintegrasikan dengan platform komunitas seperti situs web dan media sosial untuk mempermudah akses. Sesi pelatihan dan sosialisasi kemudian dilakukan guna memastikan anggota komunitas memahami cara penggunaan dan manfaat dari tools tersebut. Kegiatan ditutup dengan pengumpulan feedback dari pengguna sebagai bagian dari evaluasi awal untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut di masa mendatang.



Gambar 4. Pendampingan Penggunaan Aplikasi Keuangan Untuk Usaha Mikro Berbasis AI

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya yaitu implementasi aplikasi konten generator berbasis AI yang dapat membantu mempromosikan kampung Digital Sentra Kreasi secara lebih luas. Pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan juga telah memberikan dampak positif terhadap keterampilan digital kepada komunitas.



Gambar 5. Foto Bersama Pasca Pelatihan Penggunaan Aplikasi Konten Generator Berbasis AI

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pemberdayaan Kampung Digital Sentra Kreasi melalui implementasi AI-based Content Generator yang dirancang untuk membantu UMKM memproduksi konten digital secara cepat, konsisten, dan sesuai identitas produk lokal. Aplikasi ini dikembangkan sebagai solusi praktis atas rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan pembuatan konten yang selama ini menjadi hambatan utama UMKM dalam memanfaatkan platform digital. Dengan fitur-fitur pembuatan caption otomatis, rekomendasi prompt, serta template visual sederhana, aplikasi ini berperan sebagai tools repository yang dapat diakses seluruh anggota komunitas untuk menunjang kegiatan promosi secara digital.

Pelatihan yang diberikan kepada anggota komunitas menunjukkan peningkatan pemahaman mereka terhadap literasi digital, dasar-dasar prompt engineering, serta strategi pemasaran berbasis konten. Pendampingan langsung melalui studi kasus produk UMKM membantu peserta memahami cara mengemas narasi produk yang lebih persuasif, kreatif, dan relevan dengan pasar. Dengan adanya aplikasi dan pelatihan ini, proses produksi konten menjadi lebih efisien, terstruktur, dan hemat biaya, sehingga para pelaku UMKM dapat lebih konsisten menjaga keberlanjutan aktivitas pemasaran digital mereka.

Implementasi Content Generator tidak hanya mempermudah operasional pembuatan konten, tetapi juga membentuk ekosistem kolaboratif di Sentra Kreasi, di mana anggota saling berbagi pengalaman, prompt, template, dan strategi konten yang efektif. Kolaborasi antara Kampung Digital Sentra Kreasi dan tim pengabdian masyarakat menciptakan sinergi yang mendorong penguatan identitas digital produk lokal, peningkatan kapasitas SDM, serta pengembangan komunitas yang lebih adaptif terhadap teknologi. Melalui evaluasi berkala, program ini juga menunjukkan peningkatan kualitas konten dan engagement media sosial anggota komunitas.

Secara keseluruhan, program ini menjadi langkah strategis dalam memberdayakan UMKM dengan teknologi digital berbasis AI, selaras dengan agenda transformasi digital nasional. Ke depannya, keberhasilan implementasi ini diharapkan dapat direplikasi pada kampung digital lainnya di Jawa Barat, sehingga manfaatnya tidak hanya dirasakan secara lokal, tetapi juga mendukung peningkatan daya saing UMKM secara regional dan nasional.

SARAN

Berdasarkan konteks tantangan yang disebutkan dalam pendahuluan, berikut adalah beberapa saran yang dapat dilakukan untuk kegiatan selanjutnya:

1. Pelatihan Bertahap untuk Literasi Digital: Mengingat kesenjangan teknologi adalah hambatan utama, program pendampingan sebaiknya dibagi menjadi tingkat dasar (pengenalan alat) hingga tingkat lanjut (optimasi strategi konten) agar tidak membebani pelaku UMKM.
2. Fokus pada Keamanan dan Etika Data: Karena implementasi teknologi digital sering menghadapi kekhawatiran privasi, tim pengembang perlu memberikan edukasi khusus mengenai pengelolaan data konsumen yang aman dalam ekosistem AI.
3. Penyediaan Modul Antarmuka Sederhana: Mengingat kompleksitas antarmuka sering menjadi kendala, disarankan untuk mengembangkan panduan visual sederhana atau menyesuaikan platform AI agar lebih ramah bagi pengguna awam.

4. Monitoring Replikasi Program: Untuk memastikan program selaras dengan roadmap nasional, perlu dilakukan monitoring berkala terhadap hasil konten yang diproduksi dan dampaknya terhadap peningkatan loyalitas merek secara nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) Universitas Telkom yang telah mendanai kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui skema Hibah Teknologi Tepat Guna periode 2 Tahun 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Awaloedin, D. T., Pradini, G., Bule, Y. G., & Andini, D. A. (2024). Impact of Latest Technology in Mandalika MotoGP Tourism PR: SWOT Review. *International Journal of Economics, Management, Business, and Social Science (ijembis)*, 4(1), 545–557. <https://doi.org/10.59889/ijembis.v4i1.378>
- Berto Mulia Wibawa, Imam Baihaqi, Ninditya Nareswari, Rachma Rizqina Mardhotillah, & Faras Pramesti. (2022). Utilization of Social Media and Its Impact on Marketing Performance: A Case Study of SMEs in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 23(1), 19–34. <https://doi.org/10.33736/ijbs.4596.2022>
- Dománski, R., Wojciechowski, H., Lewandowicz, J., & Hadaś, Ł. (2023). Digitalization of Management Processes in Small and Medium-Sized Enterprises—An Overview of Low-Code and No-Code Platforms. *Applied Sciences*, 13(24), 13078. <https://doi.org/10.3390/app132413078>
- Kj, K. (2025). A Survey on Ai-Content Generator. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 09(01), 1–9. <https://doi.org/10.55041/IJSREM41078>
- Lubis, U. S., Wulandari, N., Wahyudi, I., Widiyanto, A., Wibowo, E. A., Hakim, L., Apriyansyah, B., Hardiati, N., Swastika, A. Y., & Meyzia, B. (2025). Digital marketing strategies in expanding the market for MSME creative products in Indonesia—State of art. *Frontiers in Communication*, 10, 1647391. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1647391>
- Purnama, L. D., Khouroh, U., & Natsir, M. (2023). The Influence of Content Marketing and E-WOM on Customer Satisfaction through Brand Image in Content Creation Companies (Content Booster) in Malang City. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(10). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i10-18>
- Wu, J., Gan, W., Chen, Z., Wan, S., & Lin, H. (2023). AI-Generated Content (AIGC): A Survey (Versi 1). arXiv. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2304.06632>