



Optimalisasi Konten Promosi Kawan Cerita Outdoor melalui Pendampingan Penggunaan AI

Azalia Mawarindani ¹, Mirza Putri Andita ², Intra Swadaya Hidayat ³, Yanti Efendy ⁴, Wiza Yunifa ⁵

^{1,2,3,4,5} Institut Palcomtech

Azalia.mawarindani@palcomtech.ac.id ¹, mirza.putri@palcomtech.ac.id ², intra.swadaya@palcomtech.ac.id ³,
yanti.efendi@palcomtech.ac.id ⁴, wizayunifa@palcomtech.ac.id ⁵

ARTICLE INFO

Keywords:
Gpt chat
training and
digital learning

Abstract

Kawan Cerita Outdoor is one of the business in South Sumatra that provides mountain tourism travel services complemented by camping equipment rental services. The business faces challenges in maintaining consistent promotion of the services due to the limitations in human resources (HR) and a lack of understanding regarding the utilizing of artificial intelligence (AI) in developing promotional content strategies. This community service activity aims to provide training and mentoring on the use of AI to support the digital marketing of Kawan Cerita Outdoor on social media, particularly Instagram. This activity was carried out by transferring knowledge and providing practical assistance to the participants (HR of Kawan Cerita Outdoor) regarding the utilization of AI such as ChatGPT to quickly produce content planning along with the creation of engaging promotional content. The method of this activity involved a participatory approach, such as direct demonstration, simulation, and interactive discussion session. The results of this activity indicate an increased understanding and skills of the participants in using AI to create promotional content plans. Furthermore, participants were also able to create engaging promotional content quickly by utilizing AI. This initiative positively contributed to enhancing the digital marketing capabilities of Kawan Cerita Outdoor, and it is hoped that this will benefit the business's growth.

Kata Kunci:
Pelatihan
Chat GPT
dan
pembelajaran
digital

Abstract

Kawan Cerita Outdoor merupakan salah satu bisnis di Sumatera Selatan yang menyediakan jasa perjalanan wisata gunung dilengkapi dengan layanan penyewaan peralatan berkemah. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan Pemahaman tentang pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam penyusunan strategi konten promosi menjadi kendala bagi bisnis ini untuk menjaga konsistensi promosi layanannya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini, bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan AI untuk menunjang pemasaran digital Kawan Cerita Outdoor di media sosial khususnya Instagram. Kegiatan ini (SDM Kawan Cerita Outdoor) terkait pemanfaatan AI seperti ChatGPT untuk mempercepat pembuatan perencanaan konten disertai dengan pembuatan konten promosi yang menarik. Metode kegiatan ini melibatkan pendekatan partisipatif, seperti demonstrasi langsung simulasi penggunaan AI dan sesi diskusi interaktif. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan AI untuk membuat perencanaan konten promosi. Selain itu peserta juga mampu membuat konten promosi yang menarik dalam waktu singkat dengan memanfaatkan AI.

Corresponding Author: azalia.mawarindani@palcomtech.ac.id

Accepted Journal: 18 Juni 2025

Reviewed Journal: 19 Juni 2025

Published Journal: 20 Juni 2025

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata alam yang sangat besar, termasuk wisata ke Kawasan pegunungan. Daya tarik alam pegunungan Indonesia memiliki prospek yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai peluang bisnis. Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyatakan bahwa Indonesia meraih pendapatan 150 juta dolar AS dari wisata gunung di tahun 2020, baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara (Novianti, 2023). Melihat besarnya potensi wisata gunung, Kawan Cerita Outdoor hadir sebagai salah satu pelaku usaha di Sumatra Selatan yang berfokus pada penyediaan layanan perjalanan wisata gunung, umum maupun privat. Kawan Cerita Outdoor juga menyediakan layanan penyewaan peralatan berkemah untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan

Kawan Cerita Outdoor memanfaatkan media sosial untuk promosi layanannya. Pemasaran melalui media sosial (*social media marketing*) menjadi salah satu channel yang paling efektif untuk promosi di Indonesia (Indra et al., 2023). Hal ini dikarenakan mayoritas pengguna media sosial berasal dari generasi muda dan mereka banyak menghabiskan waktu di platform online ini. Data Sensus Penduduk 2020 yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan demografi Indonesia masih didominasi oleh kalangan muda, yaitu gen Millenial dan gen Z (GoodStats, 2023). Selain itu, penggunaan media sosial sebagai media promosi terbukti dapat membantu meningkatkan penjualan volume pada UKM (Andita et al., 2024).

Salah satu media sosial yang digunakan Kawan Cerita Outdoor untuk promosi layanan ialah Instagram. Instagram menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia di tahun 2024 (Databoks, 2024). Selain menjadi platform yang mengedepankan estetika visual melalui foto dan video, Instagram juga memberikan peluang unik bagi bisnis untuk berinteraksi aktif dengan audiens (Sinaga & Nindi, 2023). Interaksi ini krusial dalam membangun engagement dan hubungan personal yang kuat dengan calon konsumen. (Kotler & Armstrong, (2018) menjelaskan interaksi yang efektif membangun customer engagement, yang merupakan investasi jangka panjang dalam loyalitas pelanggan. Pemasaran di Instagram juga membantu konsumen mengenali keberadaan bisnis ini dan secara bertahap membentuk pandangan konsumen terhadap merek Kawan Cerita Outdoor. Upaya pemasaran yang konsisten dan relevan berkontribusi pada brand awareness dan brand image yang positif merupakan fondasi dari ekuitas merek (brand equity) (Kotler & Keller, 2016). Oleh karena itu, Kawan Cerita Outdoor perlu fokus pada pembuatan konten promosi yang menarik untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan engagement dengan calon pelanggan secara efektif.

Optimalisasi strategi konten promosi di Instagram menjadi tantangan bagi Kawan Cerita Outdoor. Keterbatasan SDM dengan keahlian pemasaran digital menghambat rutinitas promosi layanan bisnis. Selain itu, kurangnya pemahaman SDM bisnis ini juga belum memiliki pengetahuan tentang perencanaan konten (*content planning*). Perencanaan konten merupakan susunan jadwal posting konten beserta detail topik, waktu, dan caption yang dapat membantu bisnis untuk mengontrol promosi dengan lebih efektif. Strategi perencanaan konten pada media sosial membuat bisnis dapat bertahan di era digital dengan dinamika yang dapat berubah dengan sangat signifikan (Ananda et al., 2023). Maka dari itu, penting bagi Kawan Cerita Outdoor untuk mengatasi kendala ini agar dapat menyajikan konten promosi yang menarik, relevan, dan efektif secara konsisten untuk menjangkau wisatawan potensial. Kendala ini dapat diatasi dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (AI). ChatGPT, salah satu AI yang terkenal di era ini (Dagnaw, 2020). AI dapat membantu Kawan Cerita Outdoor membuat perencanaan konten dengan instruksi (prompt) yang tepat. ChatGPT juga mampu membuat konten promosi yang menarik, baik dalam bentuk animasi, 3D, maupun gambar lainnya. Namun, pengetahuan dan pengalaman SDM yang rendah akan pemanfaatan AI dalam hal ini membuat mereka belum memanfaatkan teknologi ini.

Berdasarkan uraian di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai solusi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital Kawan Cerita Outdoor. Fokus utama kegiatan ini adalah melatih dan mendampingi secara praktis penggunaan teknologi AI generatif seperti ChatGPT. Tujuannya adalah agar SDM Kawan Cerita Outdoor mampu memanfaatkan AI untuk mempercepat proses perencanaan konten promosi yang kreatif dan menarik, serta meningkatkan kemampuan produksi konten menarik secara cepat dengan memanfaatkan AI.

2. METODE

Tahap pelaksanaan program ini mencakup beberapa tahapan yang dilakukan meliputi: Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini berlangsung selama 14 hari yang dimulai sejak 15 April 2025 sampai dengan 18 April 2025 yang bertempat di Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, Kota Palembang, Sumatra Selatan. Peserta dalam program ini ialah pemilik bisnis Kawan Cerita Outdoor.

1. Wawancara dengan Pemilik Bisnis

Untuk memahami kendala Kawan Cerita Outdoor dalam memasarkan layanannya secara konsisten di Instagram, tim pengabdian melakukan observasi melalui wawancara dengan pemilik bisnis. Wawancara ini juga bertujuan untuk mengukur pemahaman peserta tentang alat monitoring pemasaran media sosial seperti kalender konten. Selain itu, pada tahapan ini, tim pengabdian juga menggali informasi mengenai sejauh mana peserta telah memanfaatkan AI dalam promosi media sosial.



Gambar 1. Wawancara dengan Pemilik Bisnis Kawan Cerita Outdoor

2. Pendampingan

Pada tahap ini, Tim pengabdian akan memberikan demonstrasi langsung mengenai pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI), yaitu ChatGPT, untuk pembuatan kalender konten beserta konten. Sesi demonstrasi ini mencakup pemberian contoh instruksi (prompt) yang efektif untuk perencanaan konten dan pembuatan materi promosi yang menarik. Setelah itu, peserta akan dipandu untuk melakukan simulasi langsung penggunaan AI. Dalam sesi ini, peserta akan dipandu untuk mempraktikkan pembuatan perencanaan konten dan menghasilkan ide-ide konten promosi menggunakan ChatGPT berdasarkan skenario studi kasus yang relevan dengan bisnis mereka.



Gambar 2. Demonstrasi Langsung Pemanfaatan AI dengan Peserta

3. Evaluasi

Setelah sesi demopostrasi dan simulasi akan diadakan sesi wawancara akhir dengan peserta untuk mengevaluasi hasil kegiatan ini. Peserta memberikan umpan balik dengan hasil pendampingan yang sudah dilakukan dalam kegiatan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

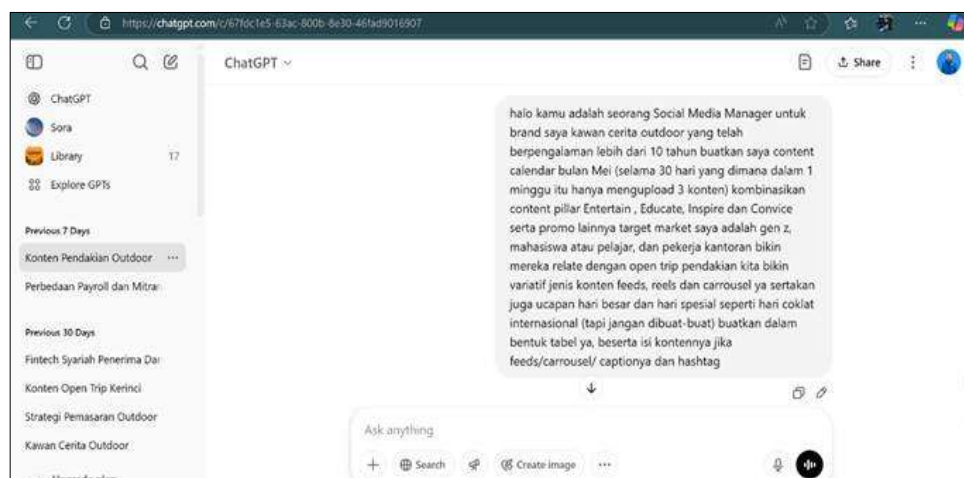
1. Hasil Wawancara dengan Pemilik Bisnis

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bisnis, diketahui bahwa konten promosi Kawan Cerita Outdoor sebelumnya hanya mengandalkan ide pemilik bisnis, sehingga keterbatasan ide sering menghambat pemasaran layanan yang konsisten. Bisnis ini belum memanfaatkan AI untuk membantu pembuatan ide konten promosi. Selain itu, bisnis ini juga belum menggunakan alat monitoring pemasaran media sosial seperti kalender konten.

2. Hasil Pendampingan

Setelah melakukan wawancara, tim pengabdian merancang pelatihan dan pendampingan peserta yang menghasilkan dua luaran utama. Luaran pertama adalah terbentuknya kalender konten selama 30 hari yang disusun langsung oleh peserta dengan pendampingan dari tim pengabdian, sedangkan luaran kedua adalah konten promosi yang dihasilkan dengan memanfaatkan teknologi AI generatif, khususnya melalui ChatGPT. Selama proses kegiatan ini, peserta diperkenalkan dan didampingi secara langsung untuk memahami prinsip dasar mengenai kalender konten serta pemilihan tema konten yang sesuai dengan identitas brand bisnis ini.

Pendampingan pertama dalam kegiatan ini membahas tentang penyusunan kalender konten, mulai dari teknik prompting yang efektif, strategi konten harian, hingga pengembangan ide konten yang efisien. Setelah peserta memahami materi yang diberikan, Tim pengabdian mendampingi peserta untuk membuat prompting AI agar ide konten yang dihasilkan selaras dengan identitas bisnisnya. Berikut adalah hasil prompting dari sesi ini.



Gambar 3. Prompting Kalender Konten

Hasil dari pendampingan ini menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan kalender konten selama 30 hari. Setelah prompting kalender konten dilakukan, dihasilkanlah kalender konten lengkap dengan konten pillar, jenis konten, tema konten, format konten, hingga caption selama 30 hari. Berikut adalah hasil kalender konten yang dihasilkan oleh Kawan Cerita Outdoor.

Tanggal	Hari	Jenis Konten	Content Pillar	Tema Konten	Format	Caption
1 Mei 2025	Kamis	Feeds	Educate	Tips Packing Anti Ribet	Carousel	Packing list mendaki: bawa yang wajib, tinggal yang ribet 📋🧐
3 Mei 2025	Sabtu	Reels	Entertain	POV Open Trip bareng strangers	Reels	Awalnya asing, pulang jadi kawan 🤝👉
6 Mei 2025	Selasa	Feeds	Convince	Promo Open Trip Kerinci	Feeds	Diskon up to 10% + doorprize carrier! 🎁👉
8 Mei 2025	Kamis	Carousel	Educate	Peralatan Mendaki Pemula	Carousel	Baru mulai mendaki? Ini perlengkapan wajib kamu 🧐👉
10 Mei 2025	Sabtu	Reels	Inspire	Transformasi Pendaki Pemula	Reels	Dari takut naik bukit jadi cinta gunung 🏔️👉
13 Mei 2025	Selasa	Carousel	Convince	Kenapa Join Open Trip?	Carousel	Hemat, aman, dan banyak teman! 🤝👉
15 Mei 2025	Kamis	Feeds	Educate	Tips Jaga Lingkungan Saat Hiking	Feeds	Gunung bukan tempat sampah 🗑️👉
17 Mei 2025	Sabtu	Reels	Entertain	Tipe-tipe Pendaki	Reels	Si tukang ngeluh vs si strong banget 🗑️👉

Gambar 4. Tampilan Kalender Konten Kawan Cerita Outdoor Hasil Generate AI

Setelah penyusunan kalender konten, kegiatan selanjutnya ialah pendampingan pembuatan konten dengan bantuan AI generatif. Kesuksesan dari sesi ini dapat dilihat dari postingan Instagram Kawan Cerita Outdoor, yaitu konten inspiratif bertema Hari Bumi (Earth Day) dengan visual menarik yang dibuat dengan menggunakan ChatGPT. Berikut ini adalah konten hasil karya peserta kegiatan ini.



Gambar 5. Konten Happy Earth Day yang dihasilkan dari Generate AI

Konten ini dihasilkan peserta dari arahan prompting dalam kegiatan ini berlangsung. Peserta menghasilkan gambar tersebut dari prompting yang lengkap. Penekanan prompting ada pada style grafis Ghibli, educate, dan pesan ramah lingkungan sesuai dengan identitas bisnis Kawan Cerita Outdoor, yakni pendakian gunung. Berikut adalah prompting untuk menghasilkan gambar diatas.



Gambar 6. Prompting Konten Kawan Cerita Outdoor

3. Evaluasi

Evaluasi kegiatan ini mendapat respons positif dari peserta. Wawancara lanjutan dengan UMKM Kawan Cerita Outdoor menunjukkan bahwa pemanfaatan ChatGPT sangat membantu dalam perencanaan konten. Proses pembuatan konten yang sebelumnya memakan waktu sehari-hari dan tidak terstruktur, kini menjadi lebih efisien dengan menggunakan AI. Pendampingan penggunaan prompt AI yang tepat juga membantu peserta dalam menggali beragam ide konten serta menentukan visualisasi konten menarik yang sesuai dengan nilai-nilai brand bisnisnya. Hasil ini juga menunjukkan adanya dampak jangka panjang dari pemanfaatan teknologi AI bagi UMKM ini dalam aspek branding di platform digital.

Adanya kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan bagi Kawan Cerita Outdoor, yang tidak memiliki tim khusus pengelola media sosial. Efisiensi menjadi hal penting bagi UMKM ini agar pengelolaan akun Instagram bisnis ini berjalan lancar tanpa memerlukan penambahan sumber daya manusia. Proses pembuatan elemen konten secara detail, seperti pembuatan caption, yang dapat dibantu sepenuhnya oleh AI membuat UMKM ini dapat menghemat waktu dan tenaga tim dalam menyusun pesan komunikasi yang relevan dan menarik. AI generatif seperti ChatGPT terbukti efektif dalam mendukung proses kreatif dan eksekusi konten, mulai dari tahap perencanaan hingga publikasi konten. AI menjadi solusi cerdas dan efisien bagi UMKM seperti Kawan Cerita Outdoor dalam mengatasi keterbatasan sumber daya.

Selain respon positif peserta kegiatan ini, hasil konten yang di posting juga mendapat respon positif dari pengguna Instagram. Setelah diposting di Instagram Kawan Cerita Outdoor, konten ini mendapatkan respons positif di Instagram. Hal ini terbukti dari jumlah interaksi (likes) mencapai 39 likes. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata likes pada unggahan sebelumnya dengan format serupa, yang berkisar antara 20 likes. Hal ini mengindikasikan bahwa konten yang dihasilkan dengan bantuan AI tidak hanya hanya mempercepat proses produksi konten, tetapi juga membantu menghasilkan output konten yang lebih terstruktur dan sesuai tren sehingga mampu meningkatkan engagement audiens. Kemampuan adaptasi tren terkini menjadi sangat penting bagi UMKM agar tetap kompetitif di era digital ini.

Secara keseluruhan, pelatihan dan pendampingan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas SDM Kawan Cerita Outdoor dalam merancang konten promosi, tetapi juga membuka wawasan baru mengenai potensi besar dari teknologi AI untuk diintegrasikan dalam strategi pemasaran digital UMKM. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, teknologi AI sederhana seperti ChatGPT dapat diakses dan dimanfaatkan oleh bisnis kecil tanpa latar belakang teknis yang kompleks. Hal ini selaras dengan semangat transformasi digital yang inklusif, di mana pelaku usaha mikro dan kecil pun dapat mengambil bagian dalam pemanfaatan teknologi untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan harus mengindikasikan secara jelas hasil-hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangannya, serta kemungkinan pengembangan selanjutnya. Kesimpulan dapat berupa paragraf, namun sebaiknya berbentuk point-point dengan menggunakan numbering atau bullet. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pemasaran digital UMKM Kawan Cerita Outdoor melalui pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI), khususnya ChatGPT. Hasil utama dari kegiatan ini meliputi terbentuknya kalender konten selama 30 hari, terciptanya konten promosi yang relevan, menarik, serta mampu meningkatkan engagement audiens di media sosial. Pendampingan yang dilakukan menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang sederhana namun sistematis, pelaku UMKM mampu mengadopsi teknologi AI untuk mempercepat dan menyederhanakan proses perencanaan serta produksi konten pemasaran digital. Kawan Cerita Outdoor yang sebelumnya mengalami keterbatasan dalam hal waktu dan sumber daya manusia untuk pengelolaan media sosial, kini mampu merancang strategi konten yang lebih terstruktur dan efisien. Penggunaan ChatGPT terbukti dapat membantu dalam membuat caption yang sesuai dengan karakter brand, memilih tema konten yang tepat, dan meningkatkan kualitas komunikasi visual maupun verbal di platform digital.

Hasil evaluasi terhadap salah satu konten menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan audiens yang signifikan dibandingkan dengan konten sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa konten yang dirancang dengan dukungan AI tidak hanya efisien dari sisi produksi, tetapi juga efektif dalam menjangkau target audiens dan meningkatkan interaksi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi AI dalam perencanaan konten merupakan solusi strategis dan praktis yang sangat relevan bagi UMKM, terutama dalam konteks keterbatasan sumber daya. Kegiatan ini juga memberikan bukti bahwa transformasi digital dapat dilakukan secara inklusif, dan AI dapat menjadi alat bantu yang memberdayakan pelaku usaha kecil untuk lebih kompetitif di era digital.

Agar dampak dari pemanfaatan teknologi AI, seperti ChatGPT, dapat berkelanjutan bagi UMKM seperti Kawan Cerita Outdoor, disarankan agar pelaku UMKM terus mengasah keterampilan digital dan mengikuti perkembangan teknologi terkini. Pelatihan lanjutan mengenai strategi pemasaran digital berbasis AI, pemanfaatan tools kreatif lainnya, serta analisis performa konten juga perlu difasilitasi secara berkala. Selain itu, dukungan dari lembaga pendidikan, pemerintah, maupun komunitas perlu diperkuat dalam bentuk pendampingan rutin, penyediaan akses terhadap teknologi, serta platform berbagi praktik baik antar pelaku UMKM. Dengan demikian, transformasi digital berbasis AI dapat berjalan lebih inklusif dan mendorong kemandirian UMKM dalam membangun daya saing di ranah digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada UMKM Kawan Cerita Outdoor selaku mitra pengabdian, Muhammad Firdaus Hidayat Tullah dan Abdul Rozak Muzaki, atas kolaborasi dan kontribusinya selama proses pendampingan, serta Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech yang telah memfasilitasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(4), 98–107.
- Andita, M. P., Indra, A. M., Yunifa, W., & Handra, F. S. (2024). *Pemberdayaan UMKM Dekpid melalui Pembimbingan Promosi melalui Instagram dan Desain Packaging Produk (Empowerment of the MSME Department through Promotion Guidance via Instagram and Product Packaging Design)*. 3(1), 11–19.
- Armstrong, P. K. dan G. (2018). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts* (4th ed.). Pearson Education, Inc.
<https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Dagnaw, G. (2020). Artificial Intelligence towards Future Industrial Opportunities and Challenges. *African Conference on Information Systems*.
- Databoks. (2024). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*.
- GoodStats. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z*.
- Indra, A. M., Aribowo, M. F., & Setiawan, E. (2023). Pemahaman Dan Kebermanfaatan Digital Trend Dalam Transformasi Digital Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Teknomatika*, 13(02), 61–69.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*, (Edisi 15). Erlangga.
- Novianti, A. (2023). *Besarnya Potensi Wisata Gunung Indonesia, Bisa Hasilkan Devisa 150 Juta Dolar AS*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparantravel/besarnya-potensi-wisata-gunung-indonesia-bisa-hasilkan-devisa-150-juta-dolar-as-21GoR3Ee36B/full>
- Sinaga, S. Y., & Nindi, I. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Membangun Minat Pengunjung Synchronize Fest 2023. *Action Research Literate*, 7(9), 91–96.
<https://doi.org/10.46799/ar.v7i9.163>