



## **Pelatihan Tools Generative AI Sebagai Upaya Peningkatan Kemampuan dalam Membuat Konten Digital Untuk Pemasaran Produk Shopee Affiliate di BBPVP Serang**

Alia Cinta Kinda, Fanny Khaerunnisa, Etnavya Nazwa Lestari, Muhammad Zidan,  
Reggy Putra Pratama Widika

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Universitas Sultan  
Ageng Tirtayasa, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, BBPVP Serang

Email: [2221220025@untirta.ac.id](mailto:2221220025@untirta.ac.id), [2221220072@untirta.ac.id](mailto:2221220072@untirta.ac.id),  
[2221220085@untirta.ac.id](mailto:2221220085@untirta.ac.id), [2221220066@untirta.ac.id](mailto:2221220066@untirta.ac.id), [Reggyputras@gmail.com](mailto:Reggyputras@gmail.com)

### **Abstrak**

Perkembangan pesat teknologi digital telah mendorong kebutuhan untuk meningkatkan keterampilan peserta vokasi dalam produksi konten digital yang efektif untuk pemasaran online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan Tools *Generative AI* terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten digital untuk program Shopee Affiliate di BBPVP Serang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi dengan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta menilai pelatihan sangat bermanfaat dan menyenangkan, materi disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami, dan metode interaktif dan pendampingan instruktur mendukung pemahaman dan keterampilan praktis peserta. Peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam membuat prompt AI, menghasilkan teks, gambar, dan video promosi secara kreatif dan efisien, dan menyadari relevansi AI untuk strategi pemasaran digital, khususnya dalam program Shopee Affiliate. Artinya bahwa integrasi *Generative AI* dalam pelatihan vokasi dapat meningkatkan keterampilan digital peserta, kreativitas, dan kesiapannya menghadapi pasar kerja digital, sekaligus membuka peluang bagi pengembangan bisnis *online*.

**Kata Kunci:** *Generative AI*, Pemasaran Digital, Pelatihan Vokasi

### **Abstrack**

The rapid development of digital technology has driven the need to improve the skills of vocational participants in producing effective digital content for online marketing. This study aims to analyze the effectiveness of Generative AI Tools training in improving participants' abilities to create digital content for the Shopee Affiliate program at BBPVP Serang. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection through observation and questionnaires. The results show that participants found the training very useful and enjoyable, the material was presented clearly and was easy to understand, and the interactive methods and instructor guidance supported participants' understanding and practical skills. Participants experienced an increase in their ability to create AI prompts, generate creative and efficient promotional text, images, and videos, and realized the relevance of AI for digital marketing strategies, especially in the Shopee Affiliate program. This means that the integration of Generative AI in vocational training can enhance participants' digital skills, creativity, and readiness to face the digital job market, while also opening up opportunities for online business development.

**Keywords:** Generative AI, Digital Marketing, Vocational Training



## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital global dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong meningkatnya kebutuhan akan keterampilan produksi konten digital yang kreatif. Ekonomi digital bukan lagi terbatas hanya pada perusahaan besar saja, tapi turut merambah pelaku usaha kecil, pekerja lepas, dan individu yang memanfaatkan media sosial maupun platform e-commerce sebagai sarana pemasaran. Menurut Rexhepi Mahmutaj & Jusufi (2023) literasi digital dan inovasi di perusahaan kecil menengah, digitalisasi telah mengubah economic rules sehingga pemahaman dan penguasaan konten digital menjadi salah satu faktor kompetitif yang sangat diperlukan. Maka dari itulah kemampuan untuk menghasilkan konten digital berkualitas yang mencakup ide yang tepat, visual yang menarik, naskah yang persuasif, dan distribusi yang efektif menjadi aset utama bagi siapa pun yang ingin memenangkan perhatian konsumen di tengah persaingan digital yang makin ketat.

Pada ekosistem pemasaran digital, berbagai kajian sudah menunjukkan bahwa konten digital memiliki peran yang sangat besar dalam memengaruhi keputusan pembelian dan interaksi pengguna di platform e-commerce. Sebagai contohnya penelitiannya Chu Dkk (2021) tentang digital content marketing menemukan bahwa konten yang relevan dan bernilai bagi pelanggan bisa meningkatkan intensi pembelian secara signifikan. Lalu Gonçalves & Rosinha (2023) menemukan bahwa pemasaran konten digital yang menghadirkan kepercayaan, hiburan, dan informasi yang akurat memiliki pengaruh kuat terhadap penggunaan *e-commerce* dan loyalitas penggunaannya, maka dari sisi pemasaran modern, kemampuan menghasilkan konten digital menjadi komponen strategis yang mampu memperkuat keterhubungan antara merek/produk dan konsumen dan memperluas jangkauan dan efektivitas komunikasi pemasaran.

Di Indonesia, fenomena semacam ini makin kuat dengan pertumbuhan pesat program pemasaran berbasis afiliasi seperti Shopee Affiliate Program yang bisa membuat pengguna bisa memperoleh pendapatan lewat promosi produk di media sosial yang mana programnya itu berkembang karena mudah diikuti dan tidak memerlukan modal besar, artinya ada kemudahan adopsi afiliasi dan konten yang dihasilkan penggunanya (Anggaetri, 2024). Shopee Affiliate Program adalah program bagi pengguna untuk mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk Shopee melalui tautan (link) khusus di media sosial atau platform lainnya. Peserta yang terdaftar (afiliasi) akan mendapatkan komisi dari setiap pembelian yang terjadi melalui link unik yang dibagikan. Tapi efektivitas promosi sangat bergantung pada kualitas konten visual maupun naratif yang diproduksi oleh affiliator, dimana dalam penelitian mengenai kualitas konten dan afiliasi di Indonesia, ditemukan bahwa elemen visual, storytelling dan persuasif dalam konten terbukti sentralk perannya untuk menunjang performanya. Ketika konten yang dibuat tidak menarik, tidak informatif, atau tidak sesuai algoritma platform, performa pemasaran menjadi rendah dan konversi penjualan sulit dicapai, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian yang menyoroti bahwa kualitas dan kredibilitas konten afiliasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (Ihatra, Dkk 2024).

Di lembaga pelatihan vokasi seperti Balai Besar Pelatihan Vokasi dan Produktivitas (BBPVP) Serang, peserta pelatihan memiliki peluang besar untuk memanfaatkan ekosistem digital dan program afiliasi yang berkembang pesat. Namun, hasil observasi



lapangan dan studi ilmiah menunjukkan bahwa banyak peserta masih mengalami kesulitan dalam membuat konten yang memenuhi standar pemasaran digital modern. Permasalahan tersebut dari sisi aspek teknis, sampai dengan ideasi, narasi, pengeditan visual hingga pemahaman karakteristik audiens dan platform. Bahkan itu dibuktikan dengan penelitian di lembaga vokasi Indonesia dari Setiyawan Dkk (2023) yang menyimpulkan bahwa tingkat literasi digital dan kesiapan teknologi peserta masih rendah, sehingga mempengaruhi outcome pembelajaran dan kemampuannya memproduksi konten digital secara efektif. Walau institusi vokasi telah menyediakan media pembelajaran berbasis teknologi, penerapan pedagogi yang tepat dan pelibatan aktif peserta dalam proses produksi konten masih kurang optimal yang menyebabkan hambatan seperti sulitnya menyusun filter ide kreatif, menyesuaikan elemen grafis/video dengan brand produk, dan memahami dinamika algoritma media sosial atau platform e-commerce. Sebagai hasilnya konten yang dihasilkan seringkali tidak cukup menarik, kurang informatif, atau tidak relevan dengan target audiens, sehingga performa pemasaran menjadi rendah dan konversi sulit dicapai.

Penurunan kemampuan produksi konten digital yang efektif berdampak langsung terhadap efektivitas upaya pemasaran afiliasi yang mana konten yang kurang menarik secara visual maupun naratif seringkali menghasilkan tingkat keterlibatan (*engagement rate*) yang rendah, jumlah klik yang minim, dan tingkat konversi yang jauh di bawah harapan. Penelitiannya Purnomo (2023) menunjukkan bahwa strategi konten yang kurang optimal menjadi salah satu hambatan utama dalam meningkatkan konversi di platform e-commerce. Tanpa konten yang dirancang dengan baik seperti memperhatikan *buyer persona*, elemen visual, *call to action* yang jelas, dan platform distribution strategy maka afiliasi akan kesulitan mengubah perhatian pengguna menjadi aksi pembelian. Keterbatasan kemampuan tersebut tentu mengurangi potensi peserta pelatihan untuk memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal khususnya dalam program afiliasi seperti Shopee Affiliate Program yang menuntut kecepatan respons, adaptasi algoritma platform, dan pemahaman audiens yang terus berubah. Seringkali banyak peserta pelatihan digital mengalami gap kompetensi dan tidak siap sepenuhnya untuk tuntutan pasar kerja maupun pemasaran digital yang dinamis. Sehingga dibutuhkan pendekatan pelatihan yang lebih inovatif, adaptif terhadap teknologi terkini, dan selaras dengan kebutuhan industri pemasaran digital agar kompetensi peserta dapat meningkat secara signifikan dan ia mampu meraih peluang dari ekonomi digital dan afiliasi. Salah satu inovasi yang menjadi perhatian global adalah penggunaan tools *Generative Artificial Intelligence (Generative AI)*, seperti ChatGPT, DALL·E, Midjourney, Canva AI, dan CapCut AI. Teknologi ini mampu membantu proses kreatif secara cepat dan efisien mulai dari ide konten, pembuatan naskah promosi, pengolahan visual, hingga penyuntingan video otomatis. *Generative AI* bisa mengotomatisasi pembuatan skenario konten, mempercepat alur kerja produksi kreatif, dan memberi ruang pada personalisasi konten dalam skala besar. Teknologi ini bisa mengurangi beban teknis dan kreatif bagi pemula yang belum mahir dalam pengolahan konten secara manual yang memberi ruang pada pengguna untuk menghasilkan konten dengan kualitas yang lebih tinggi dalam waktu lebih singkat. (Tiwari, 2023).

Di dalam lingkungan pendidikan vokasi maupun pelatihan kreatif, penerapan *Generative AI* mulai mendapat perhatian sebagai alat bantu produksi konten. Ranuharja Dkk (2025)



menunjukkan bahwa *Generative AI* secara signifikan meningkatkan desain materi pembelajaran dengan mendukung otomatisasi konten, personalisasi, dan aksesibilitas yang lebih baik, meskipun terdapat tantangan seperti kebutuhan kompetensi digital dan pengawasan kualitas manusia. Integrasi teknologi *Generative AI* dalam pelatihan vokasi menjadi makin dibutuhkan karena lembaga pelatihan dituntut untuk menyesuaikan diri dengan dinamika industri digital yang cepat berubah. Penggunaan AI generatif dalam pembelajaran vokasi bisa membuat para peserta untuk memproduksi konten digital berkualitas tinggi dalam waktu singkat, sekaligus mengurangi hambatan teknis yang biasanya menghambat pemula sehingga ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk memfokuskan energi pada pengembangan ide kreatif, storytelling, dan strategi pemasaran yang efektif, alih-alih terjebak pada kendala teknis. Kemudian pelatihan berbasis *Generative AI* selaras dengan tujuan lembaga vokasi yang menekankan peningkatan kompetensi praktis sesuai kebutuhan industri. Penelitian oleh Guettala et al. (2023) menegaskan bahwa integrasi AI dalam program pembelajaran meningkatkan kesiapan peserta menghadapi tuntutan pasar kerja digital, sekaligus memberi ruang pada personalisasi proses belajar sesuai kemampuan dan kecepatan masing-masing peserta, maka dari itu *Generative AI* mempermudah produksi konten dan bahkan berfungsi sebagai alat pedagogis yang memperkuat kompetensi peserta, membekalinya dengan keterampilan yang langsung dapat diterapkan dalam pemasaran digital dan strategi afiliasi, sehingga lembaga pelatihan dapat lebih efektif menyiapkan peserta untuk tantangan ekonomi digital.

Tapi adopsi *Generative AI* dalam pendidikan dan pelatihan vokasi tidak lepas dari sejumlah tantangan yang perlu diwaspadai. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan AI yang tidak terkontrol dapat menimbulkan risiko plagiarisme, ketergantungan berlebihan pada sistem otomatis, dan produksi konten yang generik dan kurang mencerminkan kreativitas peserta salah satunya penelitiannya Pozdniakov (2022) bahwa output AI cenderung mengikuti pola data yang ada sehingga membutuhkan intervensi manusia agar tetap otentik dan inovatif. Dari konsisi itulah maka pelatihan harus dirancang sedemikian rupa sehingga AI berfungsi sebagai alat bantu, bukan pengganti kemampuan kreatif peserta. Integrasi strategi human-centered design, ilmu mengenai konteks pemasaran sampai dengan bimbingan kreatif tetap diperlukan untuk memastikan peserta mampu memproduksi konten berkualitas tinggi yang orisinal, efektif, dan sesuai standar industri pemasaran digital.

Berdasarkan peninjauan literatur dan kondisi lapangan, tampak adanya gap penelitian yang jelas. Belum banyak penelitian di Indonesia khususnya di lingkungan lembaga pelatihan vokasi pemerintah seperti BBPVP Serang yang secara spesifik mengukur efektivitas penggunaan tools *Generative AI* dalam meningkatkan kemampuan peserta membuat konten digital untuk pemasaran produk melalui program Shopee Affiliate. Gap inilah yang menjadikan penelitian ini relevan secara praktis maupun akademik. BBPVP Serang dipilih menjadi lokasi penelitian karena lembaga ini merupakan pusat pelatihan dan pengembangan vokasi yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan kompetensi tenaga kerja di bidang pertanian dan perikanan. Lalu BBPVP Serang punya banyak atau beragam program dan peserta dari berbagai wilayah, sehingga memberi ruang kepada analisis yang komprehensif terkait implementasi kebijakan, alokasi sumber daya, dan efektivitas pelatihan. Sehingga hasil penelitian akan bisa menjadi dasar perbaikan desain pelatihan agar lebih efektif dan sesuai kebutuhan



industri digital. Dari sisi akademik, penelitiannya ini bisa memperkaya literatur mengenai peran *Generative AI* dalam proses pembelajaran vokasional dan pemasaran digital. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis ingin menganalisa efektivitas dari pelatihan penggunaan tools *Generative AI* terhadap kemampuan peserta pelatihan BBPVP Serang dalam membuat konten digital yang efektif untuk pemasaran produk melalui Shopee Affiliate.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan pendekatan terstruktur untuk mengevaluasi pelaksanaan pelatihan tools *Generative AI* di BBPVP Serang. Menurut Creswell (2014), metode deskriptif-kualitatif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna suatu masalah sosial atau kemanusiaan dari perspektif individu atau kelompok, dengan cara menggambarkan secara rinci fenomena yang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah peserta pelatihan *Generative Tools AI* di BBPVP Serang dengan latar belakang pendidikan, usia, dan jenis kelamin berbeda, sehingga memberi ruang kepada analisis komprehensif mengenai pengalaman dan persepsi peserta terhadap materi, metode, dan relevansi pelatihan.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan terbuka dan tertutup, mulai dari penilaian peserta terhadap kejelasan materi, peningkatan kemampuan pembuatan konten digital, pengalaman menggunakan prompt AI, kreativitas dan efisiensi dalam membuat konten promosi, relevansi tools AI untuk strategi pemasaran digital, pengalaman paling berkesan, sampai efektivitas pelatihan. Analisis data dilakukan secara tematik, dengan mengelompokkan jawaban peserta ke dalam kategori berdasarkan tema yang muncul, sehingga dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan dampak pelatihan terhadap keterampilan digital dan kesiapan peserta dalam konteks pemasaran produk digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan hasil temuan penelitian mengenai pelaksanaan pelatihan *Tools Generative AI* di BBPVP Serang, sekaligus mendiskusikan persepsi, pengalaman, dan peningkatan keterampilan digital peserta yang diperoleh selama pelatihan. Setelah penulis menyebarkan kuesioner kepada peserta, berikut hasil dan pembahasannya.

### **Hasil**

Pelatihan *Tools Generative AI* yang diselenggarakan oleh BBPVP Serang menunjukkan hasil yang sangat positif dan memberikan pengalaman mendalam bagi seluruh peserta. Secara umum, peserta menilai kegiatan ini menyenangkan dan memberi manfaat substantif yang memperluas wawasannya terkait teknologi kecerdasan buatan, khususnya *Generative AI*, serta aplikasinya dalam konteks profesional dan bisnis digital. Antusiasme peserta terlihat dari berbagai pernyataan yang menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil menciptakan suasana belajar yang interaktif, ramah, dan memotivasi. Riza Alfien Wijaya misalnya menyampaikan bahwa “*pelatihan terasa sangat menyenangkan dan ilmunya bermanfaat,*” menunjukkan adanya perpaduan antara keseruan interaksi dan relevansi materi.



Hal yang senada juga diungkapkan oleh Mukhlis Gia Tegar yang menilai kegiatan ini “*seru dan edukatif, materi mudah diikuti,*” menandakan bahwa penyampaian materi dilakukan dengan metode yang tepat sehingga memudahkan peserta mengikuti alurnya. Mahyudi turut menambahkan bahwa pelatihan ini “*sangat bermanfaat, relevan, dan suasananya interaktif,*” sehingga jelas bahwa suasana yang dibangun mampu mendukung proses pembelajaran yang aktif, nyaman, dan memberi ruang bagi peserta untuk bereksperimen dengan AI. Dari keseluruhan pandangan ini tampak bahwa pelatihan menjadi proses transfer ilmu dan pengalaman belajar yang menyenangkan yang meningkatkan motivasi peserta dan memicu keinginan untuk terus mengeksplorasi teknologi AI.

Di samping aspek kenyamanan dan antusiasme, kejernihan penyampaian materi menjadi salah satu keunggulan utama dari pelatihan ini. Peserta menilai struktur materi sangat sistematis, disusun secara runtut, dan ditunjang dengan penjelasan yang mudah dipahami meskipun topik yang dibahas cukup teknis. Siti Nurfadiyah menjelaskan bahwa “*materinya sangat jelas dan mudah dipahami,*” menandakan bahwa instruktur menyampaikan konsep AI dengan bahasa yang sesuai tingkat pemahaman peserta. Aryo Yonatan menambahkan bahwa materi disampaikan secara “*jelas, terarah, mudah dipahami, kombinasi teori dan praktik*” menunjukkan keseimbangan antara pemahaman konsep dasar dan penerapan langsung. Nurul Hayati Ardilla bahkan menekankan pentingnya contoh praktik dengan mengatakan bahwa penyampaian materi “*sangat jelas, runtut, dengan contoh praktis untuk teks, gambar, dan video berbasis prompt,*” sehingga peserta memahami teori dan menguasai cara menggunakan tools *Generative AI* untuk berbagai kebutuhan konten. Metode pembelajaran yang interaktif serta adanya pendampingan aktif dari instruktur menjadi salah satu faktor penting keberhasilan kegiatan ini. Ketika peserta mencoba membuat konten menggunakan AI, instruktur hadir untuk membantu mengatasi hambatan teknis dan menjelaskan langkah-langkah yang tepat. Kombinasi antara paparan teoritis yang terstruktur dan praktik langsung menjadi formula pembelajaran yang efektif, sehingga peserta dapat membangun pemahaman yang lebih mendalam dan memperoleh pengalaman praktik yang relevan.

Pelatihan ini meningkatkan wawasan konsep dan secara signifikan mengembangkan kemampuan teknis peserta dalam membuat konten digital menggunakan tools *Generative AI*. Peserta belajar membuat konten dalam berbagai format seperti teks, gambar, dan video, sekaligus memahami teknik penulisan prompt yang efektif untuk menghasilkan output yang optimal. Fandi Febrian menyampaikan bahwa AI sangat membantunya dalam menghasilkan ide caption, menyusun skrip, dan merancang konsep visual yang sesuai dengan target audiens, menunjukkan bahwa *Generative AI* dapat menjadi alat strategis dalam mempercepat proses kreatif. Alfaridza juga menyatakan bahwa ia mampu “*memanfaatkan tools Generative AI untuk konten kreatif, efisien, dan menarik*” menegaskan bahwa AI memberi ruang yang lebih besar bagi peserta untuk meningkatkan produktivitas tanpa mengurangi kualitas konten. Sementara itu Mukhlis Gia Tegar menyoroti peningkatan kemampuan dalam berpikir kritis saat menulis prompt dan membuat konten seperti iklan video ataupun blog, menunjukkan bahwa keterampilan peserta bertambah dari sisi teknis sampai dari aspek strategis. Pelatihan ini akhirnya mampu memicu kreativitas peserta dalam memadukan idenya dengan kemampuan AI sehingga menghasilkan konten yang lebih variatif, profesional, dan sesuai kebutuhan pasar digital.



Dari sisi relevansi, peserta melihat *Generative AI* sebagai teknologi yang sangat penting dan dapat langsung diimplementasikan dalam aktivitas pemasaran digital, baik untuk UMKM maupun untuk strategi pemasaran afiliasi. Banyak peserta mencatat bahwa AI sangat membantu dalam mempercepat pembuatan konten, meningkatkan kualitas visual maupun teks, serta mempermudah personalisasi pesan pemasaran sesuai kebutuhan audiens. Siti Nurfadiyah mengatakan bahwa *“teknologi ini sangat relevan untuk UMKM baru, membantu membuat foto produk lebih menarik”* yang menjelaskan bahwa AI dapat menjadi solusi praktis bagi pelaku UMKM yang membutuhkan konten berkualitas tinggi tapi memiliki keterbatasan sumber daya. Aryo Yonatan pun menegaskan bahwa *“teknologi ini meningkatkan efisiensi, personalisasi, dan skalabilitas konten”* menandakan bahwa AI mampu meningkatkan produktivitas tim pemasaran dan mendukung strategi digital yang lebih adaptif. Mahyudi menambahkan bahwa *“AI mempercepat proses, meningkatkan kualitas visual dan teks”* sehingga peserta dapat fokus pada elemen strategis dalam penyusunan kampanye pemasaran sementara AI menangani aspek teknis. Maka pelatihan ini membekali peserta kemampuan untuk memproduksi caption, skrip promosi, desain visual, hingga video marketing dengan lebih cepat, efisien, dan profesional.

Efektivitas pelatihan sangat dipengaruhi oleh pendekatan pembelajaran yang aplikatif, metode penyampaian yang interaktif, serta fasilitas pendukung yang memadai. Riza Alfien Wijaya menyatakan bahwa *“pengajaran sangat baik meskipun penerapan lanjutan masih perlu dikembangkan”*, menunjukkan bahwa instruktur mampu menyajikan materi dengan jelas dan relevan. Muhamad Muslih menyoroti bahwa efektivitas pelatihan sangat ditopang oleh *“materi, fasilitas, pendampingan, dan motivasi peserta,”* menandakan bahwa keberhasilan pembelajaran merupakan hasil sinergi antara kesiapan instruktur, kelengkapan sarana, dan partisipasi aktif peserta. Nurul Hayati Ardilla menekankan bahwa *“metode interaktif dan pendampingan aktif sangat berpengaruh terhadap efektivitas pelatihan”*, terutama ketika peserta melakukan eksplorasi langsung menggunakan AI. Fasilitas seperti perangkat komputer, akses internet cepat, serta akun AI Pro memberi peserta kesempatan untuk bereksperimen dan mengaplikasikan materi secara real-time. Lalu kemampuan instruktur dalam menyesuaikan tingkat kesulitan materi dengan kebutuhan peserta turut berperan penting dalam memastikan pemahaman yang optimal.

Pelatihan ini berkontribusi nyata terhadap peningkatan keterampilan digital peserta dan membantunya mengaplikasikan AI dalam pekerjaan maupun bisnis digital. Riza Alfien Wijaya menyampaikan bahwa *“ia siap bekerja atau memulai bisnis sendiri dengan Generative AI dan internet,”* menandakan adanya peningkatan kepercayaan diri dan kesiapan untuk memasuki ekosistem digital. Fandi Febrian menegaskan bahwa *“ia mampu membuat berbagai konten digital secara mandiri seperti video, blog, dan poster, menunjukkan bahwa pelatihan mampu menghasilkan kemandirian dalam berkarya”*. Mahyudi kemudian menyampaikan bahwa *“kini ia lebih siap menghadapi dunia kerja digital,”* menegaskan bahwa pelatihan memberi keterampilan teknis dan membangun kesiapan mental dan profesional yang dibutuhkan dalam industri digital. Peserta yang sebelumnya belum memahami cara memproduksi konten kini mampu merancang ide kampanye, membuat deskripsi produk, menghasilkan visual iklan, dan memproduksi video promosi dengan bantuan AI.



## Pembahasan

Dari hasil penelitiannya, tercermin bahwa peserta secara umum merasakan manfaat yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan *Generative AI*. Respon positif peserta, seperti yang disampaikan oleh Riza Alfien Wijaya, Siti Nurfadiyah, dan Mukhlis Gia Tegar, mencerminkan bahwa pelatihan ini menyenangkan dan relevan dengan kebutuhan praktis di bidang pemasaran digital dan produksi konten. Itu sejalan dengan gagasan Rexhepi Mahmutaj & Jusufi (2023) yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan faktor kompetitif dalam menghadapi ekonomi berbasis teknologi, sebab pemahaman terhadap alat digital dan produksi konten menjadi modal utama bagi individu untuk bersaing secara efektif. Pelatihan yang dirancang secara interaktif dan aplikatif terbukti membantu peserta mengembangkan wawasan sekaligus keterampilan yang diperlukan dalam menghasilkan konten digital yang relevan dengan kebutuhan industri. Kejelasan materi pelatihan menjadi aspek yang menonjol dalam keberhasilan program ini. Beberapa peserta seperti Aryo Yonatan dan Alfaridza menekankan bahwa kombinasi antara teori dan praktik membuat materi lebih mudah dipahami dan langsung dapat diimplementasikan. Penyampaian materi yang sistematis dan kontekstual ini selaras dengan kerangka *Technological Pedagogical Content Knowledge* (TPACK) yang menegaskan perlunya integrasi pengetahuan teknologi, konten, dan pedagogi agar proses pembelajaran berlangsung efektif. Lewat materi yang runtut dan dikemas dalam konteks kebutuhan industri digital, peserta mendapatkan kesempatan untuk langsung mencoba membuat konten menggunakan tools *Generative AI*, sehingga wawasannya makin terinternalisasi. Kejelasan penyampaian ini memfasilitasi wawasan teknis, dan mempercepat adaptasi peserta terhadap dinamika dan tuntutan pekerjaan di sektor digital.

Peningkatan kemampuan peserta terlihat dari kemampuannya membuat konsep kreatif, mengembangkan naskah, serta merancang visual dan video promosi. Itu tampak dari pengalaman Fandi Febrian dan Siti Nurfadiyah yang secara langsung merasakan peningkatan keterampilan dalam menyusun prompt dan membuat konten yang efektif. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Memarian & Doleck (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan *Generative AI* dapat meningkatkan efisiensi produksi konten sekaligus mempertahankan kreativitas individu. Lalu dari sisi pemasaran digital, peningkatan kemampuan ini berhubungan erat dengan temuan Chu et al. (2021) bahwa konten digital yang bernilai, relevan, dan menarik memiliki dampak positif terhadap intensi pembelian dan interaksi pengguna. Itu berarti pelatihan ini meningkatkan kapasitas teknis peserta, dan membekalinya dengan kemampuan untuk membuat konten yang memiliki nilai strategis dalam pemasaran digital. Pengalaman peserta dalam menggunakan prompt AI menjadi salah satu aspek yang memberikan nilai tambah signifikan dalam pelatihan. Penggunaan prompt terbukti memudahkan peserta dalam menghasilkan beragam ide konten secara cepat dan efisien, sebagaimana disampaikan oleh Aryo Yonatan dan Nurul Hayati Ardilla. Efektivitas prompt AI dalam mengurangi hambatan teknis memberi ruang bagi peserta untuk fokus pada aspek strategis seperti storytelling, personalisasi konten, dan penyesuaian dengan kebutuhan audiens. Temuan ini konsisten dengan pandangan Pozdniakov (2022) yang menggarisbawahi bahwa meskipun AI dapat mempercepat produksi konten, intervensi manusia tetap diperlukan untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tetap kreatif, inovatif, dan autentik.



Aspek kreativitas dan efisiensi produksi konten menjadi dimensi lain yang mengalami peningkatan signifikan. Peserta seperti Alfien Wijaya dan Fandi Febrian melaporkan bahwa peserta mampu membuat blog interaktif, video promosi, dan berbagai bentuk konten digital lainnya dengan lebih cepat dan efektif. Itu sejalan dengan literatur Rexhepi Mahmutaj & Jusufi (2023) yang menegaskan bahwa literasi digital dan kemampuan inovasi merupakan aset penting yang meningkatkan daya saing individu dalam ruang digital. Penggunaan *Generative AI* memungkinkan delegasi tugas-tugas teknis secara otomatis, sehingga peserta memiliki lebih banyak ruang untuk fokus pada kualitas ide, desain naratif, dan strategi pemasaran. Perspektif ini diperkuat oleh Tiwari (2023) yang menjelaskan bahwa AI membantu mempercepat alur kerja produksi konten dan meningkatkan efisiensi keseluruhan proses, tanpa mengurangi kualitas kreatif yang diperlukan dalam pemasaran modern.

Relevansi AI bagi pemasaran digital tampak sangat jelas dari pengalaman peserta, terutama ia yang berfokus pada UMKM dan kegiatan pemasaran seperti Shopee Affiliate. Pernyataan Siti Nurfadiyah yang menilai AI sangat membantu membuat foto produk lebih menarik dan efektif bagi UMKM baru menjadi bukti bahwa AI dapat mendukung pelaku usaha kecil dalam memperkuat identitas visual produknya. Itu diperkuat oleh Aryo Yonatan yang menekankan bahwa AI membantu meningkatkan efisiensi dan personalisasi konten, dua aspek kunci dalam strategi pemasaran berbasis afiliasi. Mahyudi menambahkan bahwa AI mempermudah proses pembuatan video promosi, terutama pada produk-produk tertentu seperti peralatan kue. Temuan-temuan ini konsisten dengan riset Gonçalves & Rosinha (2023) yang menunjukkan bahwa pemasaran konten digital yang informatif, menghibur, dan meyakinkan dapat memperkuat loyalitas pengguna e-commerce. Integrasi *Generative AI* ke dalam pelatihan vokasi memberikan peserta kemampuan untuk menciptakan konten yang berkualitas tinggi dalam waktu singkat yang kemudian meningkatkan kesiapannya menghadapi tuntutan pasar digital modern.

Secara garis besarnya pelatihan ini membuktikan efektivitasnya dalam meningkatkan literasi digital peserta, memperkuat kemampuan teknis dan kreatif, dan membuka peluang baru dalam pemasaran digital. Mengacu pada temuan Guettala et al. (2023), pelatihan berbasis AI dalam konteks vokasi berkontribusi besar pada peningkatan kesiapan tenaga kerja memasuki industri yang terdigitalisasi. Maka seluruh rangkaian temuan menunjukkan bahwa pelatihan *Generative AI* ini mampu memenuhi kebutuhan peserta dalam hal pengetahuan dan keterampilan, dan memperkuat kompetensinya untuk menghadapi ekonomi digital yang makin kompetitif.

## KESIMPULAN

Pelatihan Tools *Generative AI* yang diselenggarakan oleh BBPVP Serang terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat konten digital untuk pemasaran produk melalui program Shopee Affiliate. Pelatihan ini membantu peserta memahami dan menguasai teknologi AI dan menyusun kreativitas, efisiensi, dan kemandirian dalam menghasilkan konten berkualitas, mulai dari teks, visual, hingga video. Integrasi AI menjadikan peserta fokus pada pengembangan ide kreatif dan strategi pemasaran, sementara tugas teknis dikerjakan secara otomatis, sehingga hasil konten lebih relevan dan menarik bagi target audiens. Efektivitas pelatihan didukung oleh metode interaktif, pendampingan instruktur, serta fasilitas yang memadai, sehingga



peserta merasa termotivasi dan mampu menerapkan pengetahuan secara langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *Generative AI* dalam pelatihan vokasi memberikan kontribusi signifikan terhadap kesiapan peserta menghadapi pasar digital yang kompetitif. Pelatihan semacam ini memiliki prospek untuk dikembangkan lebih luas, untuk program afiliasi dan kebutuhan pemasaran digital dan produksi konten kreatif lainnya. Lewat pendekatan yang tepat, *Generative AI* dapat memperkuat literasi digital peserta, meningkatkan keterampilan praktis, dan membuka peluang ekonomi digital yang lebih besar, sekaligus menyiapkan peserta untuk menghadapi tuntutan industri dan dunia kerja modern.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Altun, D. (2019). Investigating Pre-Service Early Childhood Education Teachers' Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK) Competencies Regarding Digital Literacy Skills and Their Technology Attitudes and Usage. *Journal of Education and Learning*, 8(1), 249-263.
- Anggaetri, N. (2024). Transformasi niat beli: Dampak affiliate marketing dan perceived ease of use dengan moderasi user generated content. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 5(3), 506–521.
- Chu, G. Nguyen, N. & Khuong, M. (2021). What digital content marketing works for e-commerce platforms? An analysis of customers' passive use in enhancing purchase intention. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Humancentered Artificial Intelligence (Computing4Human 2021)*. CEUR Workshop Proceedings, Da Nang, Vietnam (Oct 2021).
- Dickey, E., & Bejarano, A. (2024). Gaide: A framework for using *Generative AI* to assist in course content development. In *2024 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE)* (pp. 1-9). IEEE.
- Gonçalves, I., & Rosinha, A. (2023). The role of trustworthy and entertaining content marketing in e-Commerce: Unveiling the key strategies for engaging consumer. *European Journal of Applied Business and Management*, 9(4).
- Guettala, M., Bouekkache, S., Kazar, O., & Harous, S. (2024). Generative artificial intelligence in education: Advancing adaptive and personalized learning. *Acta Informatica Pragensia*, 13(3), 460-489.
- Ihatra, D. Hasfi, N., & Ulfa, N. (2024). Persuasive Elements within Indonesian Affiliate Marketing Content on Tiktok. *Interaksi Online*, 12(4), 385-399.
- Karagoz, A. (2024). Ethics and Technical Aspects of *Generative AI* Models in Digital Content Creation. *arXiv preprint arXiv:2412.16389*.
- Mawaddah, A. Nurjannah, N., & Kaswar, A. B. (2024). The Use of Jarimatics as a Media in Learning Calculating at Elementary School. *Pengabdian: Jurnal Abdimas*, 2(1), 31-36.
- Memarian, B., & Doleck, T. (2023). Fairness, Accountability, Transparency, and Ethics (FATE) in Artificial Intelligence (AI) and higher education: A systematic review. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 5, 100152.



- Nasser El Erafy, A. (2023). Applications of Artificial Intelligence in the field of media. *International Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology*, 6(2), 19-41.
- Pozdniakov, S., Brazil, J., Mohammadi, M., Dollinger, M., Sadiq, S., & Khosravi, H. (2025). AI-Assisted Co-Creation: Bridging Skill Gaps in Student-Generated Content. *Journal of Learning Analytics*, 12(1), 129-151.
- Purnomo, Y. (2023). Digital marketing strategy to increase sales conversion on e-commerce platforms. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 1(2), 54-62.
- Puspandari, D., Prasetyowati, S., & Sibaroni, Y. (2025). Training on The Use of AI to Increase Teacher Competency in Preparing The Learning Process. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 34-41.
- Ranuharja, F., Rizal, F., Langeveldt, D., Ejjami, R., Torres-Toukoumidis, A., & Jalinus, N. (2025). Relevance and Impact of *Generative AI* in Vocational Instructional Material Design: A Systematic Literature Review. *Salud, Ciencia y Tecnologia*, 5, 1336.
- Rexhepi Mahmutaj, L., & Jusufi, N. (2023). The importance of digital skills in firms' innovation: the case of Western Balkans. *Journal of technology management & innovation*, 18(3), 98-102.
- Setiyawan, H., Suharno, S., & Pambudi, N. (2023). The influence of digital and vocational information literacy on student learning outcomes. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 13(2), 192-204.
- Tiwari, A. (2023). *Generative AI* in Digital Content Creation, Curation and Automation. *International Journal of Research Science and Management*, 10(12), 40-53.