Copyright © 2026 pada penulis
Madaniya, Vol. 7, No. 4, November 2026

Pemanfaatan AI Untuk Video *Content Marketing* Pada Produk *Entrepreneurship* Siswa-Siswi IIBS Thursina

Krismi Budi Sienatra [1]*, Satria Fadil Persada [2], Riesta Devi Kumalasari [3], Mufida Sekardhani [4]

[1–4] Entrepreneurship Department, BINUS Business School, Bina Nusantara University

* krismi.budi@binus.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menuntut kemampuan kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada produksi, tetapi juga pemasaran kreatif melalui media digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan siswa-siswi Thursina International Islamic Boarding School dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) untuk membuat video content marketing produk entrepreneurship. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan *learning by doing* yang meliputi penyampaian materi digital marketing, pengenalan AI generatif, penyusunan konsep konten, serta praktik pembuatan video promosi menggunakan Flow AI. Kegiatan diikuti oleh 87 siswa-siswi dengan aktivitas kewirausahaan sekolah. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam memanfaatkan AI untuk menyusun ide pemasaran, membuat *prompt*, mengembangkan konsep visual, dan menghasilkan video promosi berbasis storytelling. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan AI dapat menjadi media inovatif dalam meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan kemampuan pemasaran produk kewirausahaan siswa.

Kata Kunci: *artificial intelligence, content marketing, video pemasaran, entrepreneurship*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran dan pengembangan kewirausahaan, termasuk pada sektor pendidikan berbasis pesantren. Saat ini, kemampuan menghasilkan konten digital kreatif menjadi salah satu kompetensi penting bagi pelaku usaha muda dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Media sosial berbasis video seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts telah mengubah strategi pemasaran konvensional menjadi pemasaran berbasis visual yang lebih interaktif, cepat, dan mampu menjangkau konsumen secara luas (Sitepu et al., 2024). Oleh karena itu, kemampuan membuat konten video promosi tidak lagi hanya menjadi keterampilan tambahan, tetapi telah menjadi bagian penting dalam penguatan kapasitas kewirausahaan di era ekonomi digital.

Transformasi digital juga memberikan peluang besar bagi lembaga pendidikan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan peserta didik melalui pemanfaatan teknologi (Mustaqim et al., 2026) . Pendidikan kewirausahaan tidak hanya berorientasi pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga mencakup kemampuan membangun merek (*branding*), melakukan pemasaran digital, serta mengomunikasikan nilai produk

kepada konsumen (Maulindar & Basiroh, 2025). Dalam konteks pendidikan pesantren modern, santri tidak hanya dipersiapkan untuk memiliki kompetensi keagamaan, tetapi juga perlu dibekali dengan keterampilan abad ke-21 seperti literasi digital, kreativitas, inovasi, dan kemampuan memanfaatkan teknologi untuk membangun kemandirian ekonomi.

Thursina International Boarding School sebagai lembaga pendidikan yang mengembangkan nilai kewirausahaan santri memiliki berbagai potensi produk hasil kreativitas peserta didik. Namun, salah satu tantangan yang sering dihadapi dalam pengembangan produk kewirausahaan adalah keterbatasan kemampuan dalam melakukan promosi secara digital, khususnya dalam menghasilkan konten video yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik konsumen digital. Banyak pelaku usaha muda memiliki produk yang potensial, tetapi belum mampu mengoptimalkan strategi komunikasi visual karena keterbatasan keterampilan teknis dalam pengambilan gambar, penyusunan konsep video, penyuntingan, hingga strategi penyampaian pesan pemasaran (Salsabila et al., 2025).

Di sisi lain, perkembangan Artificial Intelligence (AI) generatif memberikan peluang baru dalam mengatasi hambatan tersebut. Teknologi AI saat ini mampu membantu proses produksi konten digital mulai dari pembuatan ide kreatif, penyusunan *script*, pembuatan visual, penyuntingan video, hingga optimalisasi strategi pemasaran (Chiu et al., 2022). Pemanfaatan AI dalam pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan efisiensi produksi konten dan membantu pelaku usaha kecil menghasilkan materi promosi yang lebih profesional dengan sumber daya yang terbatas.

Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah penggunaan teknologi *Flow AI*, yaitu alur kerja berbasis kecerdasan buatan yang mengintegrasikan berbagai tahapan produksi konten secara sistematis. Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya belajar menggunakan aplikasi AI secara teknis, tetapi juga memahami proses kreatif mulai dari identifikasi produk, penyusunan konsep promosi, pembuatan narasi pemasaran, pengembangan visual, hingga menghasilkan video promosi yang siap digunakan pada platform digital.

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan AI untuk digital marketing mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi, memperkuat strategi pemasaran, serta meningkatkan kesiapan pelaku usaha menghadapi transformasi digital (Sadiku et al., 2025). Program pelatihan AI marketing bagi UMKM menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman dalam penggunaan teknologi AI untuk membuat desain promosi, meningkatkan kualitas komunikasi produk, dan memperluas jangkauan pemasaran. Namun, sebagian besar kegiatan tersebut masih berfokus pada pelaku UMKM umum, sementara kajian mengenai pemanfaatan AI untuk penguatan kewirausahaan berbasis santri masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pelatihan pembuatan video promosi produk kewirausahaan santri menggunakan teknologi AI dengan pendekatan *Flow AI* di Thursina International Boarding School. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan kreatif santri dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis teknologi. Melalui kegiatan ini, santri

diharapkan mampu menghasilkan konten promosi yang lebih inovatif, meningkatkan daya tarik produk kewirausahaan, serta memiliki kemampuan adaptasi terhadap perkembangan ekonomi digital.

Metode Pelaksanaan

Pada tahap persiapan, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang mencakup materi:

1. *Digital Marketing dan Content Marketing*
   - konsep pemasaran digital.
   - karakteristik konten promosi pada media sosial.
   - strategi membangun daya tarik produk melalui storytelling.
2. *Pengenalan Artificial Intelligence dalam Produksi Konten*
   - konsep dasar AI generatif.
   - pemanfaatan AI dalam proses kreatif.
   - etika penggunaan AI dalam pembuatan konten.
3. *Pembuatan Video Promosi dengan Pendekatan Flow AI*
   - identifikasi ide dan tujuan promosi.
   - pembuatan konsep video.
   - penyusunan *script* menggunakan AI.
   - pembuatan visual pendukung.
   - penyuntingan dan penyempurnaan video.

Setelah menyusun materi kegiatan kemudian tim pelaksana melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Thursina International Islamic Boarding School dengan sasaran peserta siswa-siswi yang memiliki aktivitas kewirausahaan sekolah pada 13 Mei 2026 . Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI), khususnya dalam pembuatan konten video kreatif sebagai media promosi digital terhadap produk yang telah dikembangkan.

Peserta kegiatan terdiri dari siswa-siswi tingkat menengah kurang lebih 87 orang yang telah memiliki pengalaman dasar dalam pengembangan produk entrepreneurship, namun masih memiliki keterbatasan dalam aspek pemasaran digital, khususnya produksi konten visual yang menarik dan sesuai dengan karakteristik media sosial. Kegiatan ini terdiri dari 3 sesi yaitu penjelasan secara teoritis, praktik pembuatan video dengan AI, dan presentasi hasil karya video yang telah dibuat.

Hasil dan Pembahasan

Materi Literasi Tentang *Artificial Intelligence* Untuk *Content Marketing*

Pada pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memiliki pemahaman dasar mengenai penggunaan teknologi digital, namun belum

memahami penerapan Artificial Intelligence secara praktis dan terintegrasi dalam mendukung aktivitas entrepreneurship khususnya untuk keperluan membuat konten pemasaran yang yang terkait produk atau jasa yang dihasilkan. Melalui kegiatan pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai konsep AI generatif dan penggunaannya dalam proses kreatif, khususnya pembuatan video pemasaran. Hasil observasi dan tanya jawab dengan peserta menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta seperti memahami fungsi AI sebagai alat bantu kreativitas, menyusun prompt untuk menghasilkan konten visual, mengembangkan ide pemasaran berbasis video, dan menghasilkan konten promosi secara mandiri.



***Gambar 1**. Literasi AI Untuk Content Marketing*

Penggunaan AI untuk Membuat Content Marketing Produk Entrepreneurship

Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu mengembangkan pendekatan pemasaran berbasis video dengan memanfaatkan AI. Dalam sesi kedua yaitu praktik langsung, peserta siswa-siswi diajarkan dengan menggunakan berbagai tools AI secara terintegrasi dengan Chat GPT dan Flow AI. Penggunaan tools AI ini diharapkan agar produk entrepreneurship siswa kemudian dikembangkan menjadi konten digital yang memiliki visualisasi produk lebih menarik, storytelling yang lebih kuat dan konsep promosi yang lebih kreatif. Hal ini menunjukkan bahwa AI dapat menjadi teknologi pendukung dalam meningkatkan kemampuan pemasaran bagi pelaku usaha pemula, khususnya generasi muda yang memiliki keterbatasan dalam aspek desain dan produksi multimedia. Content marketing berbasis teknologi AI memungkinkan proses produksi konten menjadi lebih cepat, adaptif, dan personal sesuai karakteristik target konsumen.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan berbasis praktik (*learning by doing*) dengan tujuan meningkatkan kemampuan siswa-siswi Thursina International Islamic Boarding School dalam memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung aktivitas digital marketing produk entrepreneurship yang telah dikembangkan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemberian pemahaman

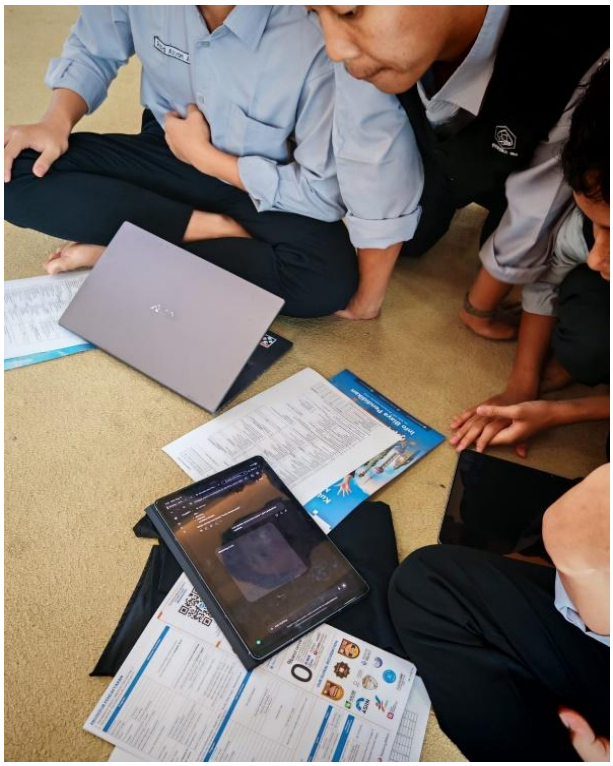
mengenai konsep market validation sebagai dasar dalam menentukan strategi pemasaran produk. Pada tahap ini peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya mengenali kebutuhan pasar, memahami karakteristik calon pelanggan, mengidentifikasi permasalahan konsumen (*pain points*), serta memastikan bahwa produk yang ditawarkan memiliki nilai dan kebutuhan pasar yang sesuai.



***Gambar 2**. Penggunaan Prompt AI*

Tahap berikutnya dilakukan melalui pelatihan penyusunan strategi konten pemasaran dengan memanfaatkan teknologi AI generatif. Peserta diarahkan untuk melakukan analisis sederhana terhadap produk yang dimiliki, meliputi identifikasi target pengguna melalui pendekatan segmentation, targeting, dan positioning (STP) serta menentukan tema komunikasi pemasaran yang sesuai. Dalam proses ini, peserta diperkenalkan dengan teknik penyusunan *prompt* menggunakan AI untuk membantu melakukan riset pasar, menentukan konsep video promosi, menggambarkan karakter konsumen, serta menyusun ide kreatif berdasarkan karakteristik produk.

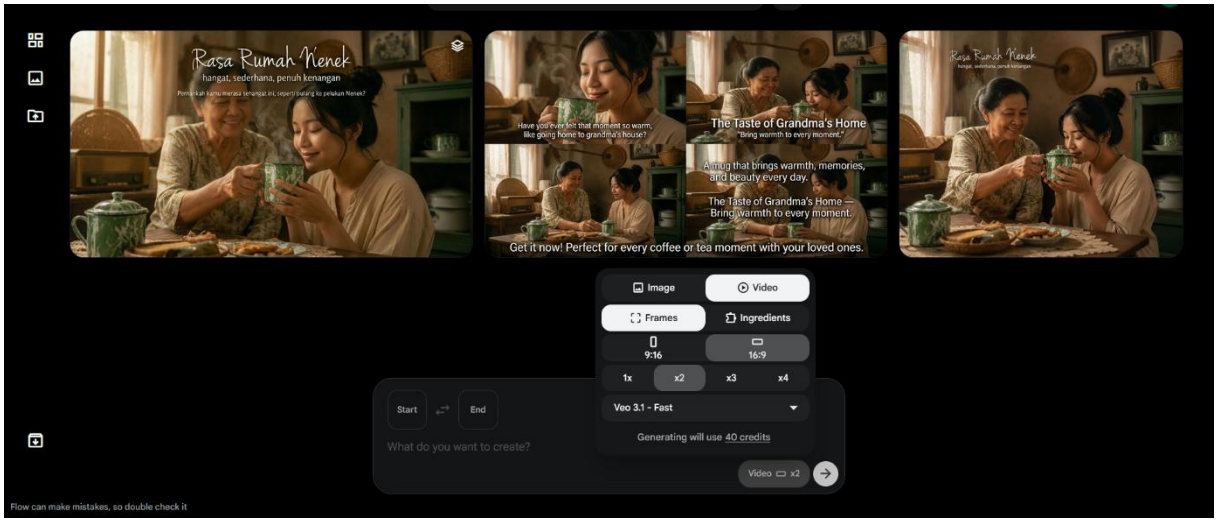
Selanjutnya, peserta mengikuti praktik pembuatan konten video promosi berbasis AI menggunakan platform Flow AI. Pada tahap ini peserta dilatih untuk mengubah konsep pemasaran menjadi bentuk visual melalui beberapa tahapan, yaitu menyiapkan gambar produk, menyusun *prompt* sesuai konsep video, mengatur gaya visual, menentukan konsep adegan, serta memasukkan elemen suara (*voice over*) ke dalam video. Peserta diarahkan untuk membuat video promosi dengan pendekatan *soft selling* yang menekankan penyampaian cerita (*storytelling*) dan daya tarik emosional kepada calon konsumen. Proses pembuatan video dilakukan dengan mengunggah gambar referensi dan memasukkan *prompt* yang telah disusun sebelumnya ke dalam Flow AI.



***Gambar 3**. Penggunaan Flow AI Untuk Video*

Implementasi Pembuatan *Content Marketing*

Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam menghasilkan konten video promosi berbasis Artificial Intelligence menggunakan platform Flow AI. Peserta mampu mengubah ide pemasaran produk menjadi konsep visual melalui tahapan penyusunan *prompt*, pengunggahan gambar referensi, pemilihan konsep video, serta pengaturan elemen suara (*voice over*).



***Gambar 4**. Contoh Hasil Video Dari Flow AI*

Dalam praktiknya, peserta belajar membuat video promosi dengan pendekatan *soft selling*, yaitu metode pemasaran yang tidak hanya menampilkan produk secara langsung,

tetapi juga membangun hubungan emosional dengan konsumen melalui cerita dan pengalaman pengguna. Materi pelatihan menekankan pentingnya pembuatan video dengan *hook* yang menarik pada bagian awal agar mampu meningkatkan perhatian audiens.

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan video promosi dengan konsep yang lebih kreatif dibandingkan metode promosi konvensional. Pemanfaatan Flow AI membantu peserta yang belum memiliki kemampuan desain video profesional untuk tetap dapat menghasilkan konten visual yang menarik dengan bantuan instruksi berbasis teks (*prompt engineering*).

Tantangan Dalam Pembuatan *Content Marketing* Dengan AI

Beberapa tantangan yang ditemukan selama kegiatan antara lain:

1. Perbedaan tingkat kemampuan digital peserta.
2. Keterbatasan pengalaman dalam membuat prompt AI.
3. Perlunya pemahaman mengenai etika penggunaan AI, terutama terkait hak cipta dan penggunaan konten digital.

Oleh karena itu, pelatihan lanjutan diperlukan agar peserta tidak hanya mampu menggunakan AI sebagai alat produksi, tetapi juga memahami aspek etika, kreativitas, dan strategi pemasaran digital secara menyeluruh. Penggunaan AI dalam pendidikan perlu memperhatikan aspek etika, transparansi, dan tanggung jawab pengguna agar teknologi dapat memberikan manfaat optimal dalam proses pembelajaran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, pelatihan pembuatan konten video digital marketing menggunakan Artificial Intelligence mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi AI sebagai media pendukung pemasaran produk entrepreneurship. Peserta mampu memahami konsep validasi pasar, menyusun strategi konten berdasarkan target konsumen, membuat video promosi menggunakan Flow AI, serta menghasilkan caption pemasaran menggunakan AI. Kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi AI dalam pembelajaran entrepreneurship dapat menjadi pendekatan inovatif untuk meningkatkan kreativitas, kemampuan digital, dan kesiapan peserta dalam menghadapi perkembangan pemasaran berbasis teknologi.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih kepada Thursina International Islamic Boarding School yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Referensi

Chiu, T. K. F., Meng, H., Chai, C. S., King, I., Wong, S., & Yam, Y. (2022). Creation and Evaluation of a Pretertiary Artificial Intelligence (AI) Curriculum. *IEEE Transactions on Education*, *65*(1). https://doi.org/10.1109/TE.2021.3085878

Maulindar, J., & Basiroh, B. (2025). Pemberdayaan Siswa SMK N 1 Juwiring Melalui Literasi Digital dan Pemanfaatan E-Commerce Serta Media Sosial Produktif Dalam Mendukung Smartcity. *Madaniya*, *6*(4), 3103-3109.

Mustaqim, I., Mahali, M. I., & Rahman, D. F. (2026). Workshop pengembangan berpikir komputasional (*computational thinking*) untuk meningkatkan kompetensi pedagogik guru SMP Negeri 12 Yogyakarta di era digital. *Madaniya*, *7*(3), 2188–2193.

Sadiku, M. N. O., Padi, D., & Sadiku, J. O. (2025). Artificial intelligence in marketing. *International Journal of Engineering Research and Advanced Technology*, *11*(8), 1–7. https://doi.org/10.31695/ijerat.2025.8.1

Salsabila, S., Anggiani, P., Reza, A., & Panorama, M. (2025). Efektivitas Video Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Batik Palembang Sebagai Pendorong Ekonomi Sumatera Selatan. *Empiricism Journal*, *6*(2). https://doi.org/10.36312/ej.v6i2.2799

Sitepu, S. N. B., Sienatra, K. B., Teguh, M., & Kenang, I. H. (2024). Pelatihan Kewirausahaan dan Sistem Pemasaran Online kepada Pelaku UMKM Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, *8*(1), 257–267. https://doi.org/10.29407/ja.v8i1.22226