

Pemanfaatan Teknologi ChatGPT untuk Meningkatkan Kreativitas Iklan pada Kelompok Seni Sigertengah

Jaja¹

Santi Purwanti^{2*}

Rakhmayudhi³

^{1,2*,3} Universitas Subang, Subang, Negara Indonesia

Jaja.akun@gmail.com ¹⁾

santi.pwt@gmail.com ^{2*)}

rakhmayudhi@gmail.com ³⁾

Kata Kunci: *[Seni dan Ekspresi, Kelompok Seni Sigertengah, Pemasaran Digital, Pelatihan ChatGPT, Iklan Kreatif]*

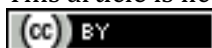
Seni merupakan ekspresi perasaan yang diubah menjadi simbol universal dari pengalaman mendalam. Kelompok Seni Sigertengah, sebagai UMKM, fokus pada penjualan produk seni, salah satunya batu akik yang memiliki nilai budaya dan estetika tinggi. Untuk memperluas pasar, mereka memanfaatkan media sosial dan marketplace, dengan strategi utama melalui iklan yang menarik. Namun, kendala dalam membuat iklan yang kreatif dan persuasif dihadapi oleh kelompok ini. Sebagai solusi, pelatihan ChatGPT dengan metode Persiapan, Pelatihan, dan Implementasi (PPI) diterapkan untuk membantu menciptakan iklan yang lebih efektif. Dengan menggunakan rumus formula [Perintah (Elemen 1 + Elemen 2 + Elemen N + Kondisi Lingkungan)], peserta mampu menghasilkan iklan yang menarik dan sesuai dengan produk seni mereka. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pemasaran, memperbaiki iklan, serta membuka peluang baru dalam pengembangan seni budaya melalui inovasi digital, sehingga dapat meningkatkan daya saing Kelompok Seni Sigertengah di pasar.

Published by:



Copyright © 2024 The Author(s)

This article is licensed under CC BY 4.0 License



Pendahuluan

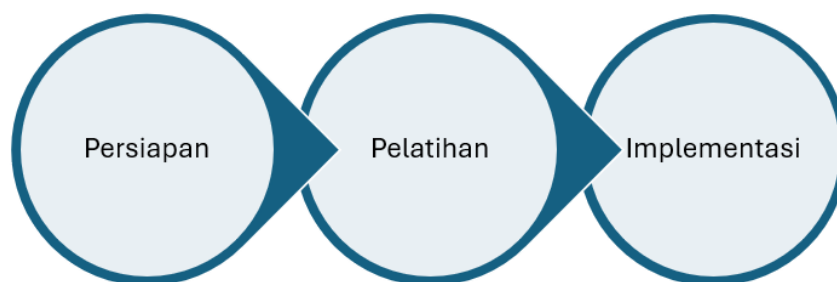
Seni merupakan bentuk ekspresi perasaan yang ditransformasikan secara universal ke dalam simbol-simbol yang tidak hanya berasal dari pemikiran semata, tetapi juga dari pengalaman yang mendalam (Magdalena, 2021). Dalam hal ini, Kelompok Seni Sigertengah adalah sebuah komunitas seni berbentuk UMKM yang berfokus pada penjualan benda-benda seni, salah satunya adalah batu akik (Herdian, 2021). Batu akik sendiri telah lama dianggap sebagai simbol budaya atau seni yang memiliki nilai historis dan estetika tinggi, sering kali digunakan sebagai simbol status sosial, khususnya di kalangan raja dan bangsawan (Triana, HS, 2017).

Dalam menjalankan usahanya, Kelompok Seni Sigertengah memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu strategi utama yang digunakan adalah penguatan iklan yang menarik. Hal ini penting karena iklan menjadi jembatan komunikasi pemasaran antara penjual dan pembeli. Iklan tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan produk, tetapi juga untuk menciptakan daya tarik dan membangun hubungan emosional dengan konsumen (Richadinata & Surya Astitiani, 2021). Namun, Kelompok Seni Sigertengah menghadapi kendala dalam menciptakan iklan yang menarik dan mampu mengkomunikasikan nilai seni produk mereka secara efektif melalui media sosial dan marketplace. Keterbatasan dalam menghasilkan teks iklan yang kreatif dan persuasif menjadi tantangan utama yang perlu diatasi.

Untuk menjawab tantangan tersebut, implementasi teknologi ChatGPT menjadi langkah strategis yang dapat mendukung proses pembuatan iklan. ChatGPT adalah alat berbasis kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan teks secara alami, responsif, dan relevan dengan kebutuhan. Dengan memasukkan perintah-perintah tertentu, ChatGPT dapat membantu menciptakan iklan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk seni seperti batu akik. Teknologi ini memberikan solusi praktis bagi Kelompok Seni Sigertengah untuk meningkatkan efektivitas pemasaran mereka melalui media digital (Setiawan, Karuniawati, & Janty, 2023).

Melalui pendekatan ini, diharapkan Kelompok Seni Sigertengah dapat mengatasi kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk seni, sekaligus meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Metode Pelaksanaan



Gambar 1. Metode PPI Implementasi Teknologi ChatGPT Dalam Pembuatan Iklan Pada Kelompok Seni Sigertengah

Metode PPI atau Persiapan, Pelatihan, dan Implementasi adalah metode yang dirancang dengan tiga tahapan utama yang saling berkesinambungan untuk mencapai tujuan kegiatan secara efektif. Berikut penjelasan dari setiap tahapan:

Tahap Persiapan Tahap ini merupakan langkah awal yang bertujuan untuk memahami dan memetakan kondisi aktual terkait kegiatan periklanan yang telah dilakukan oleh Kelompok Seni Sigertengah. Analisis ini mencakup identifikasi strategi, teknik, dan media yang selama ini digunakan untuk mempromosikan produk mereka, seperti batu akik. Dengan memotret situasi terkini, tahap ini memberikan gambaran jelas mengenai kekuatan, kelemahan, serta peluang yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan iklan yang lebih baik.

Tahap Pelatihan Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan anggota kelompok dalam membuat iklan yang efektif dan menarik menggunakan teknologi ChatGPT. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan cara menyusun iklan yang kreatif dengan memanfaatkan formula tertentu yang relevan dengan kebutuhan produk mereka. Peserta juga mendapatkan panduan praktis dalam menggunakan ChatGPT, mulai dari pembuatan akun hingga implementasi strategi iklan yang sesuai dengan target audiens mereka.

Tahap Implementasi Tahap terakhir adalah implementasi, di mana hasil dari pelatihan diaplikasikan dalam praktik nyata. Pada tahap ini, dilakukan pemantauan terhadap pelaksanaan pembuatan iklan oleh anggota Kelompok Seni Sigertengah setelah mereka mengikuti pelatihan. Iklan yang dihasilkan dianalisis untuk menilai apakah pelatihan telah berhasil meningkatkan kualitas iklan serta dampaknya terhadap daya tarik konsumen. Tahap ini juga bertujuan untuk memberikan umpan balik bagi peserta agar mereka dapat terus memperbaiki dan mengembangkan strategi periklanan mereka di masa depan.

Dengan pendekatan yang sistematis melalui metode PPI, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membawa dampak nyata dalam meningkatkan efektivitas iklan yang dibuat oleh Kelompok Seni Sigertengah. Hal ini sekaligus menjadi langkah konkret dalam mendukung pengembangan kelompok seni ini di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Persiapan

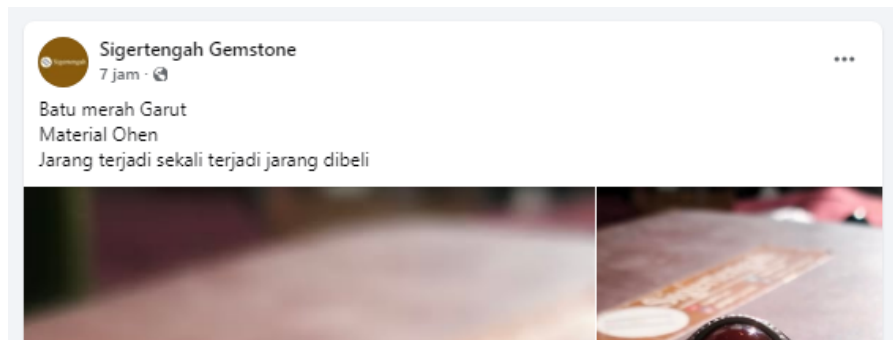
Pada tahap Persiapan, dilakukan analisis mendalam terhadap berbagai kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya terkait pembuatan iklan di media sosial. Analisis ini bertujuan untuk memahami strategi yang sudah diterapkan dan mengevaluasi efektivitasnya dalam menarik perhatian target audiens.

Salah satu platform media sosial yang menjadi fokus dalam analisis ini adalah Facebook, yang selama ini digunakan oleh Kelompok Seni Sigertengah untuk mempromosikan produk mereka. Facebook dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menjangkau berbagai kalangan dengan fitur iklan yang terintegrasi.

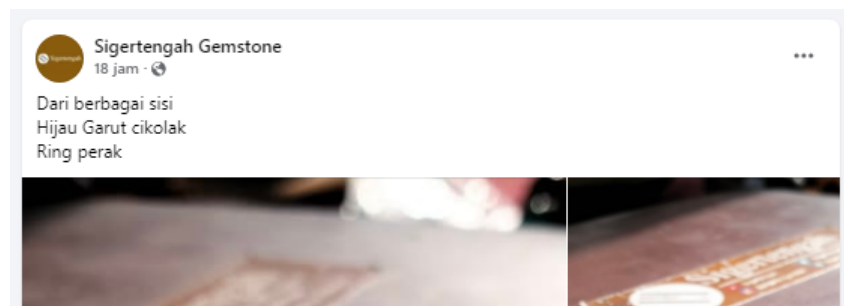
Sebagai bagian dari analisis, hasil dari berbagai iklan yang telah dibuat dan dipublikasikan pada akun Facebook Sigertengah dikaji secara rinci. Kajian ini meliputi evaluasi terhadap isi kalimat iklan, desain visual yang digunakan, tingkat respons audiens, serta efektivitas iklan dalam mendorong penjualan produk, khususnya batu akik yang menjadi produk unggulan kelompok seni ini.

Dengan pemahaman yang diperoleh dari analisis ini, tim pelaksana kegiatan dapat merancang pelatihan yang lebih terarah dan relevan. Pelatihan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota dalam membuat iklan yang lebih kreatif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar melalui pemanfaatan teknologi seperti ChatGPT.

Berikut hasil potret iklan kelompok seni sigertengah

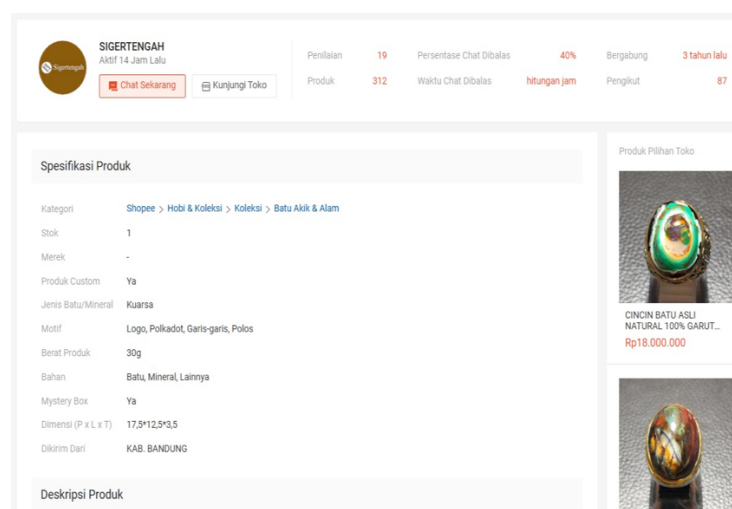


Gambar 2. Kalimat Iklan Saat Ini Batu Merah Garut



Gambar 3. Kalimat Iklan Saat Ini Hijau Garut Coklat

Dari dua contoh kalimat iklan yang disajikan di atas, terlihat bahwa kurang ada penekanan yang kuat pada keterkaitan antara elemen-elemen penting yang seharusnya saling mendukung, seperti hubungan antara jenis batu, ring, ciri khas batu, dan kondisi lingkungan yang relevan dengan produk. Keterkaitan antar elemen-elemen ini sangat penting untuk menciptakan iklan yang lebih terstruktur dan memikat, karena dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan menarik bagi konsumen mengenai nilai dan keunikan produk. Salah satu cara untuk mengatasi kekurangan ini adalah dengan memanfaatkan teknologi ChatGPT, yang dapat membantu dalam merumuskan kalimat iklan yang lebih koheren dan terintegrasi, dengan memperhatikan keterkaitan setiap elemen tersebut secara lebih efektif. ChatGPT memungkinkan untuk menyusun kalimat iklan yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan relevan, dengan menyesuaikan elemen-elemen yang ada sesuai dengan kebutuhan pasar.



Gambar 4. Kalimat Iklan Saat Ini Cincin Batu Akik Karangnunggal

Dari iklan yang disajikan di atas, terlihat bahwa deskripsi produk yang seharusnya menjelaskan secara rinci tentang karakteristik dan keunggulan produk tersebut hampir tidak ada, sementara yang tercantum hanya berupa spesifikasi produk. Spesifikasi memang memberikan informasi teknis yang penting, namun tidak cukup untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai produk kepada calon konsumen. Deskripsi produk yang jelas dan menarik sangat dibutuhkan agar konsumen dapat lebih memahami nilai, manfaat, serta keunikan dari produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan iklan yang tidak hanya mencantumkan spesifikasi teknis, tetapi juga menyertakan deskripsi yang menggugah, yang menjelaskan secara lebih mendalam tentang produk dan bagaimana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Pelatihan

Tahap kedua dari kegiatan ini adalah pelatihan penggunaan teknologi ChatGPT yang dirancang khusus untuk anggota Kelompok Seni Sigertengah. Pelatihan ini dihadiri oleh para anggota yang merupakan perwakilan dari setiap wilayah, sehingga memungkinkan partisipasi yang lebih luas dan merata.

Pelatihan dimulai dengan panduan praktis dalam membuat akun ChatGPT menggunakan akun Gmail yang telah dimiliki oleh peserta. Setelah berhasil membuat akun, peserta diajarkan cara merumuskan kalimat iklan yang efektif dan menarik menggunakan teknologi ChatGPT, dengan memanfaatkan formula tertentu yang telah dirancang untuk kebutuhan mereka.

Kegiatan pelatihan ini secara strategis dilaksanakan bertepatan dengan pameran seni yang sedang berlangsung. Hal ini tidak hanya memberikan suasana yang mendukung dan kontekstual bagi pelatihan, tetapi juga membantu menekan biaya operasional kegiatan, sehingga lebih efisien bagi anggota Kelompok Seni Sigertengah. Selain itu, pelatihan yang dilakukan di sela-sela pameran ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk langsung mempraktikkan pembuatan iklan yang relevan dengan produk seni mereka.

Dengan pendekatan ini, pelatihan tidak hanya berjalan secara optimal, tetapi juga memberikan manfaat ganda dalam mendukung kegiatan kelompok secara keseluruhan.



Gambar 5. Pelatihan ChatGPT

Pembuatan iklan menggunakan ChatGPT dilakukan dengan menerapkan sebuah rumus formula khusus yang dirancang untuk mempermudah penyusunan kalimat iklan yang efektif dan menarik. Rumus yang digunakan adalah:

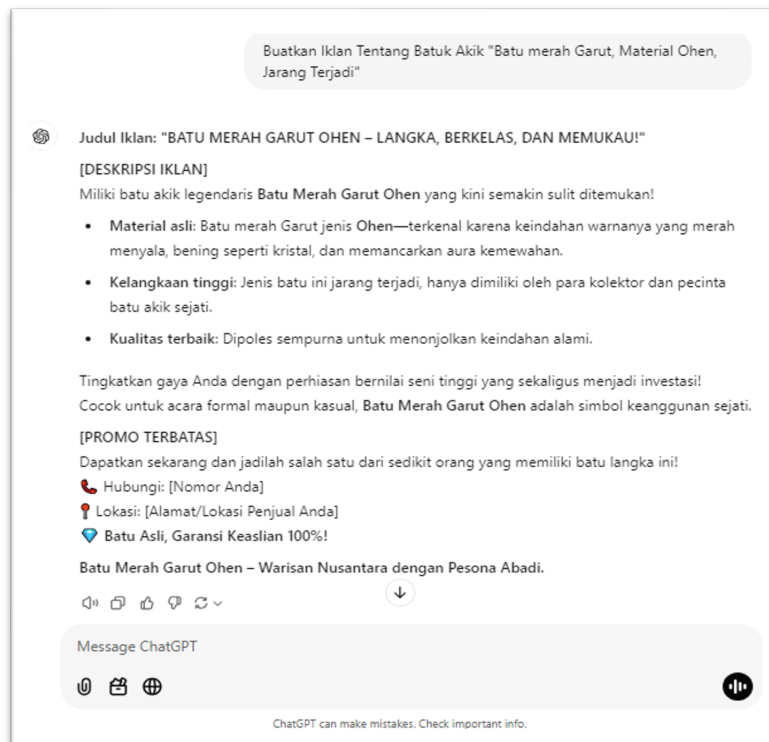
[Perintah (Elemen 1 + Elemen 2 + Elemen N + Kondisi Lingkungan)]

di mana setiap elemen dalam formula tersebut merepresentasikan komponen penting dari sebuah iklan. Komponen-komponen ini dapat berupa informasi utama tentang produk (seperti nama produk, keunggulan, atau fitur), konteks lingkungan (seperti target audiens atau kondisi pasar), serta arahan khusus dalam bentuk perintah kepada ChatGPT untuk menghasilkan kalimat iklan yang sesuai.

Rumus ini diterapkan untuk membantu menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pembuatan iklan, seperti yang dijelaskan pada Gambar 2, yaitu mengenai kalimat iklan untuk Batu Merah Garut. Dengan memanfaatkan ChatGPT, formula ini digunakan untuk menciptakan kalimat iklan yang lebih menarik, profesional, dan relevan dengan kebutuhan pemasaran.

Sebagai contoh, kalimat iklan yang dihasilkan untuk produk Batu Merah Garut melalui ChatGPT tidak hanya menonjolkan keunggulan produk, tetapi juga menyesuaikan dengan kondisi pasar dan preferensi konsumen saat ini, sehingga diharapkan mampu meningkatkan daya tarik dan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Berikut contoh penggunaan ChatGPT



Gambar 6. Hasil ChatGPT dalam membuat Iklan

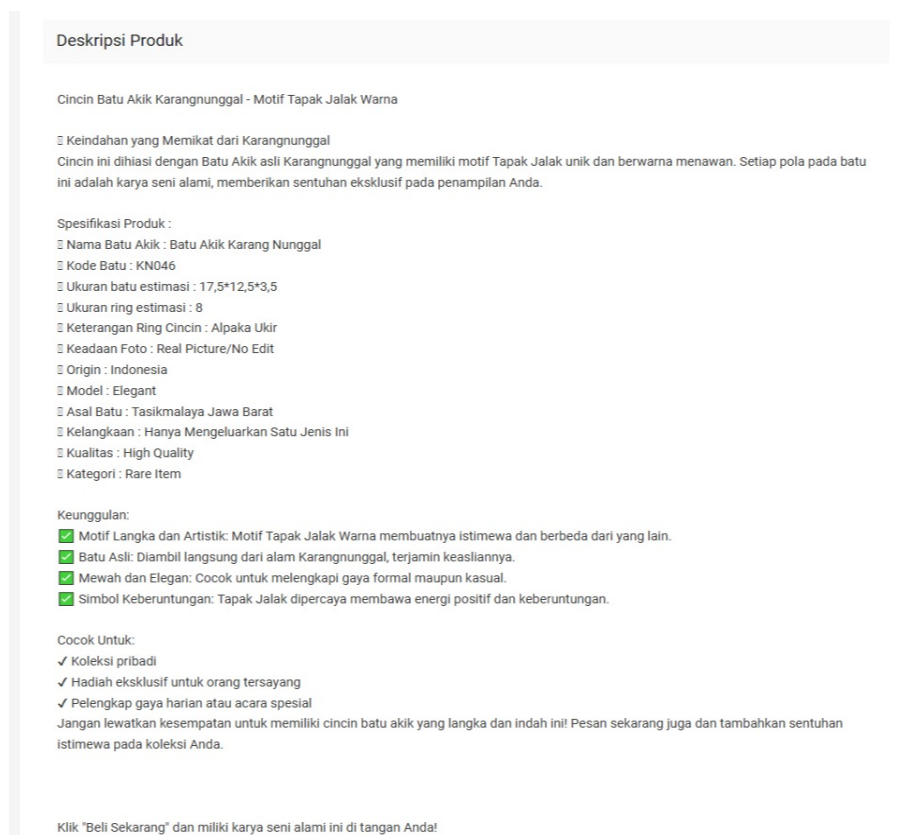
Implementasi

Tahap ketiga dalam proses implementasi dilakukan dengan mendokumentasikan kondisi terkini dari iklan yang telah dipublikasikan. Dokumentasi ini mencakup pengambilan foto atau tangkapan layar iklan yang diunggah pada salah satu platform media sosial yang digunakan oleh kelompok seni Sigertengah, serta iklan yang dimuat di salah satu marketplace yang juga menjadi saluran pemasaran kelompok seni tersebut. Tujuan dari langkah ini adalah untuk memastikan bahwa iklan-iklan tersebut telah sesuai dengan rencana yang telah disusun dan dapat menjadi bahan evaluasi dalam langkah-langkah selanjutnya.



Gambar 7. Implentasi Iklan Facebook

Dari implementasi iklan yang telah dilakukan, terlihat adanya beberapa elemen penting yang ditampilkan, seperti jenis batu akik yang dipromosikan, material atau bahan dasar pembentuk batu tersebut, serta situasi dan kondisi lingkungan yang mendukung narasi keunggulannya. Salah satu contoh yang menonjol adalah penggambaran keistimewaan batu merah Batu Ohen, yang digambarkan sebagai batu langka dengan karakteristik unik dan jarang ditemukan. Elemen-elemen ini secara keseluruhan dirancang untuk menonjolkan daya tarik dan nilai eksklusivitas batu tersebut kepada calon pembeli.



Gambar 8. Implentasi Iklan Shopee

Iklan yang diimplementasikan pada platform Shopee menjadi lebih menarik, terutama melalui pengoptimalan pada bagian deskripsi produk. Deskripsi tersebut memberikan penjelasan yang lebih mendalam dan terperinci mengenai berbagai elemen terkait Cincin Batu Akik Karangnunggal, mulai dari penekanan pada keindahan yang memikat dari Karangnunggal, hingga keunggulan produk yang menjadikannya pilihan yang sempurna untuk berbagai keperluan. Penjelasan juga mencakup informasi tentang kesesuaian produk ini sebagai koleksi pribadi yang bernilai tinggi, hadiah eksklusif untuk orang tersayang, hingga sebagai pelengkap gaya sehari-hari atau aksesoris elegan untuk menghadiri acara spesial. Dengan deskripsi yang detail dan informatif ini, calon pembeli dapat lebih mudah memahami keunikan dan nilai dari produk, sehingga meningkatkan daya tarik dan potensi penjualan.

Kesimpulan

Kegiatan Pelatihan ChatGPT dengan Metode Persiapan, Pelatihan, dan Implementasi (PPI) telah berhasil memberikan pengalaman dan wawasan baru bagi anggota Kelompok Seni Sigertengah. Pelatihan ini membekali peserta dengan kemampuan memanfaatkan teknologi ChatGPT untuk membuat iklan yang lebih efektif, menarik, dan relevan melalui penerapan rumus formula [Perintah (Elemen 1 + Elemen 2 + Elemen N + Kondisi Lingkungan)].

Dengan rumus formula ini, peserta mampu menghasilkan iklan yang kreatif dan mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk, khususnya batu akik yang dipasarkan oleh kelompok seni tersebut. Pemahaman yang diperoleh selama pelatihan diharapkan dapat mendorong anggota Kelompok Seni Sigertengah untuk terus memperbaiki dan menyempurnakan materi iklan setiap produk dengan memanfaatkan teknologi ChatGPT.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan praktis, tetapi juga membuka peluang baru dalam mendukung eksistensi seni budaya melalui inovasi digital. Diharapkan hasil dari pelatihan ini dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan kelompok seni Sigertengah di masa mendatang.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan **terima kasih yang sebesar-besarnya** kepada **Kelompok Seni Sigertengah** atas partisipasi dan semangat luar biasa dalam kegiatan **Pelatihan ChatGPT** yang telah diselenggarakan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat. Komitmen dan antusiasme dari Kelompok Seni Sigertengah menjadi inspirasi bagi kami untuk terus berbagi ilmu dan teknologi demi mendukung pengembangan kreativitas di bidang seni dan budaya. Kami berharap, pelatihan ini dapat memberikan manfaat dalam menunjang inovasi karya seni serta memperkuat eksistensi kelompok seni di era digital. Semoga kolaborasi ini menjadi awal dari kerja sama yang lebih erat di masa depan. Mari bersama-sama menjaga dan mengembangkan seni budaya sebagai kekayaan bangsa.

Referensi

Herdian, C. A. (2021). Perancangan Question Answering System E-Marketplace Sigertengah Menggunakan Metode Scrumban (Studi Kasus : Kelompok Pedagang

- Sigertengah). *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 8(2), 547–560.
<https://doi.org/10.35957/jatisi.v8i2.830>
- Magdalena, R. (2021). Hidup, Seni Dan Teks. *Jurnal Desain-Kajian Bidang Penelitian*, 1(1), 45–57.
- Richadinata, K. R. P., & Surya Astitiani, N. L. P. (2021). Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 188.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p05>
- Setiawan, D., Karuniawati, E. A. D., & Janty, S. I. (2023). Peran Chat Gpt (Generative Pre-Training Transformer) Dalam Implementasi Ditinjau Dari Dataset. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(3), 9527–9539.
- Triana, HS, Y. (2017). Batu Akik Sebagai Budaya Populer. *Jurnal Artefak*, 4(1), 1.
<https://doi.org/10.25157/ja.v4i1.311>