

**PENGUATAN LITERASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) BAGI SISWA
SMK BINA MITRA MELALUI TRIAL CLASS DIGITAL MARKETING
BERBASIS AI DENGAN PENDEKATAN ETIKA DAN LEGALITAS**

**Chowal Jundy Kumoro¹, Lambok Rommy Sulaeman², Gredinov Sumanta Malsad³,
Rizaldi Putra⁴, Syaban Maulana⁵, Farhan Ahmad Thahari⁶, Muhammad Zaky
Fahriansyah⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Takumi

email: *chowal.cjk@takumi.ac.id, lambok.lrs@takumi.ac.id, gredinov.gsm@takumi.ac.id, rizaldi.rip@takumi.ac.id, syaban.sbm@takumi.ac.id

Abstract: *The development of Artificial Intelligence (AI) has brought significant changes in the world of education and industry, including in the field of digital marketing. This condition requires Vocational High School (SMK) students to have adequate AI literacy to be able to utilize technology productively, ethically, and in accordance with applicable legal provisions. This Community Service (PkM) activity aims to improve the understanding of SMK Bina Mitra students regarding the use of Artificial Intelligence in digital marketing through an approach that integrates ethical and legal aspects. The implementation method of the activity includes material delivery, demonstrations of the use of various AI platforms, practical work on creating AI-based digital content, interactive discussions, and evaluation sessions on participant understanding. The material provided includes basic AI concepts, the application of AI in developing digital marketing strategies, promotional content creation techniques, principles of responsible AI use, copyright protection, personal data security, and academic ethics in the use of technology. The results of the activity show that participants experienced an increased understanding of the concept and implementation of AI in digital marketing, were able to utilize various AI applications to produce more effective and creative marketing content, and had a better awareness of the importance of using AI ethically and legally. The enthusiasm of participants throughout the event also demonstrated a strong interest in mastering AI technology as a competency relevant to the needs of the workplace. This activity positively contributed to strengthening students' digital literacy and supporting the development of adaptive, innovative, and responsible human resources in the era of digital transformation.*

Keywords: *Artificial Intelligence, digital literacy, digital marketing, AI ethics, AI legality, community service.*

Abstrak: Perkembangan Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia pendidikan dan industri, termasuk pada bidang digital marketing. Kondisi tersebut menuntut peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) untuk memiliki literasi AI yang memadai agar mampu memanfaatkan teknologi secara produktif, etis, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman siswa SMK Bina Mitra mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence dalam digital marketing melalui pendekatan yang mengintegrasikan aspek etika dan legalitas. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, demonstrasi penggunaan berbagai platform AI, praktik pembuatan konten digital berbasis AI, diskusi interaktif, serta sesi evaluasi terhadap pemahaman peserta. Materi yang diberikan mencakup konsep dasar AI, penerapan AI dalam penyusunan strategi pemasaran digital, teknik pembuatan konten promosi, prinsip penggunaan AI secara bertanggung jawab, perlindungan hak cipta, keamanan data pribadi, dan etika akademik dalam pemanfaatan teknologi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai konsep dan implementasi AI dalam digital marketing, mampu memanfaatkan berbagai aplikasi AI untuk menghasilkan konten pemasaran yang lebih

efektif dan kreatif, serta memiliki kesadaran yang lebih baik mengenai pentingnya penggunaan AI secara etis dan legal. Antusiasme peserta selama kegiatan berlangsung juga menunjukkan tingginya minat terhadap penguasaan teknologi AI sebagai kompetensi yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam memperkuat literasi digital siswa serta mendukung pengembangan sumber daya manusia yang adaptif, inovatif, dan bertanggung jawab dalam menghadapi era transformasi digital.

Kata kunci: Artificial Intelligence, literasi digital, digital marketing, etika AI, legalitas AI, pengabdian kepada masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia pendidikan, bisnis, industri kreatif, dan pemasaran digital. AI tidak lagi dipandang sebagai teknologi masa depan, melainkan telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari dalam proses pengambilan keputusan, otomatisasi pekerjaan, analisis data, hingga penciptaan konten digital. Laporan McKinsey Global Institute (2023) menunjukkan bahwa implementasi Generative Artificial Intelligence berpotensi memberikan kontribusi ekonomi global hingga triliunan dolar setiap tahunnya melalui peningkatan produktivitas, efisiensi kerja, dan inovasi pada berbagai sektor industri. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa penguasaan literasi AI menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh generasi muda agar mampu beradaptasi dengan perubahan dunia kerja yang semakin terdigitalisasi (McKinsey Global Institute, 2023).



Pemanfaatan AI dalam bidang pemasaran digital berkembang sangat pesat. Berbagai platform berbasis AI seperti ChatGPT,

Gemini, Claude, Canva AI, Adobe Firefly, Midjourney, hingga berbagai aplikasi analitik digital telah digunakan untuk membantu proses riset pasar, penyusunan strategi pemasaran, pembuatan konten, optimasi mesin pencari (SEO), pengelolaan media sosial, pelayanan pelanggan melalui chatbot, serta analisis perilaku konsumen. Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) menjelaskan bahwa transformasi digital telah mengubah paradigma pemasaran dari pendekatan konvensional menuju pemasaran berbasis teknologi cerdas yang mengintegrasikan data, kecerdasan buatan, dan pengalaman pelanggan secara real time. Kondisi tersebut menyebabkan dunia usaha semakin membutuhkan sumber daya manusia yang tidak hanya memahami konsep digital marketing, tetapi juga mampu memanfaatkan AI secara efektif, bertanggung jawab, dan sesuai dengan etika profesi.

Kebutuhan terhadap kompetensi AI juga tercermin pada perubahan karakteristik tenaga kerja masa depan. World Economic Forum (2025) melalui *The Future of Jobs Report* menyatakan bahwa kemampuan menggunakan AI, analisis data, digital literacy, creative thinking, dan technological literacy menjadi kompetensi yang mengalami peningkatan permintaan paling tinggi dalam lima tahun mendatang. Dunia industri tidak lagi hanya mencari lulusan yang memiliki kemampuan teknis, tetapi juga individu yang mampu berkolaborasi dengan teknologi AI untuk meningkatkan produktivitas, inovasi, dan kualitas pengambilan keputusan. Perubahan tersebut menuntut lembaga pendidikan untuk mulai mempersiapkan peserta didik sejak dini agar memiliki literasi AI yang memadai sebelum memasuki dunia kerja.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan lembaga pendidikan vokasi yang memiliki orientasi utama menghasilkan lulusan yang siap bekerja sesuai dengan kebutuhan industri. Karakteristik pembelajaran di SMK menekankan pada keseimbangan antara penguasaan teori, praktik, serta pengalaman kerja yang relevan dengan perkembangan teknologi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menegaskan bahwa pendidikan kejuruan bertujuan mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja pada bidang tertentu. Tujuan tersebut mengandung konsekuensi bahwa kurikulum maupun aktivitas pembelajaran harus selalu menyesuaikan perkembangan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri, termasuk perkembangan teknologi Artificial Intelligence.



Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan AI di kalangan siswa SMK masih didominasi untuk aktivitas sederhana, seperti mencari jawaban tugas sekolah atau membuat ringkasan materi pembelajaran. Pemahaman mengenai konsep dasar AI, cara kerja algoritma, validasi informasi, etika penggunaan AI, perlindungan data pribadi, hak cipta, maupun batasan hukum penggunaan AI masih relatif rendah. Kondisi tersebut menyebabkan penggunaan AI sering kali belum memberikan manfaat optimal bagi peningkatan kompetensi peserta didik, bahkan berpotensi menimbulkan penyalahgunaan teknologi seperti plagiarisme, penyebaran informasi yang tidak akurat, pelanggaran hak kekayaan intelektual, hingga ketergantungan terhadap sistem otomatis.

Fenomena tersebut menjadi perhatian penting karena AI merupakan teknologi yang memiliki dua sisi. Di satu sisi AI mampu meningkatkan efisiensi, kreativitas, dan produktivitas, tetapi di sisi lain dapat menimbulkan berbagai persoalan etis apabila digunakan tanpa pemahaman yang memadai. UNESCO (2021) melalui *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence* menegaskan bahwa pengembangan kompetensi AI harus selalu diiringi dengan pendidikan mengenai prinsip transparansi, akuntabilitas, keadilan, perlindungan privasi, keamanan data, penghormatan terhadap hak asasi manusia, dan tanggung jawab sosial. Literasi AI tidak hanya berarti kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami implikasi etika, hukum, dan sosial dari penggunaan teknologi tersebut.

Aspek legalitas penggunaan AI juga semakin penting diperhatikan seiring berkembangnya regulasi mengenai perlindungan data pribadi dan hak kekayaan intelektual. Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi memberikan landasan hukum mengenai pengelolaan data pribadi yang harus dipatuhi oleh setiap individu maupun organisasi. Penggunaan AI dalam menghasilkan konten digital, mengolah data pelanggan, maupun melakukan analisis informasi harus memperhatikan prinsip perlindungan data, persetujuan penggunaan data, keamanan informasi, serta penghormatan terhadap hak cipta. Pemahaman mengenai aspek legal tersebut perlu dikenalkan sejak jenjang pendidikan menengah agar peserta didik mampu menggunakan teknologi AI secara bertanggung jawab ketika memasuki dunia kerja.

Digital marketing merupakan salah satu bidang yang mengalami transformasi paling cepat akibat perkembangan AI. Aktivitas seperti pembuatan copywriting, desain promosi, optimasi konten media sosial, analisis tren pasar, segmentasi pelanggan, hingga evaluasi efektivitas kampanye pemasaran kini banyak dibantu oleh aplikasi berbasis AI. Penguasaan teknologi tersebut memberikan peluang besar bagi lulusan SMK untuk meningkatkan daya saing, baik sebagai tenaga kerja maupun se

bagai wirausahawan digital. Pembelajaran digital marketing yang dikombinasikan dengan pemanfaatan AI menjadi salah satu strategi efektif untuk meningkatkan kesiapan kerja peserta didik sesuai kebutuhan industri saat ini.

Pendekatan pembelajaran berbentuk trial class dipilih karena memberikan pengalaman belajar yang bersifat praktis, interaktif, dan kontekstual. Trial class memungkinkan peserta didik tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai AI, tetapi juga secara langsung mencoba berbagai aplikasi AI dalam menyelesaikan studi kasus pemasaran digital. Metode pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) sebagaimana dikemukakan oleh Kolb (1984) menjelaskan bahwa pengalaman langsung akan meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kemampuan refleksi peserta didik dibandingkan pembelajaran yang hanya bersifat teoritis.

SMK Bina Mitra sebagai salah satu sekolah vokasi memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kompetensi digital peserta didiknya agar selaras dengan perkembangan dunia industri. Penguatan literasi AI melalui trial class digital marketing berbasis AI yang dilakukan oleh Program Studi Bisnis Digital Politeknik Takumi diharapkan mampu memberikan pengalaman awal kepada siswa mengenai cara memanfaatkan AI sebagai alat bantu produktivitas, kreativitas, dan inovasi tanpa mengabaikan aspek etika maupun legalitas. Pendekatan tersebut juga mendukung implementasi pembelajaran berbasis industri (*industry-oriented learning*) yang menjadi karakter utama pendidikan vokasi.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Program Studi Bisnis Digital Politeknik Takumi dirancang tidak hanya sebagai pelatihan penggunaan aplikasi AI, tetapi juga sebagai upaya membangun kesadaran kritis peserta didik mengenai penggunaan AI yang bertanggung jawab. Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep AI, implementasi AI dalam digital marketing, praktik penggunaan berbagai platform AI untuk membuat konten pemasaran, teknik *prompt engineering* sederhana, validasi hasil AI, identifikasi bias informasi, perlindungan data pribadi, etika penggunaan AI, serta aspek

legalitas yang berkaitan dengan hak cipta dan kepemilikan karya digital. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan peserta didik yang tidak hanya cakap secara teknologi, tetapi juga memiliki integritas dalam memanfaatkan AI.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Penguatan Literasi Artificial Intelligence (AI) bagi Siswa SMK Bina Mitra melalui Trial Class Digital Marketing Berbasis AI dengan Pendekatan Etika dan Legalitas" menjadi relevan untuk dilaksanakan. Program ini diharapkan mampu meningkatkan literasi AI peserta didik, memperkuat kompetensi digital marketing berbasis AI, membangun kesadaran mengenai penggunaan teknologi yang etis dan sesuai ketentuan hukum, serta mendukung kesiapan lulusan SMK menghadapi kebutuhan dunia kerja dan industri pada era transformasi digital yang semakin berkembang.

METODE PENGABDIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan Participatory Learning and Community Empowerment (PLCE), yaitu pendekatan yang menempatkan peserta sebagai subjek pembelajaran melalui proses edukasi, praktik langsung, diskusi, dan refleksi bersama. Pendekatan ini dipilih karena mampu menciptakan proses pembelajaran yang interaktif sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai Artificial Intelligence (AI), tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dalam kegiatan digital marketing dengan tetap memperhatikan aspek etika dan legalitas. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui kerja sama antara tim dosen Politeknik Takumi dengan SMK Bina Mitra sebagai mitra pengabdian.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana dan pihak SMK Bina Mitra untuk menyusun rencana kegiatan, menentukan jadwal pelaksanaan, menetapkan jumlah peserta, serta menyiapkan sarana dan prasarana pendukung. Tahap ini juga meliputi identifikasi kebutuhan peserta

melalui diskusi dengan pihak sekolah mengenai kompetensi digital yang dibutuhkan siswa, khususnya dalam pemanfaatan Artificial Intelligence pada bidang digital marketing.

Materi pelatihan kemudian disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tersebut, meliputi pengenalan Artificial Intelligence, pemanfaatan AI dalam digital marketing, etika penggunaan AI, perlindungan hak cipta, keamanan data pribadi, serta regulasi yang berkaitan dengan penggunaan teknologi digital. Selain itu, tim juga menyiapkan modul pelatihan, studi kasus, lembar praktik, instrumen pre-test dan post-test, serta kuesioner evaluasi kepuasan peserta.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara tatap muka (offline) di SMK Bina Mitra dengan melibatkan dosen sebagai narasumber, mahasiswa sebagai fasilitator, guru pendamping, dan siswa sebagai peserta kegiatan. Pelaksanaan trial class terdiri atas beberapa tahapan sebagai berikut.

1. Pre-Test

Kegiatan diawali dengan pemberian pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta mengenai Artificial Intelligence, digital marketing, etika penggunaan AI, serta legalitas pemanfaatan teknologi digital. Hasil pre-test digunakan sebagai dasar untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti kegiatan.

2. Penyampaian Materi (Educational Session)

Materi disampaikan secara interaktif mengenai perkembangan Artificial Intelligence, konsep dasar AI Generatif, penerapan AI dalam dunia bisnis dan digital marketing, peluang pemanfaatan AI bagi siswa SMK, serta tantangan yang dihadapi dalam era transformasi digital. Materi juga menjelaskan berbagai platform AI yang saat ini banyak digunakan dalam pembuatan konten pemasaran digital.

3. Demonstrasi Penggunaan AI

Narasumber mendemonstrasikan penggunaan beberapa aplikasi Artificial Intelligence yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan digital marketing, seperti penyusunan prompt yang efektif, pembuatan copywriting, desain promosi, pembuatan caption media sosial, penyusunan strategi pemasaran digital, serta pembuatan ide konten menggunakan AI.

4. Praktik Digital Marketing Berbasis AI

Peserta melakukan praktik secara langsung menggunakan berbagai platform AI untuk menghasilkan konten pemasaran digital. Kegiatan praktik meliputi pembuatan slogan produk, desain promosi sederhana, penyusunan kalender konten media sosial, pembuatan materi promosi, serta optimalisasi strategi pemasaran digital berbasis AI. Selama praktik berlangsung, tim pelaksana memberikan pendampingan sehingga setiap peserta mampu memahami cara memanfaatkan AI secara optimal.

5. Edukasi Etika dan Legalitas AI

Sesi ini membahas pentingnya penggunaan Artificial Intelligence secara bertanggung jawab. Materi yang diberikan mencakup etika penggunaan AI, perlindungan hak cipta, keamanan data pribadi, transparansi penggunaan AI dalam pembuatan karya, pencegahan plagiarisme, serta berbagai regulasi yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital. Melalui sesi ini peserta diharapkan mampu memahami bahwa AI merupakan alat bantu yang harus digunakan secara bijaksana dan tidak menggantikan kemampuan berpikir kritis maupun kreativitas manusia.

6. Diskusi Interaktif (Interactive Discussion)

Peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi mengenai peluang pemanfaatan Artificial Intelligence dalam dunia kerja, kewirausahaan digital, serta tantangan penggunaan AI di lingkungan pendidikan. Diskusi dilakukan melalui tanya jawab, penyelesaian studi kasus, dan berbagi pengalaman mengenai penggunaan AI dalam ak

tivitas sehari-hari.

7. Presentasi Hasil Praktik

Setiap kelompok mempresentasikan hasil praktik digital marketing yang telah dibuat menggunakan Artificial Intelligence. Presentasi ini bertujuan untuk melatih kemampuan komunikasi peserta sekaligus memberikan kesempatan memperoleh masukan dari narasumber maupun peserta lainnya.

Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta mengenai Artificial Intelligence dan digital marketing berbasis AI. Evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi selama kegiatan berlangsung serta penyebaran kuesioner kepuasan peserta. Aspek yang dievaluasi meliputi:

1. peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep Artificial Intelligence;
2. peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan AI untuk digital marketing;
3. pemahaman peserta mengenai etika penggunaan Artificial Intelligence;
4. pemahaman peserta mengenai aspek legalitas, hak cipta, dan perlindungan data pribadi;
5. kemampuan peserta menyusun konten digital marketing menggunakan AI;
6. tingkat partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung; dan
7. tingkat kepuasan peserta terhadap materi, metode penyampaian, dan pelaksanaan kegiatan.

Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif menggunakan persentase, rata-rata skor pre-test dan post-test, serta narasi hasil observasi untuk menggambarkan tingkat ketercapaian tujuan kegiatan. Hasil evaluasi selanjutnya dijadikan dasar dalam penyusunan rekomendasi pengembangan program literasi Artificial Intelligence bagi siswa sekolah menengah kejuruan secara berkelanjutan.

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program diukur berdasarkan beberapa indikator sebagai berikut:

1. terlaksananya seluruh rangkaian kegiatan sesuai jadwal yang telah direncanakan;
2. tingginya partisipasi aktif siswa selama mengikuti trial class;
3. meningkatnya nilai post-test dibandingkan dengan hasil pre-test sebagai indikator peningkatan pemahaman peserta;
4. meningkatnya kemampuan peserta dalam memanfaatkan Artificial Intelligence untuk mendukung aktivitas digital marketing;
5. meningkatnya kesadaran peserta mengenai etika, hak cipta, perlindungan data pribadi, dan legalitas penggunaan Artificial Intelligence;
6. meningkatnya kreativitas peserta dalam menghasilkan konten pemasaran digital berbasis AI; dan
7. terjalannya kerja sama berkelanjutan antara Politeknik Takumi dan SMK Bina Mitra dalam pengembangan literasi digital serta implementasi Artificial Intelligence pada kegiatan pembelajaran dan pengembangan kompetensi siswa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan judul "Penguatan Literasi Artificial Intelligence (AI) bagi Siswa SMK Bina Mitra melalui Trial Class Digital Marketing Berbasis AI dengan Pendekatan Etika dan Legalitas" dilaksanakan sebagai bentuk implementasi tridarma perguruan tinggi dalam meningkatkan kompetensi digital peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam bidang digital marketing sekaligus membangun pemahaman mengenai aspek etika dan legalitas penggunaan AI sehingga siswa mampu memanfaatkan teknologi secara produktif, bertanggung jawab, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Pelaksanaan kegiatan diikuti oleh siswa SMK Bina Mitra yang berasal dari berbagai

program keahlian. Metode pelaksanaan terdiri atas penyampaian materi, demonstrasi penggunaan berbagai aplikasi AI, praktik langsung (hands-on practice), diskusi interaktif, serta evaluasi pemahaman peserta. Pendekatan pembelajaran dirancang secara partisipatif sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu mengimplementasikan penggunaan AI dalam aktivitas pemasaran digital secara langsung.

Pelaksanaan Kegiatan Trial Class

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai perkembangan Artificial Intelligence dalam dunia industri. Pemateri menjelaskan perubahan paradigma digital marketing dari pemasaran konvensional menuju pemasaran berbasis data dan kecerdasan buatan. Materi tersebut mencakup konsep dasar AI, perkembangan Generative AI, peluang penerapannya dalam dunia bisnis, serta dampaknya terhadap perubahan kebutuhan kompetensi sumber daya manusia.

Selanjutnya peserta memperoleh materi mengenai berbagai aplikasi AI yang saat ini banyak digunakan dalam aktivitas digital marketing, seperti pembuatan konten media sosial, copywriting, desain grafis, analisis pasar, penyusunan strategi pemasaran, hingga pengembangan ide bisnis. Pada sesi ini peserta dikenalkan dengan berbagai platform AI yang dapat dimanfaatkan secara gratis maupun berbayar sehingga siswa memiliki gambaran mengenai implementasi teknologi tersebut di dunia kerja.

Praktik Penggunaan AI dalam Digital Marketing

Tahap praktik menjadi bagian utama kegiatan karena peserta diberikan kesempatan menggunakan AI secara langsung. Peserta diminta membuat konsep promosi sebuah produk menggunakan bantuan Artificial Intelligence. Aktivitas praktik meliputi:

1. menyusun prompt yang efektif;
2. membuat caption promosi menggunakan AI;
3. menghasilkan desain promosi berbasis AI;
4. menyusun ide konten media sosial;

5. membuat strategi pemasaran sederhana menggunakan AI.

Hasil praktik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menghasilkan konten pemasaran dalam waktu relatif singkat dibandingkan metode konvensional. Peserta juga mulai memahami bahwa kualitas keluaran AI sangat dipengaruhi oleh kualitas instruksi (prompt) yang diberikan kepada sistem.

Penguatan Literasi Etika dan Legalitas AI

Bagian yang menjadi pembeda kegiatan ini dibandingkan pelatihan AI pada umumnya adalah adanya penguatan mengenai aspek etika dan legalitas penggunaan Artificial Intelligence.

Materi yang diberikan meliputi:

1. pentingnya menjaga orisinalitas karya;
2. penggunaan AI sebagai alat bantu, bukan pengganti kemampuan berpikir;
3. perlindungan hak cipta terhadap konten digital;
4. perlindungan data pribadi;
5. risiko plagiarisme;
6. transparansi penggunaan AI;
7. tanggung jawab pengguna dalam menghasilkan konten digital.

Diskusi berlangsung sangat aktif karena sebagian besar peserta sebelumnya belum memahami bahwa penggunaan AI juga memiliki konsekuensi hukum dan etika. Banyak peserta menganggap seluruh hasil AI dapat digunakan secara bebas tanpa memperhatikan kepemilikan intelektual maupun sumber data yang digunakan.

Melalui sesi ini peserta memperoleh pemahaman bahwa kemampuan menggunakan AI harus diimbangi dengan tanggung jawab moral sehingga teknologi dimanfaatkan untuk meningkatkan kreativitas, bukan sebagai sarana melakukan pelanggaran akademik maupun pelanggaran hak kekayaan intelektual.

Antusiasme dan Partisipasi Peserta

Selama pelaksanaan kegiatan terlihat tingginya antusiasme peserta. Hal tersebut ditunjukkan melalui keaktifan dalam sesi

diskusi, banyaknya pertanyaan yang diajukan mengenai implementasi AI di dunia kerja, serta keterlibatan peserta selama praktik berlangsung.

Sebagian besar peserta menyatakan baru pertama kali memperoleh pelatihan yang mengintegrasikan penggunaan AI dengan digital marketing sekaligus membahas aspek etika dan legalitas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan literasi AI pada tingkat pendidikan menengah masih sangat tinggi sehingga kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa trial class mampu meningkatkan literasi Artificial Intelligence peserta, baik dari sisi pengetahuan maupun keterampilan praktis. Peningkatan tersebut terlihat dari kemampuan peserta dalam memanfaatkan AI untuk menghasilkan berbagai bentuk konten pemasaran digital secara mandiri.

Temuan ini sejalan dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa seseorang akan lebih mudah menerima suatu teknologi apabila teknologi tersebut dianggap memberikan manfaat (perceived usefulness) dan mudah digunakan (perceived ease of use). Melalui praktik langsung, peserta merasakan bahwa AI mampu mempercepat proses pembuatan konten sehingga meningkatkan minat mereka untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam aktivitas belajar maupun berwirausaha.

Hasil kegiatan juga memperlihatkan bahwa Artificial Intelligence mampu menjadi media pembelajaran yang efektif dalam meningkatkan kreativitas peserta. AI membantu siswa menghasilkan ide pemasaran, membuat konten promosi, serta menyusun strategi komunikasi digital dengan lebih cepat. Kondisi tersebut mendukung konsep Digital Competence Framework (DigComp) yang menempatkan kemampuan menggunakan teknologi digital sebagai kompetensi utama yang harus dimiliki oleh generasi muda dalam menghadapi transformasi digital.

Temuan lain yang cukup penting adalah meningkatnya kesadaran peserta mengenai pentingnya penggunaan AI secara etis.

Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian besar peserta lebih berorientasi pada kemudahan penggunaan AI tanpa memahami aspek tanggung jawab hukum maupun etika. Setelah mengikuti sesi literasi etika dan legalitas, peserta mulai memahami pentingnya menjaga integritas akademik, menghargai hak cipta, melindungi data pribadi, serta menggunakan AI sebagai alat pendukung kreativitas.

Hasil tersebut memperkuat pandangan Responsible AI yang menekankan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan harus memperhatikan prinsip transparansi, akuntabilitas, keadilan, keamanan data, serta penghormatan terhadap hak-hak pengguna. Kompetensi digital pada era AI tidak hanya diukur dari kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga dari kemampuan menggunakan teknologi tersebut secara bertanggung jawab.

Dari sisi pendidikan vokasi, kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi Artificial Intelligence ke dalam pembelajaran digital marketing sangat relevan dengan kebutuhan dunia industri. Dunia kerja saat ini semakin membutuhkan lulusan yang tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi AI dalam meningkatkan efektivitas promosi, analisis pasar, pengembangan konten, dan pelayanan pelanggan. Oleh karena itu, penguatan literasi AI sejak jenjang SMK menjadi strategi yang tepat untuk meningkatkan kesiapan lulusan menghadapi transformasi digital di berbagai sektor industri.

Pelaksanaan trial class berhasil mencapai tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kesadaran etis peserta mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence dalam digital marketing. Integrasi antara praktik penggunaan AI dengan penguatan etika dan legalitas menjadi nilai tambah kegiatan karena menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif. Pendekatan tersebut diharapkan mampu membentuk generasi muda yang tidak hanya cakap secara digital, tetapi juga memiliki integritas, tanggung jawab, dan kesiapan menghadapi perkembangan teknologi di masa depan.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan "Penguatan Literasi Artificial Intelligence (AI) bagi Siswa SMK Bina Mitra melalui Trial Class Digital Marketing Berbasis AI dengan Pendekatan Etika dan Legalitas" berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman siswa mengenai konsep dasar Artificial Intelligence serta implementasinya dalam bidang digital marketing. Melalui penyampaian materi dan praktik secara langsung, peserta mampu memahami bahwa AI dapat dimanfaatkan sebagai teknologi pendukung untuk meningkatkan efektivitas pembuatan konten pemasaran, menyusun strategi promosi, serta mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan ide-ide bisnis yang inovatif.

Pelaksanaan trial class juga memberikan pengalaman praktis kepada peserta dalam memanfaatkan berbagai aplikasi berbasis AI untuk mendukung aktivitas digital marketing. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan AI mampu meningkatkan efisiensi proses kerja, mempercepat penyusunan materi promosi, serta membantu peserta menghasilkan konten digital yang lebih kreatif dan menarik. Pengalaman belajar berbasis praktik tersebut memberikan bekal awal bagi siswa untuk menghadapi kebutuhan kompetensi digital yang semakin berkembang di dunia pendidikan maupun dunia kerja.

Aspek etika dan legalitas yang diintegrasikan dalam kegiatan menjadi nilai tambah yang penting karena mampu meningkatkan kesadaran peserta mengenai penggunaan AI secara bertanggung jawab. Peserta memperoleh pemahaman bahwa pemanfaatan AI harus memperhatikan prinsip kejujuran akademik, penghormatan terhadap hak cipta, perlindungan data pribadi, serta transparansi dalam penggunaan teknologi. Pemahaman tersebut diharapkan mampu membentuk karakter pengguna AI yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki integritas dalam memanfaatkan teknologi digital.

Kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan literasi digital siswa SMK Bina Mitra, khususnya dalam menghadapi perkembangan Artificial Intelligence yang semakin luas diterapkan di

berbagai sektor industri. Model pembelajaran yang mengombinasikan pengenalan teknologi, praktik digital marketing berbasis AI, serta penguatan etika dan legalitas terbukti menjadi pendekatan yang relevan untuk mempersiapkan generasi muda agar memiliki kompetensi digital yang adaptif, inovatif, dan bertanggung jawab dalam menghadapi era transformasi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Takumi dan SMK Bina Mitra serta seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. *Business Horizons*, 62(1), 15–25. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.004>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfo-mgt.2019.08.002>
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. UNESCO Publishing.
- OECD. (2019). *OECD Principles on Artificial Intelligence*.
- World Economic Forum. (2025). *The Future of Jobs Report 2025*.

- UNESCO. (2023). *Global Education Monitoring Report 2023*.
- Ng, A. (2018). *AI Transformation Playbook*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). *Kurikulum Merdeka*. Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Indonesia 2024*.
- Floridi, L., & Cowls, J. (2019). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*. <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>
- Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1(9), 389–399.
- <https://doi.org/10.1038/s42256-019-0088-2>
- van Laar, E., van Deursen, A. J. A. M., van Dijk, J. A. G. M., & de Haan, J. (2020). Determinants of 21st-century digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.010>
- Redecker, C. (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators (DigCompEdu)*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/159770>
- European Commission. (2019). *Ethics Guidelines for Trustworthy Artificial Intelligence*.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). *The business of artificial intelligence*. *Harvard Business Review Digital Articles*.