
PENGGUNAAN AI TOOLS UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS SOSIAL MEDIA UMKM ARTREE

Andrew Haikal M¹, Alvin Nicolas Gunadi², Viny Christanti Mawardi³

¹Jurusan Sistem Informasi, Universitas Tarumanagara Jakarta

²Jurusan Sistem Informasi, Universitas Tarumanagara Jakarta

³Program Studi Teknik Informatika, Universitas Tarumanagara Jakarta

andrew.825210152@stu.untar.ac.id, alvin.825210015@stu.untar.ac.id, viny@fti.untar.ac.id

Abstrak

Di era digital yang semakin maju, usaha UMKM di Indonesia banyak yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk mempromosikan produk mereka. Salah satunya adalah Artree, sebuah UMKM di Bali yang bergerak di bidang makanan sehat berbentuk protein bar. Namun, Artree menghadapi kendala dalam hal desain dan deskripsi postingan produk, serta pemanfaatan fitur Instagram. Berdasarkan analisis dengan tools analisa.io, media sosial Artree masih kurang optimal dalam hal jumlah postingan, like, dan hashtag. Untuk mengatasi hal ini, Artree membutuhkan bantuan tools AI seperti canva dan copy.ai yang dapat membantu mereka mendapatkan ide untuk membuat konten media sosial yang menarik. Namun, tools AI ini juga memerlukan pemahaman konsep dan cara penggunaannya yang sesuai dengan tujuan dan sasaran konten. Misalnya, teks untuk promosi, iklan, atau deskripsi produk memiliki aturan dan gaya yang berbeda-beda. AI bukanlah pengganti manusia, melainkan alat bantu untuk meningkatkan kualitas konten media sosial. Karena keterbatasan dana, Artree tidak dapat menyewa tim konten kreator atau tim IT sendiri. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan tools AI untuk pembuatan konten produk UMKM Artree yang berkualitas.

Kata kunci: AI Tools, Artree, Instagram, UMKM

PENDAHULUAN

Di era digital ini penggunaan sosial media untuk memenuhi kebutuhan informasi media sosial banyak digunakan sebagai media penggerak perekonomian bagi para pengusaha. Pasalnya media sosial merupakan sarana pemasaran yang efektif dan efisien bagi para pengusaha. Dengan menggunakan media sosial, mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan lebih beragam, serta tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Media sosial juga memungkinkan adanya komunikasi langsung antara penjual dan pembeli, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pembeli dapat menanyakan segala hal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan, seperti kualitas, harga, cara pembayaran, dan lain-lain. (Sholeh, M., et al. 2020). Media sosial adalah salah satu aplikasi teknologi informasi yang memanfaatkan jaringan internet untuk membangun hubungan sosial berdasarkan kesamaan minat, tujuan, atau kegiatan (Robby, 2017). Media sosial yang paling populer diantaranya adalah Instagram, Tiktok, Youtube.

Artree adalah pelaku usaha UMKM yang menghasilkan suatu produk protein bar yang bermanfaat bagi kesehatan manusia UMKM ini berlokasi di provinsi Bali. Instagram dan berbagai tools untuk membuat atau mengedit foto sangat penting bagi pelaku usaha UMKM Artree untuk memperlihatkan suatu produk kepada masyarakat luas (Muhammad, A. A., & Dona, Y. 2022). Sehingga perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM memasarkan produk secara daring. Dengan berkembangnya zaman yang memiliki suatu pengaruh teknologi, penggunaan teknologi dapat melakukan perancangan design poster, instastory iklan pada sosial media maupun brosur banyak ditemukan dalam promosi online UMKM salah satunya dengan tools canva (Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. 2018). Canva merupakan sebuah aplikasi atau software desain grafis yang dapat membantu penggunaannya untuk membuat desain dan merancang berbagai jenis material kreatif secara online (Widayanti, L., Kala'lembang, A., Rahayu,

W. A., Riska, S. Y., & Sapoetra, Y. A. 2021). Namun tidak semua pengguna awam fasih menggunakan Canva. Canva menyediakan begitu banyak fitur untuk menyusun konten yang sesuai untuk Instagram.

Instagram juga memiliki manfaat di bidang sosial dan bidang usaha untuk memperkenalkan usaha UMKM tersebut ke masyarakat luas, salah satunya adalah UMKM Artree Bali untuk memperkenalkan produk tersebut menggunakan sosial media Instagram. Namun terdapat kendala pada akun Instagram Artree tersebut yaitu belum menemukan konten atau cara menggunakan fitur dan tools untuk yang tepat untuk mengunggah ke dalam postingan Instagram, akun instagram milik UMKM Artree masih terlihat sederhana dan mengingkan promosi yang lebih interaktif dan responsif agar banyak masyarakat yang tertarik untuk mengunjungi akun Instagram Artree dan membeli produk tersebut.

Dalam upaya untuk memenuhi tuntutan tersebut, pemanfaatan AI (Artificial Intelligence) tools telah muncul sebagai solusi yang menarik bagi UMKM Artree. AI (Artificial Intelligence) adalah bidang ilmu komputer yang mengembangkan sistem yang dapat meniru kemampuan manusia dalam berbagai hal. Teknologi ini dapat mengolah dan memanfaatkan data yang ada di dalam sistem untuk memberikan solusi. Proses yang terlibat dalam kecerdasan buatan meliputi pembelajaran, penalaran, dan koreksi diri. Proses ini serupa dengan cara manusia melakukan analisis sebelum mengambil keputusan (Lubis, M. S. Y. 2021). AI tools memiliki potensi untuk mengotomatisasi berbagai aspek produksi konten media sosial, mulai dari analisis sentimen, penyuntingan otomatis, hingga rekomendasi konten yang relevan. Dengan demikian, penggunaan AI tools dapat membantu UMKM Artree meningkatkan efisiensi dan kualitas konten mereka Selain itu salah satu kemampuan yang dimiliki oleh AI adalah mengolah data secara cepat dan akurat. Hal ini dapat memudahkan penjual dalam membuat sebuah strategi pada digital marketing yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Dengan begitu, penjual dapat

meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan (Pangkey, F. M., et al. 2019).

PkM ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai teknik dan alat AI yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM Artree untuk meningkatkan kualitas isi materi sosial media mereka. tim akan melakukan studi kasus terhadap UMKM Artree dan menganalisis dampak dari penerapan AI tools dalam usaha mereka untuk meningkatkan kualitas konten.

Melalui PkM ini, tim PkM berharap dapat memberikan wawasan yang berguna bagi UMKM Artree dan UMKM lainnya dalam memahami potensi dan manfaat pemanfaatan AI tools dalam memproduksi konten media sosial yang lebih baik. Selain itu, PkM ini juga akan membahas tantangan dan kendala yang mungkin dihadapi dalam implementasi AI tools serta memberikan rekomendasi praktis untuk mengatasi hal tersebut.

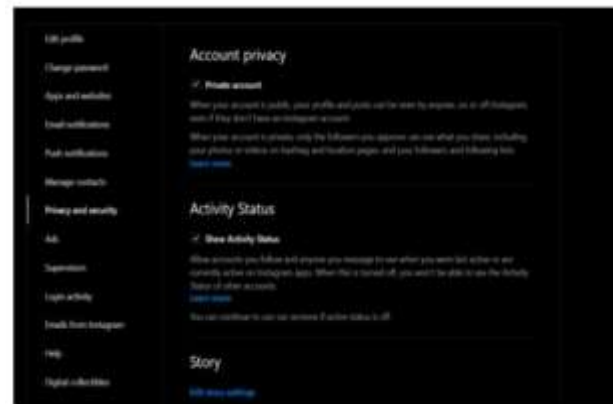
Dengan adanya PkM ini, diharapkan UMKM Artree dan UMKM sektor kreatif lainnya dapat mengambil langkah-langkah menuju transformasi digital yang lebih efektif dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif melalui pemanfaatan AI tools dalam meningkatkan kualitas isi materi sosial media mereka.

UMKM Artree adalah UMKM yang baru saja berkembang. UMKM Artree hanya memiliki sumber daya manusia pekerja rumah tangga yang bertugas untuk memproduksi protein bar. Seluruh proses penjualan dan pencarian dana hanya dilakukan oleh satu orang yaitu bapak Fajar Sulaiman. Saat ini seluruh konten sosial media hanya ditangani oleh satu orang karena keterbatasan dana dan sumber daya yang dimiliki. UMKM Artree banyak mengikuti berbagai kegiatan pengembangan UMKM untuk mendapatkan dana tambahan dari pemerintah dan bank. Namun hasil pendanaan tersebut banyak diinvestasikan untuk membeli mesin dan membayar tenaga kerja sebanyak 5 orang untuk memproduksi protein bar.

Berkaitan dengan penjelasan di atas, UMKM Artree diharapkan bisa menggunakan dan memanfaatkan sosial media saat ini guna untuk menyebar sebuah produk untuk memasarkan produk yang dijualnya. Sosial media yang merupakan sarana digital bagi seluruh pelaku usaha UMKM yang biayanya relatif murah dan tidak memerlukan

keahlian khusus untuk menggunakannya. Kurangnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi dan pemanfaatan fitur sosial media yang dialami oleh pelaku UMKM merupakan kendala dalam membuat konten untuk menyebarkan produk tersebut sehingga UMKM Artree memerlukan edukasi dan sosialisasi tentang pemanfaatan sosial media dan tips mengembangkan konten.

Pada kegiatan PKM ini, mitra membutuhkan bantuan dalam memilih, memahami dan menggunakan AI tools untuk membuat suatu desain produk dengan murah dan sumber daya manusia yang terbatas. agar koneksi dalam sosial media tersebut dapat meningkatkan audiens yang lebih luas. Selain itu keterbatasan dalam mengatur fitur yang terdapat dalam Instagram seperti dalam gambar 1 dimana dalam sebuah akun Instagram bisnis masih banyak fitur-fitur yang dapat dieksplor agar dapat memaksimalkan penggunaan Instagram.



Gambar 1. Pengaturan Akun Sosial Media

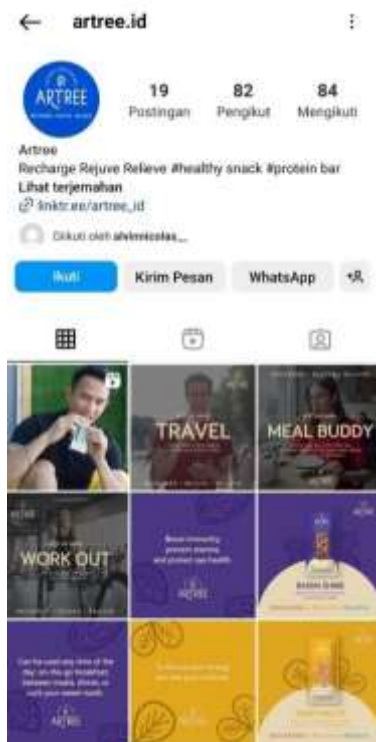
UMKM dapat mengunggah unggahan di instagram agar dapat melakukan interaksi kepada pengguna saat ini maupun peluang konsumen di masa yang akan datang, tidak hanya perusahaan besar, UMKM dapat memanfaatkan konten dari Instagram untuk melakukan aktivitas bisnis (Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. 2017). Konten pada instagram sangat berpengaruh pada pengguna jika konten yang dibuat menarik karena pengguna akan penasaran serta bisa melihat atau mengunjungi halaman sosial media kita. Selain itu kemampuan dalam mengelola konten serta

memanajemen instagram artree masih sangat dasar. Pemilik akun tersebut masih sangat jarang untuk mengunggah cerita pada instagram story sehingga akun instagram tersebut terlihat sepi serta mitra belum menambahkan fitur Insight Story yang dapat bertahan selamanya. akun tersebut jarang membuat video ataupun foto testimoni produk kepada konsumen.



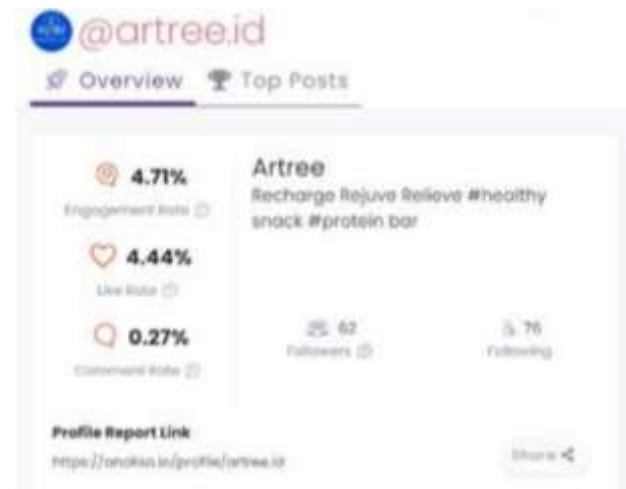
Gambar 2. Tampilan Instagram artree.id

Berdasarkan hasil dari tampilan pada gambar 2, instagram artree terdapat 82 pengikut dan 19 postingan yang dimana pengikut ini sangat minim sehingga sangat minim pengguna untuk mengunjungi akun tersebut serta pengelolaan akun tersebut masih sangat minim.



Gambar 3. Tampilan Postingan Instagram artree.id

Berdasarkan tampilan gambar 3, desain atau poster yang diunggah oleh mitra sudah cukup baik namun memerlukan beberapa perbaikan. Perbaikan yang dibutuhkan yaitu seperti penempatan foto yang lebih rapi, lalu poster yang kurang beragam, dan penyesuaian tema poster yang kurang bervariasi.



Gambar 4. Tampilan hasil analisis artree.id menggunakan analisis.io

Berdasarkan hasil analisis pada gambar 4 terhadap instagram artree.id, audiens yang di jangkau masih sangat minim, dan jumlah like ataupun komen dalam satu postingan masih dibawah 10 orang. Hal ini dikarenakan instagram yang artree.id di kunci untuk umum, sehingga tidak semua orang dapat melihat unggahan yang ada dalam instagram artree.id.

Berdasarkan hasil analisis dan observasi terhadap mitra, terdapat 2 permasalahan utama mitra yaitu:

1. Mitra belum memiliki kemampuan dalam menggunakan berbagai AI tools untuk mempercepat pembuatan konten yang menarik dan interaktif.
2. Mitra belum memiliki kemampuan maksimal untuk mengatur pengaturan pada sosial media dan belum memahami

penggunaan fitur-fitur lainnya selain postingan foto dan video.

METODE

Langkah-langkah/Tahapan pelaksanaan Kegiatan yang dilakukan dalam PKM ini merupakan kegiatan pelatihan pemanfaatan AI tools dan fitur instagram untuk meningkatkan kemampuan promosi produk. Untuk mengembangkan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra, tim PkM melakukan metode wawancara. Metode ini bertujuan untuk menggali informasi tentang latar belakang, harapan, dan tantangan yang dihadapi oleh mitra dalam menjalankan program. Hasil wawancara kemudian dianalisis dan disusun menjadi materi pelatihan yang relevan dan bermanfaat. Dimana untuk hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan suatu inovasi dalam membuat konten. Kegiatan PKM dilaksanakan dalam 4 tahap besar yaitu Forum Group Discussion, Pembuatan Materi, Presentasi dan pelatihan serta evaluasi dari tahap-tahap tersebut



Gambar 5. Tahapan dalam pelaksanaan PKM

Setelah mengetahui kemampuan yang dimiliki oleh mitra dalam FGD pertama, tim PkM akan membahas AI tools apa saja yang ada untuk mendukung pembuatan konten pada FGD berikutnya. Setelah mengetahui dan membantu memilih AI tools yang sesuai dengan mitra maka

tahap selanjutnya adalah melakukan pembuatan materi. Pembuatan materi dilakukan oleh tim PkM di Untar secara bersama. Pembuatan materi berupa power point dan video.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis permasalahan mitra, tim PkM memberikan solusi untuk permasalahan mitra dengan melakukan wawancara, observasi, pelatihan dan evaluasi terkait pengetahuan penggunaan AI tools dan fitur pada Instagram. Pendampingan UMKM harus dihubungkan dengan pengetahuan umum terkait pengetahuan penulisan topik, pembuatan foto, pembuatan video disertai audio dan pengetahuan lainnya terkait pembuatan konten untuk sosial media. Solusi yang diberikan adalah pengetahuan teknologi terkait AI tools sesuai kemampuan tim PkM yaitu di bidang teknologi. Namun karena mitra adalah pengguna umum maka harusnya dikaitkan dengan kebutuhan mereka yaitu meningkatkan kualitas konten untuk sosial media.

Dalam menggunakan kekuatan sosial media secara sepenuhnya, sebuah mitra hendaklah memahami cara sosial media itu bekerja. Setiap sosial media memiliki cara tersendiri untuk mencapai target dan menyelesaikan masalah yang dimiliki mitra apabila tahu cara mengelolanya dengan baik. Agar pengguna instagram dapat melihat unggahan foto produk artree maka akun instagram harus diatur dalam mode umum dalam pengaturan Instagram tersebut. Selain itu untuk status aktivitas perlu diaktifkan juga karena aktivitas jika kita online bisa terlihat pada pengguna jika mereka mengirim pesan. Pengelolaan sosial media yang baik memiliki beberapa langkah yaitu:

1. Memahami tools serta cara kerja sosial media tersebut
2. Memahami target audience
3. Perencanaan yang matang
4. Membuat konten yang sesuai
5. Mengunggah konten
6. Memantau statistik dan menganalisa dari data tersebut

7. Menggunakan fitur dalam canva
8. Memperbarui atau membuat suatu kemasan yang unik dengan tools smartmockups
9. Memakai caption tepat dengan tools Copy.ai

Tim PKM membuat sebuah power point yang digunakan untuk pengenalan awal tools AI yang akan digunakan oleh mitra.



Gambar 6. Materi Pemanfaatan AI Tools

Materi tersebut membahas penggunaan Artificial Intelligence pada sosial media UMKM Artree kecerdasan buatan tersebut terdiri dari penggunaan Artificial Intelligence Chat.Gpt, Chat Gpt merupakan sebuah mesin pencari yang dikenal untuk melakukan apa saja dengan hasil yang sangat cepat, serta tools copy ai yang digunakan untuk membuat sebuah deskripsi pada unggahan foto maupun video yang akan diunggah ke publik dan inflact, inflact merupakan tools yang berguna untuk menentukan hastag agar unggahan tersebut dapat dilihat banyak orang.

Keunggulan dari kumpulan AI Tools tersebut dapat di akses oleh mitra dan efisien serta bisa dilakukan di berbagai jenis perangkat apapun seperti gawai, tablet, komputer dan lain - lain, selain dari keunggulan tersebut AI Tools tersebut memiliki kekurangan seperti akses *premium* , akses tersebut dapat membuka berbagai fitur - fitur yang tidak

dapat diakses apabila mitra tidak mengakses akun *premium* tersebut.

Selain itu, tim PKM membuat buku panduan dan video tutorial untuk membantu mitra lebih mengenal tools-tools yang ada pada instagram, canva, maupun copy AI. Buku Panduan ini memberikan petunjuk praktis tentang cara menggunakan fitur yang ditawarkan oleh platform-platform tersebut, seperti membuat konten yang menarik, efektif dan sesuai dengan tujuan bisnis mitra. Video tutorial ini juga menunjukkan contoh penerapan alat-alat tersebut dalam konteks bisnis mitra. Dengan demikian, mitra dapat meningkatkan keterampilan digital mereka dan memperluas jangkauan pemasaran mereka di media sosial.



Gambar 7. Pertemuan daring bersama UMKM Artree



Gambar 8. Guidebook canva dan copy.AI

KESIMPULAN

Buku panduan, video tutorial dan materi Power Point yang tim PkM buat adalah hasil dari analisis permasalahan yang dihadapi oleh mitra tim PkM dalam menggunakan Artificial Intelligence tools untuk meningkatkan kualitas sosial media mereka. Tim PkM ingin memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh mitra tim PkM untuk memanfaatkan Artificial Intelligence tools seperti instagram, copy AI dan canva secara optimal dan efektif. Dengan menggabungkan beberapa Artificial Intelligence tools dan canva, mitra tim PkM dapat menciptakan konten yang lebih interaktif, menarik dan sesuai dengan target audiens mereka. Tim PkM juga mengajak mitra tim PkM untuk bereksplorasi lebih jauh lagi dengan Artificial Intelligence tools dan platform-platform tersebut agar dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka di media sosial.

Tim PKM membuat *form* yang dibuat untuk mengetahui seberapa paham mitra menggunakan AI *Tools*, dari hasil tersebut mitra sangat paham tentang materi yang diajarkan oleh tim PKM dengan hasil sangat puas dan mitra berhasil membuat dan mengelola sebuah akun instagraxm yang dibuat oleh tim PKM.

Saran dari tim pkm adalah agar mitra mempelajari dan menerapkan materi yang tim berikan dengan serius dan konsisten, serta berani bereksperimen dengan berbagai fitur dan kombinasi yang tersedia. Tim PkM harap buku panduan, video tutorial dan materi Power Point ini bermanfaat bagi mitra dalam mengembangkan bisnisnya melalui sosial media.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim PKM ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu tim PkM dalam penulisan artikel ini. Pertama, penulis

mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Tarumanagara yang telah mendanai PkM melalui program “Konferensi Nasional Pengabdian kepada Masyarakat & Corporate Social Responsibility 2023” pada tahun 2023. Kedua, penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu Viny Christiati Mawardi selaku pembimbing PkM yang telah memberikan bimbingan, saran dan kritik yang membangun selama PkM dan penulisan makalah ini. Ketiga, penulis mengucapkan terima kasih Bapak Fajar Sulaiman, sebagai mitra PkM, yang telah berkontribusi dalam pengumpulan dan analisis data serta penyusunan artikel ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan moril dan materiil dalam penyusunan artikel ilmiah ini. Penulis berharap hasil PkM ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan UMKM artree.

REFERENSI

1. Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.
2. Nasution, R. D. (2017). Pengaruh perkembangan teknologi informasi komunikasi terhadap eksistensi budaya lokal. *Jurnal penelitian komunikasi dan opini publik*, 21(1), 30-42.
3. Muhamad, A. A., & Dona, Y. (2022). Pengenalan Canva Pada UMKM Keripik Anugerah Jaya Margo Lestari (Doctoral dissertation, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya).
4. Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18-33.

5. Widayanti, L., Kala'lembang, A., Rahayu, W. A., Riska, S. Y., & Sapoetra, Y. A. (2021). Edukasi pembuatan desain grafis menarik menggunakan aplikasi canva. *Jurnal pengabdian masyarakat*, 2(2), 91-102.
6. Santoso, A. P., Baihaqi, I., & Persada, S. F. (2017). Pengaruh konten post instagram terhadap online engagement: Studi kasus pada lima merek pakaian wanita (Doctoral dissertation, Sepuluh Nopember Institute of Technology).
7. Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh artificial intelligence dan digital marketing terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(3), 21-25.
8. Lubis, M. S. Y. (2021, August). Implementasi Artificial Intelligence Pada System Manufaktur Terpadu. In *Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU* (Vol. 4, No. 1, pp. 1-7).
9. Wennerholm, E., Nilsson, F., & Pettersson, T. (2022). *Trovärdigheten till influencersen fråga om följarrantal?: En kvalitativ intervjustudie om unga kvinnors upplevda trovärdighet till micro-respektive macro-influencers på Instagram.*
10. Burström, T., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J. (2021). AI-enabled business-model innovation and transformation in industrial ecosystems: A framework, model and outline for further research. *Journal of Business Research*, 127, 85-95.