



Pelatihan Pembuatan Video Promosi Berbasis Artificial Intelligence Menggunakan Lumina AI Bagi Pelaku UMKM di DKI Jakarta

Yana Adharani¹, Muhammad Hanif Abdillah², Muhammad Linggar Givary^{3*}, Muhammad Fikri Dwi Saputra⁴, Zaky Yusuf Ajindra⁵, Muhammad Nasirul Haq⁶, Rully Mujiastuti⁷, Rita Dewi Risanty⁸, Popy Meilina⁹, Sitti Nurbaya Ambo¹⁰

¹⁻¹⁰Universitas Muhammadiyah Jakarta

e-mail korespondensi*: 23040700037@student.umj.ac.id

History Article	Abstract
Received: 25 June 2026 Revised: 20 July 2026 Accepted: 28 July 2026	Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) contribute 61.07% to Indonesia's gross domestic product, yet most still struggle to produce competitive digital promotional content because of limited cost, time, and technical skills. This community service program aimed to improve MSME actors' capacity to use generative artificial intelligence, specifically Lumina AI, to produce promotional images and short videos independently.
Keyword <i>UMKM; artificial intelligence; promotional video; digital marketing; generative AI; Lumina AI; MSMEs</i>	The activity was conducted on 18 July 2026 at the Artificial Intelligence Laboratory, Faculty of Engineering, Universitas Muhammadiyah Jakarta, in partnership with the MSME Division of the Muhammadiyah Regional Board of DKI Jakarta, and involved 25 participants from the culinary, handicraft, and service sectors through lecture, demonstration, guided practice, and individual mentoring based on a five-part training module. Understanding of Lumina AI-related content was measured with a five-item pretest and posttest (maximum score 35 per participant); complete paired data were available for 14 participants. The mean score rose only slightly, from 31.0 to 31.5 (88.6% to 90.0%), the minimum score remained unchanged at 14, and ten of the fourteen participants already scored at the maximum in the pretest. All participants produced at least one promotional image and one short promotional video from their own product photographs. These results indicate that participants' baseline understanding of AI concepts was already high before the training, so the training's main measurable contribution lay in the practical skill of independently producing usable promotional content, rather than in raising conceptual test scores.

To cite this article: Adharani, Y. et al. (2026). *Pelatihan Pembuatan Video Promosi Berbasis Artificial Intelligence Menggunakan Lumina AI Bagi Pelaku UMKM di DKI Jakarta*. **Kenduri: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat**. 6(2) 2026, Hal: 152-xxx. <https://doi.org/10.62159/kenduri.v6i.xxx>

PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu penopang utama perekonomian nasional. Menurut catatan Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat sekitar 64,2 juta unit UMKM yang menyumbang 61,07% terhadap produk domestik bruto dan menyerap kurang lebih 117 juta pekerja atau 97% dari total angkatan kerja (Keuangan, 2023). Kendati perannya sedemikian besar, kemampuan pemasaran digital mayoritas pelaku UMKM masih tertinggal, sehingga produk yang sebenarnya berkualitas sering kurang dilirik semata karena tampilan promosinya kurang memikat.

Salah satu penentu keberhasilan pemasaran digital adalah konten visual, terutama video, yang mampu meringkas informasi produk sekaligus menggugah minat audiens di kanal seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business (Laudon & Traver, 2021). Persoalannya, memproduksi video secara konvensional menuntut kemahiran videografi, perangkat lunak penyuntingan, dan biaya yang tidak sedikit sesuatu yang jarang dimiliki usaha berskala kecil (Khaira et al., 2022).

Kehadiran kecerdasan buatan (generative AI) menawarkan solusi efektif atas kendala produksi media promosi UMKM. Melalui instruksi teks (prompt), visual dan video promosi berkualitas tinggi dapat diproduksi secara instan (White et al., 2023). Berbagai program pengabdian sebelumnya telah membuktikan efektivitas pelatihan AI dalam memacu efisiensi pemasaran UMKM (Putri & Widadi, 2026). Kendati demikian, mayoritas pelatihan pendahulu umumnya masih sebatas pengenalan platform dasar text-to-image atau pembuatan prompt generik tanpa skema pembimbingan berkelanjutan, sehingga mutu luaran peserta kurang konsisten (Amalia et al., 2023).

Salah satu platform AI yang relevan untuk kebutuhan ini adalah Lumina AI, yang menyatukan alur kerja text-to-image, image-to-image, hingga image-to-video dalam satu antarmuka peramban (web-based) yang ramah pengguna (BytePlus, 2026). Platform ini dipilih dibanding platform sejenis (seperti Midjourney atau Runway) karena beberapa alasan diantaranya menyediakan token bulanan gratis yang memadai tanpa harus mewajibkan verifikasi kartu kredit, dapat diakses lancar melalui perangkat komputer maupun ponsel, dan juga terdapat banyak tools seperti text-to-image, image-to-image, image-to-video yang dapat berjalan sekaligus dengan sekali klik.

Berangkat dari kondisi tersebut, tim Kuliah Kerja Nyata Universitas Muhammadiyah Jakarta menggandeng Divisi UMKM Pimpinan Wilayah Muhammadiyah DKI Jakarta menyelenggarakan pelatihan pembuatan video promosi berbasis AI menggunakan Lumina AI. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam menyusun prompt terstruktur, memproduksi aset gambar dan video promosi produk yang estetik, serta memahami prinsip etika dan optimasi konten digital secara mandiri.

METODE

Pelatihan diselenggarakan pada Sabtu, 18 Juli 2026, pukul 09.00–13.30 WIB, bertempat di Laboratorium Kecerdasan Buatan, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pemilihan lokasi didasarkan pada ketersediaan unit komputer, jaringan internet yang stabil, serta proyektor sarana yang menjadi syarat pelatihan pada platform berbasis komputasi awan, karena seluruh proses pembuatan gambar dan videonya dijalankan pada peladen. Terdapat 5 instruktur atau pendamping dalam pelatihan ini yang dimana rasio pendamping terhadap peserta adalah 1:5.

Kegiatan ini diikuti oleh 25 pelaku UMKM yang terdaftar dalam jejaring Divisi UMKM Pimpinan Wilayah Muhammadiyah DKI Jakarta, dengan sebaran sektor usaha meliputi kuliner (60%), kerajinan/kriya (24%), dan jasa (16%). Untuk merancang materi pelatihan yang terukur serta memastikan transferabilitas program, dilakukan pemetaan awal (*baseline assessment*) terhadap profil demografi dan tingkat literasi digital peserta sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Table 1 Distribusi Tingkat Literasi Digital Peserta

Kategori Literasi Digital	Indikator / Karakteristik Peserta	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Sektor Usaha Utama
Pemula (<i>Beginner</i>)	Menggunakan ponsel cerdas hanya untuk komunikasi dasar (WhatsApp); belum memiliki akun media sosial bisnis aktif; belum pernah menggunakan platform AI.	7	28%	Kuliner (4), Kerajinan (3)
Menengah (<i>Intermediate</i>)	Aktif berjualan daring di media sosial/e-commerce; terbiasa mengambil foto produk mandiri; pernah mendengar AI namun belum pernah mengoperasikannya untuk desain/video.	13	52	Kuliner (8), Jasa (3), Kerajinan (2)

Mahir (<i>Advanced</i>)	Rutin memproduksi konten promosi dengan aplikasi pengeditan (misal: Canva/CapCut); telah menguji platform AI teks (misal: ChatGPT) untuk pembuatan narasi.	5	20%	Kuliner (3), Jasa (1), Kerajinan (1)
Total		25	100%	

Meskipun profil literasi digital peserta cukup heterogen, seluruh peserta mengikuti alur pelatihan yang sama dalam satu kelas terpadu tanpa pemisahan kelompok materi. Strategi ini dipilih untuk membangun suasana belajar kolaboratif. Untuk mengatasi kendala kecepatan pemahaman antarpeserta, tim pengabdian menerapkan strategi pendampingan terintegrasi, yaitu dengan menyiagakan fasilitator/instruktur pendamping (*mentoring class*) yang siap membantu peserta pemula secara intensif di meja masing-masing.

Pelaksanaan mengikuti tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, sebagaimana disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap persiapan dilakukan koordinasi bersama mitra, penyusunan modul, uji coba platform oleh tim, penyiapan laboratorium, serta pendataan peserta. Tahap pelaksanaan berupa pelatihan tatap muka sehari penuh yang memadukan pemaparan materi dan praktik langsung. Adapun tahap evaluasi meliputi pengukuran *pretest* dan *posttest*, pengumpulan umpan balik peserta, dan penyusunan laporan.

Kegiatan memadukan empat metode. Ceramah dipakai menyampaikan konsep AI generatif dan struktur *prompt*; demonstrasi digunakan instruktur untuk memperagakan tiap langkah pada Lumina AI melalui proyektor; praktik terbimbing memberi ruang peserta mengoperasikan platform di perangkat masing-masing; sedangkan pendampingan perseorangan menjamin peserta dengan keterampilan digital terbatas tetap sanggup menuntaskan seluruh tahapan.

Materi bersumber dari modul lima bagian yang dirancang tim, meliputi: (1) pengenalan Lumina AI serta perannya dalam promosi UMKM; (2) dasar penyusunan *prompt* yang efektif; (3) tahap pembuatan gambar promosi; (4) tahap pembuatan video promosi; dan (5) optimasi keluaran serta etika pemakaian AI. Bagian kedua menjadi jantung pelatihan sebab mutu keluaran AI generatif ditentukan oleh mutu instruksinya. Empat elemen *prompt* yang diajarkan ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Empat Element Prompt

Alur produksi konten yang dipraktikkan peserta berjalan dari satu foto produk hingga distribusi ke media sosial, sebagaimana disajikan pada Gambar 3. Susunan acara pelatihan selengkapnya ditampilkan pada Tabel 1.



Gambar 3 Susunan Acara Pelatihan

Table 2 Susunan Acara Waktu Pelatihan

Waktu	Kegiatan	Metode
09.30–10.00	Registrasi, pembukaan, dan sambutan	Ceramah
10.00–11.30	Pengenalan Lumina AI, struktur prompt, dan demonstrasi	Ceramah dan demonstrasi
11.30–13.30	Praktik pembuatan gambar dan video promosi, diskusi, posttest, penutupan	Praktik terbimbing dan pendampingan individual

Efektivitas kegiatan diukur dengan dua instrumen. Pertama, pretest dan posttest berupa kuesioner daring yang disusun tim pelaksana, terdiri atas 5 butir pilihan ganda yang secara khusus mengukur pemahaman konsep AI generatif, pengertian prompt, dan tujuan pembuatan video promosi menggunakan Lumina AI, masing-masing bernilai maksimum 7 poin sehingga skor total maksimum per peserta adalah 35 poin. Kelima butir tersebut disusun agar selaras dengan isi lima bagian modul pelatihan (pengenalan Lumina AI, prinsip penyusunan prompt, langkah pembuatan gambar, langkah pembuatan video, dan etika penggunaan AI), sehingga validitas isinya didasarkan pada kesesuaian butir dengan materi yang diajarkan, bukan pada uji pakar formal. Kuesioner daring yang sama juga memuat butir tentang materi pembuatan website menggunakan Canva yang diberikan pada sesi pelatihan terpisah di hari yang sama; butir-butir tersebut tidak dianalisis dalam artikel ini karena berada di luar cakupan pelatihan Lumina AI yang dilaporkan.

Instrumen disusun oleh tim pelaksana berdasarkan modul pelatihan tanpa melalui uji validitas oleh pakar maupun uji reliabilitas statistik seperti Cronbach's Alpha; hal ini diakui sebagai keterbatasan metodologis dan menjadi catatan perbaikan untuk kegiatan pengabdian serupa berikutnya. Pencocokan data pretest dan posttest pada individu yang sama dilakukan secara manual berdasarkan kombinasi nama dan nomor telepon yang dituliskan peserta pada formulir; karena sebagian peserta menuliskan nama atau nomor secara tidak konsisten antara kedua sesi, pencocokan hanya dapat dilakukan dengan yakin untuk 14 dari 25 peserta.

Kedua, penilaian luaran praktik, yakni kelayakan gambar dan video promosi yang dihasilkan peserta, dinilai oleh lima instruktur pendamping menggunakan rubrik deskriptif dengan enam kriteria: (1) kejelasan produk, yaitu subjek produk tampak jelas dan menjadi fokus utama visual; (2) ketepatan prompt, yaitu kesesuaian antara prompt yang dituliskan dan hasil yang diperoleh; (3) kualitas visual, meliputi pencahayaan, komposisi, dan kebersihan latar; (4) kejujuran representasi, yaitu visual hasil olahan tetap mencerminkan kondisi produk sebenarnya dan tidak menyesatkan; (5) kesesuaian platform, yaitu format dan durasi sesuai kanal distribusi yang dituju peserta; dan (6) kepatuhan etis, yaitu tidak memuat klaim berlebihan atau elemen yang menyalahi etika promosi. Penilaian ini bersifat deskriptif-kualitatif tanpa skor numerik gabungan dan mencakup seluruh 25 peserta.

Data pretest-posttest ditelaah secara deskriptif dengan membandingkan rerata, median, dan sebaran nilai sebelum dan sesudah pelatihan pada 14 peserta yang datanya berpasangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan diikuti 25 pelaku UMKM dan berlangsung sesuai susunan acara yang direncanakan. Sesi dibuka dengan sambutan perwakilan Fakultas Teknik dan mitra, dilanjutkan penyampaian materi mengenai Lumina AI dan struktur *prompt*. Peserta menunjukkan keterlibatan tinggi sejak awal, tercermin dari banyaknya pertanyaan yang muncul bahkan sebelum sesi praktik dimulai.



Gambar 4 Sesi Praktik

Gambar 4 memperlihatkan sesi penyampaian materi ketika instruktur memperagakan setiap langkah pengoperasian melalui proyektor. Pendekatan ini memungkinkan peserta mengamati antarmuka platform yang sesungguhnya sebelum mengoperasikannya sendiri, sehingga keraguan pada tahap praktik berkurang.

Sesi praktik menjadi porsi terbesar kegiatan. Setiap peserta mengunggah foto produknya sendiri, menyusun *prompt* mengikuti empat elemen yang diajarkan, lalu membandingkan beberapa hasil untuk memilih keluaran yang paling sesuai. Pada praktik video, peserta menambahkan unsur gerakan kamera, durasi, dan suasana ke dalam *prompt* sebelum menjalankan proses *rendering*.



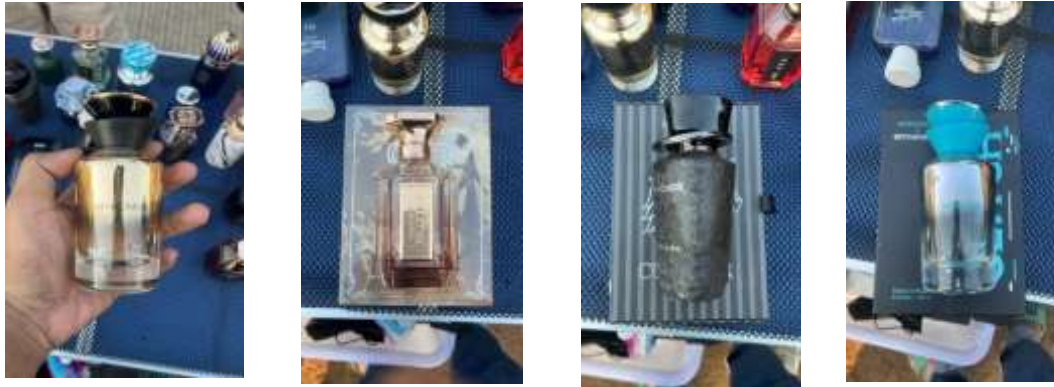
Gambar 5. Peserta mempraktikkan pembuatan gambar promosi

Gambar 5 menampilkan peserta yang bekerja pada perangkat masing-masing dengan pendampingan anggota tim. Pendampingan individual terbukti menentukan pada tahap ini, terutama bagi peserta yang baru pertama kali mengoperasikan perangkat AI generatif, karena kendala umumnya bukan berasal dari ketidakpahaman konsep melainkan ketidakbiasaan terhadap antarmuka.

Luaran Karya Peserta

Seluruh 25 peserta berhasil menghasilkan sedikitnya satu gambar promosi dan satu video promosi singkat dari foto produk masing-masing. Berdasarkan rubrik enam kriteria yang dijelaskan pada bagian Metode, tim instruktur menilai secara deskriptif bahwa sebagian besar karya telah memenuhi kriteria kejelasan produk, kualitas visual, dan kesesuaian platform; karena penilaian ini bersifat kualitatif tanpa skor numerik per karya, persentase karya yang "memenuhi rubrik minimum" atau distribusi skor tidak dapat dilaporkan secara kuantitatif pada kegiatan ini. Gambar 6 menampilkan contoh karya peserta sebagai ilustrasi perbandingan sebelum dan sesudah pengolahan; karya yang ditampilkan merupakan hasil generate

AI dan tidak menampilkan identitas pribadi peserta atau pelanggannya. Penilaian perbandingan visual sebelum-sesudah ini dilakukan oleh tim instruktur yang sama dengan pelaksana kegiatan, bukan oleh evaluator independen, sehingga berpotensi mengandung bias penilai hal ini diakui sebagai keterbatasan. Data mengenai apakah karya tersebut selanjutnya benar-benar digunakan peserta dalam aktivitas pemasaran produknya belum dikumpulkan, karena evaluasi hanya dilakukan pada hari pelaksanaan tanpa pemantauan pascapelatihan.



Gambar 6 Foto Produk sebelum AI



Gambar 7 Foto Produk Hasil Generate AI

Gambar 6 menyajikan contoh produk peserta dan gambar 7 merupakan karya peserta. Sebagian besar luaran telah memuat subjek produk yang jelas, latar yang mendukung, serta format yang sesuai platform tujuan, menandakan pemahaman yang memadai atas struktur *prompt*. Variasi kualitas antarpeserta sebagian besar dipengaruhi kualitas foto dasar yang dibawa, sejalan dengan penekanan studi terdahulu mengenai pentingnya bahan visual dasar dalam produksi konten berbantuan AI (Uddin et al., 2025).

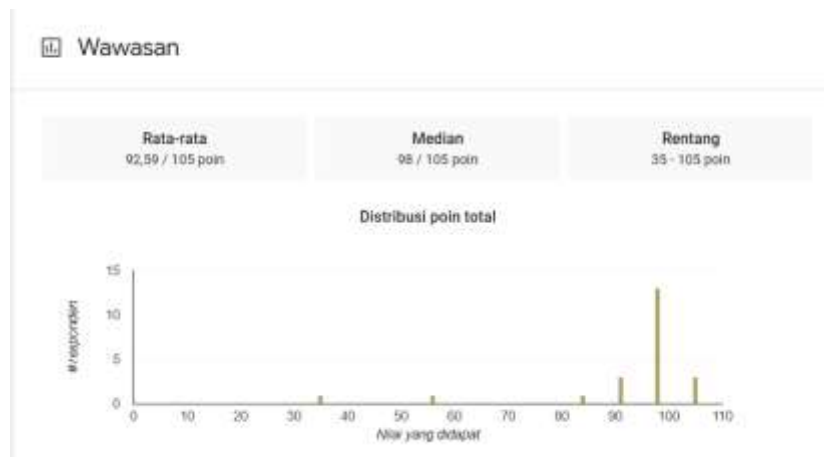
Perubahan pemahaman peserta

Hasil pengukuran menunjukkan pemahaman awal peserta sudah tergolong tinggi, dengan rata-rata pretest 31,0 (SD=7,63) dan IQR 29,75–35,0 dari skala maksimum 35. Setelah pelatihan, rata-rata posttest tercatat 31,5 (SD=6,58) dengan IQR yang sama. Pada tingkat individu, dua belas dari empat belas peserta

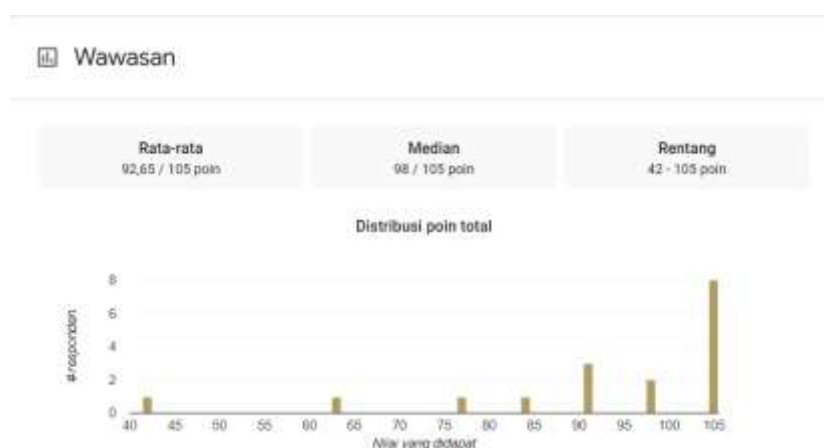
tidak mengalami perubahan skor sama sekali karena telah berada di titik skor maksimum atau mendekatinya sejak pretest; satu peserta mengalami kenaikan sebesar 14 poin dan satu peserta lain mengalami penurunan sebesar 7 poin. Uji Wilcoxon signed-rank menunjukkan perbedaan pretest-posttest tidak signifikan secara statistik ($p=0,655$). Dengan demikian, data ini tidak mendukung klaim adanya peningkatan pengetahuan setelah pelatihan; yang dapat disimpulkan secara valid adalah bahwa pemahaman konseptual peserta terhadap materi Lumina AI sudah tinggi sejak awal dan relatif dipertahankan hingga akhir pelatihan. Ringkasan perubahan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan hasil pretest dan posttest peserta

Indikator	Pretest	Posttest	Perubahan
Rata-rata (skala 105)	92,59	92,65	+0,06
Median	98	98	Tetap
Nilai terendah	35	42	+7
Nilai tertinggi	105	105	Tetap



Gambar 8. Distribusi nilai pretest peserta



Gambar 9. Distribusi nilai posttest peserta

Gambar 8 dan Gambar 9 menampilkan sebaran nilai sebelum dan sesudah pelatihan pada 14 peserta yang datanya berpasangan. Sejalan dengan hasil uji Wilcoxon yang tidak signifikan, temuan ini menunjukkan bahwa pada kelompok peserta dengan pemahaman awal tinggi dan efek langit-langit yang kuat, capaian pelatihan pada ranah kognitif memang sulit terdeteksi melalui kenaikan skor rata-rata. Di sisi

lain, seluruh 25 peserta berhasil menyelesaikan tugas praktik berupa satu gambar dan satu video promosi. Perlu ditegaskan bahwa capaian ini tidak dapat disamakan dengan penguasaan kompetensi secara mandiri: seluruh proses praktik berlangsung dengan pendampingan individual oleh instruktur di setiap tahap, sebagaimana dijelaskan pada bagian Metode, sehingga keberhasilan menyelesaikan karya lebih tepat dimaknai sebagai bukti peserta mampu mengikuti dan menerapkan instruksi dengan bimbingan, bukan sebagai bukti kemampuan bekerja secara mandiri tanpa pendampingan. Kegiatan ini tidak mengumpulkan data mengenai kemampuan peserta memproduksi konten serupa secara mandiri setelah pelatihan berakhir, sehingga klaim penguasaan kompetensi jangka panjang tidak dapat didukung oleh data yang tersedia.

Pola ini berbeda dengan temuan (Putri & Widadi, 2026) yang mencatat kenaikan rata-rata dari 51,4 menjadi 84,0 setelah pelatihan konten berbantuan AI. Perbedaan tersebut bersumber pada titik awal yang tidak sama: peserta pada kegiatan ini telah cukup akrab dengan media digital, sedangkan peserta studi terdahulu berangkat dari pemahaman awal yang jauh lebih rendah. Perbandingan ini menunjukkan bahwa dampak pelatihan AI generatif sangat dipengaruhi literasi digital awal peserta, sehingga instrumen evaluasi perlu disesuaikan dengan karakteristik kelompok sasaran.

Faktor pendukung dan kendala

Beberapa kendala teknis muncul selama pelaksanaan. Kecepatan internet menurun ketika seluruh peserta menjalankan proses *rendering* video secara bersamaan; kendala ini diatasi dengan mengatur giliran *generate* secara bergelombang. Paket gratis Lumina AI juga menerapkan batas kuota, sehingga peserta diarahkan mematangkan *prompt* sebelum mengeksekusi. Keragaman kemampuan digital ditangani melalui pendampingan individual. Ketiga pengalaman tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang bertumpu pada layanan komputasi awan perlu memperhitungkan skenario beban puncak, batasan layanan pihak ketiga, dan kesiapan pendampingan berlapis sejak tahap perencanaan.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan sejalan dengan proposisi bahwa AI generatif dapat memangkas tiga hambatan utama produksi konten bagi usaha kecil, yaitu biaya, waktu, dan keterampilan (White et al., 2023). Pelatihan singkat berbasis praktik terbukti memadai untuk mentransfer keterampilan tersebut, sepanjang disertai pendampingan yang menyesuaikan keragaman peserta syarat yang juga ditekankan pada program pengabdian sejenis (Gunadi et al., 2023)(Reniat et al., 2024).



Gambar 10. Sesi penutupan dan foto bersama peserta

Gambar 10 mendokumentasikan sesi penutupan. Kegiatan diakhiri dengan penyampaian kiat optimasi, diskusi etika penggunaan AI yang menegaskan bahwa visual hasil olahan harus tetap mencerminkan kondisi produk sebenarnya, serta penyediaan kanal komunikasi untuk konsultasi pascapelatihan.

KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan video promosi berbasis AI menggunakan Lumina AI bagi pelaku UMKM telah terlaksana sesuai rencana. Kegiatan ini menghasilkan capaian jangka pendek yang terukur: seluruh 25 peserta menyelesaikan tugas praktik berupa penyusunan prompt terstruktur serta produksi sedikitnya satu gambar dan satu video promosi dari foto produknya sendiri, dengan pendampingan individual di setiap tahap. Pada aspek kognitif, pengukuran terhadap 14 peserta yang datanya berpasangan menunjukkan pemahaman konseptual sudah tinggi sejak awal (rata-rata pretest 31,0 dari skala 35) dan tidak berubah secara signifikan setelah pelatihan, sehingga yang dapat disimpulkan adalah pemahaman awal yang tinggi berhasil dipertahankan, bukan meningkat. Capaian-capaian ini perlu dibaca sebagai keluaran (output) jangka pendek dari satu hari pelatihan, bukan sebagai bukti dampak pada pemasaran produk maupun keberlanjutan keterampilan peserta, mengingat sejumlah keterbatasan: durasi pelatihan yang hanya satu hari, pemahaman awal peserta yang sudah tinggi (sehingga ruang pengukuran peningkatan terbatas), metode evaluasi yang bersifat deskriptif tanpa pembandingan kelompok kontrol, serta belum adanya pemantauan pascapelatihan untuk mengetahui apakah keterampilan dan karya yang dihasilkan benar-benar digunakan dan bertahan dalam praktik pemasaran peserta.

Kegiatan ini memberi manfaat langsung bagi kedua belah pihak pada saat pelaksanaan. Peserta memperoleh pengalaman langsung memproduksi konten promosi berbiaya rendah beserta karya siap pakai, sedangkan tim pelaksana memperoleh pengalaman merancang modul pelatihan, membawakan materi, dan menjalin kemitraan formal dengan lembaga eksternal. Sejauh ini belum terdapat rencana tindak lanjut yang telah dioperasionalkan belum ada jadwal pendampingan pascapelatihan, penanggung jawab yang ditunjuk, indikator follow-up, target penggunaan konten, maupun evaluasi terjadwal pada 1–3 bulan setelah pelatihan. Ketidadaan ini diakui sebagai keterbatasan kegiatan. Untuk kegiatan pengabdian serupa berikutnya, disarankan agar rencana keberlanjutan dirancang secara operasional sejak tahap perencanaan awal, mencakup penetapan jadwal dan penanggung jawab pendampingan, indikator terukur untuk memantau penggunaan konten oleh peserta, serta evaluasi lanjutan pada 1–3 bulan pascapelatihan untuk menilai dampak yang lebih substantif terhadap pemasaran produk UMKM.

REFERENSI

- Amalia, S., Karomatan, T., & Ridwan, W. I. (2023). Pengaruh penggunaan Chat GPT sebagai content creation dalam membangun persepsi konsumen terhadap strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Ilmiah Publika*, 11(2), 525–533. <https://doi.org/10.33603/publika.v11i2.8856>
- BytePlus. (2026). Lumina AI. <https://ai.byteplus.com/lumina/en>
- Gunadi, A. N., Hakim, A., & Mawardi, V. C. (2023). Penggunaan AI tools untuk meningkatkan kualitas sosial media UMKM Artree. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–8. <https://doi.org/10.37695/pkmcscr.v6i0.1860>
- Kuangan, K. (2023). UMKM hebat, perekonomian nasional meningkat. In Direktorat Jenderal Perbendaharaan. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Khaira, U., Suratno, T., Noverina, Y., Abidin, Z., & Hutabarat, B. F. (2022). Pembuatan konten dan digital marketing sebagai upaya peningkatan pemasaran produk UMKM Kecamatan Danau Teluk. *Gervasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 314–326. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v6i2.3237>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson.
- Putri, P. L., & Widadi, B. (2026). Peningkatan kapasitas pemasaran digital UMKM melalui pendampingan pemanfaatan artificial intelligence dalam pembuatan konten promosi. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 3(3), 104–123. <https://doi.org/10.62383/aksinyata.v3i3.3377>
- Reniat, R., Nizarudin, A., & Bahri, A. (2024). Penguatan strategi pemasaran menggunakan platform digital berbasisartificial intelligence (AI) pada UMKM industri kreatif di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 1987–1999. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1974>
- Uddin, B., Sulistyohati, A., Janah, N. R., Sudrajat, J., & Khaira, A. (2025). Inovasi pemasaran UMKM dengan teknologi artificial intelligence (AI) pada UMKM Desa Warnasari, Kabupaten Bandung. *Abdimas Galuh*, 7(2), 1353–1358.
- White, J., Fu, Q., Hays, S., Sandborn, M., Olea, C., Gilbert, H., Elnashar, A., Spencer-Smith, J., & Schmidt, D. C. (2023). A prompt pattern catalog to enhance prompt engineering with ChatGPT. *ArXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.11382>