

PELATIHAN OPTIMALISASI KONTEN INSTAGRAM DENGAN MENGUNAKAN APLIKASI CHATGPT

**Ari Muhardono, Didha Putri Citradika, Danang Satrio, Rika Adriyana,
Kharismatul Khasanah**

Universitas Pekalongan, Indonesia

e-mail: arimuhardono@unikal.ac.id

Disubmit : 09/03/24 | Diterima : 26/07/24 | Diterbitkan : 27/07/24

ABSTRACT

Silvia Honey is an individual business unit in the livestock sector in Pekalongan City. Silvia Honey was pioneered at the beginning of 2018 or approximately 5 years running. In its development, this honeycomb business unit has experienced quite rapid development but its reach is still limited to local and only relies on word of mouth marketing. The use of digital marketing to reach a larger market potential is still not optimal. Based on an interview with business owner Rizki Silva Pinusa, he still only uses Instagram in his marketing. The obstacle experienced is not yet mastering how to create interesting Instagram content so that it can influence purchasing decisions. The aim of this community service activity is to provide training on optimizing Instagram social media and using ChatGPT to support the marketing of Silvia Honey so that it can create interesting and relevant content on Instagram social media. The result of this activity was an increase in participants' knowledge and skills by 32.33%. The results of this training can increase the knowledge and skills of honey business actors so that they can further optimize marketing content via Instagram social media, making marketing content easier with the help of the ChatGPT application.

Keywords: Silvia Honey, Digital Marketing, Instagram Marketing, Content Marketing, ChatGPT

ABSTRAK

Madu Silvia merupakan unit usaha perorangan di bidang peternakan yang ada di Kota Pekalongan. Madu Silvia ini mulai dirintis sejak awal tahun 2018 atau kurang lebih 5 tahun berjalan. Dalam perkembangannya, unit usaha sarang madu ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat namun dalam jangkauan masih sebatas lokal dan hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut. Penggunaan pemasaran digital untuk menjangkau potensi pasar yang lebih besar masih belum optimal. Berdasarkan wawancara dari pemilik usaha Rizki Silva Pinusa, masih sebatas menggunakan instagram dalam pemasarannya. Kendala yang dialami yaitu belum menguasai bagaimana cara membuat konten instagram yang menarik sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan optimalisasi sosial media instagram dan penggunaan ChatGPT untuk mendukung pemasaran Madu Silvia agar dapat menciptakan konten yang menarik dan relevan di media sosial Instagram. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan peserta sebesar 32,33%. Hasil dari pelatihan ini dapat menambah pengetahuan dan ketrampilan pelaku usaha madu sehingga bisa lebih mengoptimalkan konten pemasaran melalui sosial media Instagram, pembuatan konten pemasaran lebih mudah dengan bantuan aplikasi ChatGPT.

Kata Kunci: Madu Silvia, Digital Marketing, Instagram Marketing, Konten Pemasaran, ChatGPT

Pendahuluan

Madu Silvia merupakan unit usaha perorangan di bidang peternakan yang ada di Kota Pekalongan. Madu Silvia ini mulai dirintis sejak awal tahun 2018 atau kurang lebih 5 tahun berjalan. Berdirinya unit usaha ini dilatar belakangi oleh keinginan untuk membuka peluang bisnis di sektor kesehatan, serta untuk mengembangkan konsep ternak lebah madu yang mudah, menguntungkan, memiliki banyak manfaat serta mudah direplikasikan.

Manfaat dari Madu Silvia ini sangat penting bagi sektor kesehatan terutama sebagai imun tubuh. Ada juga kandungan nutrisi, yaitu madu memiliki kandungan vitamin, asam, mineral dan enzim yang berguna bagi tubuh manusia. Kandungan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai pengobatan tradisional, antibodi dan penghambat pertumbuhan sel kanker. Oleh karena itulah madu sering digunakan sebagai pengobatan alternatif. Manfaat inilah yang menjadikan para konsumen tertarik akan halnya mengkonsumsi sarang madu. (Saras 2023)

Unit usaha sarang madu ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat namun dalam jangkauan masih sebatas lokal dan hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut. Penggunaan pemasaran digital untuk menjangkau potensi pasar yang lebih besar masih belum optimal. Jika pemasaran terus dilakukan secara tradisional, potensi pasar yang lebih luas tidak akan tercapai, dan pertumbuhan bisnis bisa terhambat.

Berdasarkan wawancara dari pemilik usaha Rizki Silva Pinusa, masih sebatas menggunakan instagram dalam pemasarannya. Kendala yang dialami yaitu belum menguasai bagaimana cara membuat konten instagram yang menarik sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam era digital ini, pemasaran melalui media sosial menjadi sebuah strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas produk atau layanan (Muhardono et al. 2022). Madu Silvia, sebagai produsen madu

berkualitas tinggi, memiliki potensi untuk memanfaatkan platform media sosial, terutama Instagram, sebagai sarana untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat lebih luas. Untuk mendukung upaya ini, diperlukan pemahaman dan penguasaan dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi terkini.

Media sosial Instagram, telah menjadi salah satu platform yang sangat efektif dalam menghubungkan produsen dengan konsumen potensial meningkatkan brand awareness, berinteraksi dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan produk. (Muhardono and Meliza 2023)

Salah satu inovasi yang menjanjikan dalam mendukung konten pemasaran adalah pemanfaatan ChatGPT, sebuah model bahasa otomatis yang mampu memberikan respons dan interaksi seperti manusia. (Libuzz 2023) Penggunaan ChatGPT dalam konteks pemasaran Madu Silvia di Instagram diharapkan dapat menciptakan pengalaman interaktif yang lebih personal dan menarik bagi konsumen.

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka dibutuhkan sebuah pelatihan dan pendampingan digital marketing melalui optimalisasi sosial media instagram melalui penggunaan ChatGPT yang bertujuan untuk mendukung pemasaran Madu Silvia agar dapat menciptakan konten yang menarik dan relevan di media sosial Instagram.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan pada tanggal 23 September 2023 dengan peserta yaitu Pengelola Usaha Madu Silvia yang berjumlah 5 orang. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini seperti pada gambar 1 dibawah ini :



Gambar 1. Alur dan Metode Pelaksanaan

Rincian metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Kegiatan observasi dilakukan dengan mendatangi pengelola usaha Madu Silvia, melakukan identifikasi permasalahan terutama terkait pemasaran digital madu silvia yang sudah berjalan dan kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran digital Madu Siliva

2. Pelatihan

Pelatihan akan diberikan kepada pengelola usaha Madu Silvia tentang konsep dasar digital marketing, optimalisasi pemasaran madu silvia melalui instagram, dan pelatihan pembuatan konten instagram dengan menggunakan Chat GPT sehingga menghasilkan konten pemasaran madu yang menarik dan informatif.

3. Evaluasi

Evaluasi akan dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan Evaluasi akan dilakukan dengan cara penilaian pre test dan post test. Komponen penilaian pre test dan post test meliputi : pemahaman dasar digital marketing, konsep dasar social digital marketing setting instagram bisnis, optimalisasi akun instagram, pengenalan AI, pengenalan ChatGPT, cara daftar akun dan menggunakan ChatGPT, cara

membuat prompt ChatGPT, optimalisasi ChatGPT untuk bisnis, membuat konten pemasaran dengan ChatGPT

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan pada tanggal 23 September 2023 dengan peserta yaitu Pengelola Usaha Madu Silvia yang berjumlah 5 orang. Adapun hasil dan pembahasan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Pelatihan Optimaliasi Instagram untuk Media Pemasaran Madu Silvia

Pada saat ini, teknologi komunikasi berbasis internet telah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan informasi yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga memberikan pengaruh yang sangat besar pada segala aspek kehidupan manusia (Pebriany 2020) . Salah satu teknologi komunikasi berbasis internet adalah Instagram.

Fitur utama Instagram melibatkan penggunaan foto dan video, dan seiring berjalannya waktu, *platform* ini telah berkembang dengan adanya *Stories* (cerita yang dapat berupa foto atau video yang menghilang setelah 24 jam), *IGTV* (untuk konten video yang lebih panjang), *Reels* (video pendek dan kreatif), serta berbagai fitur lainnya.



Gambar 2. Penyampaian materi Optimalisasi Instagram

Pada era pemasaran digital penggunaan Instagram dapat dilakukan untuk memasarkan produknya. Instagram dapat dioptimalkan melalui konten yang dibagikan. Konten yang dioptimalkan dapat berupa foto / video, *caption*, promo / diskon, *stories* dan *reels*, *review* pelanggan serta *endorse* oleh *influencer*.

Pada pelatihan ini pengelola diajarkan bagaimana mengoptimalkan Instagram. Foto dan video dengan gambar yang menarik akan menarik perhatian pengguna Instagram. Selain itu dapat disertakan *caption* atau narasi berupa kalimat yang informatif tentang produk. Misalnya, ada nama produk, harga, detail ukuran, bahan, dan lainnya. Sehingga konsumen memiliki gambaran yang jelas tentang produk yang akan dibeli. Promo penjualan pada momen tertentu dapat diunggah di Instagram beberapa hari sebelum promo berlaku. Pemilik juga dapat mengunggah konten *review* baik dari pelanggan maupun *influencer* yang *endorse* sehingga calon pembeli akan lebih percaya setelah membaca *review* dari pelanggan lain.

Stories dan *reels* dapat digunakan untuk meningkatkan *engagement* (komunikasi dua arah). Hal ini dapat dilakukan dengan mengunggah foto produk dan menyertakan link yang mengarah ke *website* pembelian. Selain itu konten untuk membuat *stories* dilakukan untuk mengadakan sesi tanya jawab antara penjual dan pembeli, mengunggah konten proses produksi, pengemasan, dan lainnya. Sedangkan *reels* dapat digunakan untuk mempromosikan produk yang dijual dengan cara yang menarik.

2. Pelatihan Chat GPT untuk Perancangan Konten Instagram

Teknologi AI berkembang sedemikian pesatnya sehingga dapat membantu dalam menyelesaikan berbagai macam pekerjaan salah satunya untuk kebutuhan digital marketing (Rahman 2024)

ChatGPT adalah sebuah teknologi kecerdasan buatan (artificial intelligence) yang dikembangkan oleh OpenAI. ChatGPT ini sangat berguna bagi para profesional marketing dan bisnis karena kemampuannya dalam memproses bahasa alami dengan baik. ChatGPT dapat membantu dalam berbagai hal, mulai dari menerjemahkan dokumen, mengekstrak informasi penting, hingga membuat konten yang menarik bagi pelanggan atau audiens.(Libuzz 2023).

Dengan menggunakan ChatGPT, para profesional marketing dan bisnis dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka dengan mudah dan efektif. Oleh karena itu, ChatGPT adalah sebuah teknologi yang sangat berharga bagi mereka yang ingin memperluas bisnis dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

ChatGPT, sebagai model bahasa generatif berbasis kecerdasan buatan, mampu menciptakan teks yang mirip dengan percakapan manusia. Dalam konteks pemasaran, keunggulan ini membawa manfaat signifikan untuk menciptakan *caption* konten Instagram yang lebih menarik, mempersonalisasi interaksi, dan meningkatkan keterlibatan pengikut. Dengan memahami apa itu ChatGPT dan potensinya dalam konteks pemasaran Instagram, dapat membawa perubahan positif dalam strategi konten marketing Madu Silvia.

Penggunaan Chat GPT dapat mempermudah penggunaan bisnis seperti pembuatan ide konten serta pembuatan *copy writing* dalam penulisan deskripsi barang jualan (Rachmawati, Anjarwati, and Randikaparsa 2023). Chat GPT bisa dipergunakan dalam bidang bisnis khususnya pemasaran, seperti bisa digunakan untuk membuat kreasi konten, pemasaran E-mail, layanan pelanggan, manajemen media sosial, rekomendasi yang bisa dipersonalisasi, melakukan riset pasar, organisasi data,

dan lain-lain.(Amalia, Karomatan, and Ridwan 2023). Penerapan AI ChatGPT dalam Social Media Marketing terbukti meningkatkan efektivitas social media

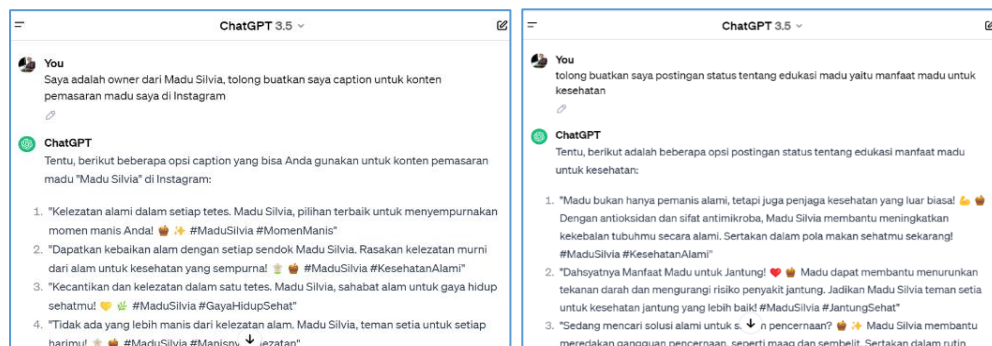
marketing melalui informasi fitur postingan Instagram (Ali, Rahmani, and Nurwani 2023)



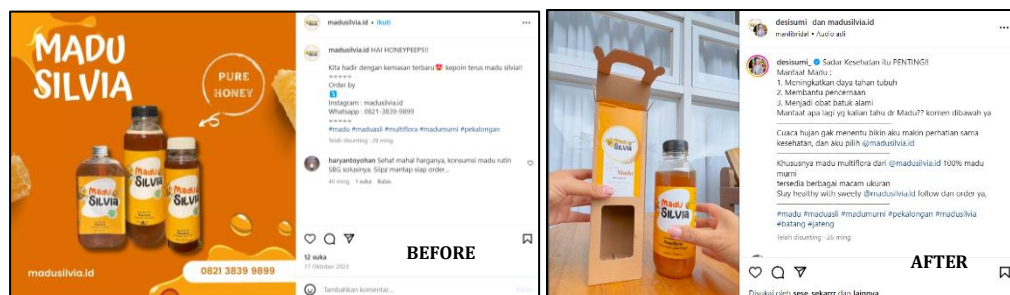
Gambar 3. Penyampaian materi Penggunaan Chat GPT

Pada pelatihan ini pengelola usaha madu silvia diajarkan bagaimana mengoptimalkan Chat GPT dalam mendukung pemasaran produk madu silvia melalui media sosial instagram, bagaimana membuat perintah prompt ke dalam Chat GPT agar mendapatkan hasil yang maksimal untuk membantu strategi pemasaran.

Berikut hasil pelatihan contoh penggunaan prompt yang tepat yang dapat mendukung konten di instagram (Gambar 4) dan contoh hasil implementasi ide konten dari ChatGPT ke dalam Instagram (Gambar 5



Gambar 4. Penggunaan Chat GPT untuk konten pemasaran



Gambar 5. Konten Instagram Madu Silvia sebelum dan sesudah menggunakan bantuan ChatGPT

Evaluasi

Tahap evaluasi penilaian peserta dilakukan dengan menggunakan instrumen pre-test dan post test dalam bentuk kuesioner. Peserta diberikan 10 pertanyaan

dan memilih skor pemahaman 1-4 yaitu sangat memahami (skor 4), memahami (skor 3), kurang memahami (skor 2), tidak memahami (skor 1). Tabel rata-rata nilai seperti pada Tabel 1 dibawah ini

Tabel 1. Hasil Evaluasi

No.	Aspek Penilaian	Rerata Nilai	
		Pretest	Posttest
1	Pemahaman dasar digital marketing	75	80
2	Konsep dasar social digital marketing	72,5	85
3	Setting Instagram Bisnis	65	78
4	Optimalisasi akun instagram	67,5	77,5
5	Pengenalan AI	60	75
6	Pengenalan ChatGPT	50	80
7	Cara daftar akun dan menggunakan ChatGPT	50	76
8	Cara membuat prompt ChatGPT	50	77,5
9	Optimalisasi ChatGPT untuk bisnis	50	80
10	Membuat konten pemasaran dengan ChatGPT	60	85
Total Rata-rata Nilai		60	79,4

Dari hasil tabel evaluasi diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata sebelum diadakan pelatihan yaitu sebesar 60, dan nilai setelah diadakan pelatihan mengalami peningkatan dibandingkan sebelum pelatihan yaitu sebesar 79.4. Hal ini berarti Pelatihan ini memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pemahaman peserta yaitu peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing, aplikasi ChatGPT, dan konten pemasaran menggunakan Instagram sebesar 32,33%.

Simpulan dan Rekomendasi

Kegiatan pelatihan Optimalisasi Konten Instagram dengan menggunakan Aplikasi Chat GPT bagi pelaku usaha Madu Silvia telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan pelatihan ini dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan pelaku usaha madu terkait dengan pengetahuan dan ketrampilan dalam membuat konten pemasaran melalui Instagram. Melalui Kegiatan pelatihan ini menambah pengetahuan dan ketrampilan pelaku usaha madu sehingga bisa lebih mengoptimalkan konten pemasaran melalui sosial media Instagram, pembuatan konten pemasaran

lebih mudah dengan bantuan aplikasi ChatGPT. Selain itu, penggunaan ChatGPT dapat membantu dalam pembuatan konten. ChatGPT dimanfaatkan untuk brainstorming ide-ide kreatif, menulis caption yang menarik dan informatif, agar konten Madu Silvia lebih kreatif. Evaluasi dan analisis kinerja juga perlu dilakukan secara rutin dengan memantau performa setiap postingan melalui Instagram Insights untuk mengetahui jenis konten yang paling diminati oleh pengikut, serta mengumpulkan feedback dari pelanggan untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka.

Daftar Pustaka

Ali, Muhammad Ikhsan, Nur Ahmadi Bi Rahmani, and Nurwani. 2023. "Analisis Penerapan Artificial Intelligence Terhadap Efektivitas Social Media Marketing Pada Akun Instagram Cuci Sepatu Kelen Dengan Pendekatan Model AIDA Nur Ahmadi Bi Rahmani Nurwani Semakin Kompleks Bagi Pengusaha Di Seluruh Dunia . Persaingan Dalam Int." *Jurnal Ekonomi Dan*

- Keuangan Islam* 1, no. 5: 99–115.
- Amalia, Syifa, Tresna Karomatan, and Witsqa Inayatushholiha Ridwan. 2023. "Pengaruh Penggunaan Chat GPT Sebagai Content Creation Dalam Membangun Persepsi Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal Ilmiah Publika* 9: 529–37.
- Libuzz. 2023. *50 Contekan Perintah Chat GPT Untuk Marketing*. Malang.
- Muhardono, Ari, and Meliza. 2023. "Pengembangan Teaching Factory Busana Butik SMK Syafii Akrom Melalui Pelatihan Literasi Digital Marketing Dan Pengelolaan Keuangan." *Buletin Abdi Masyarakat* 3, no. 2: 69–78.
- Muhardono, Ari, Danang Satrio, Zahro Zahro, and Ina Rotul Mila. 2022. "Optimalisasi Woman Enterpreneur Melalui Pemanfaatan Jejaring Pemasaran Dan Social Media Marketing." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Abdira)* 2, no. 1: 233–41.
<https://doi.org/10.31004/abdira.v2i1.90>.
- Pebriany, Srie Amanah. 2020. "Peran Kepala Dan Komite Sekolah Dalam Membangun Citra Positif Madrasah Diniyah." *Buana Komunikasi* 1, no. 2: 127–36.
- Rachmawati, Erny, Sulfah Anjarwati, and Irawan Randikaparsa. 2023. "Pelatihan Digital Marketing Dan Chatgpt Untuk Pengembangan Bisnis Warga Aisyiyah, Kabupaten Banyumas." *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri* 2, no. 9: 1801–4.
<http://bajangjournal.com/index.php/JPM>.
- Rahman, Su. 2024. *Panduan Optimalisasi AI Untuk Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Saras, Tresno. 2023. *Manfaat Dan Keajaiban Madu: Khasiat Madu Dan Cara Menggunakannya Untuk Kesehatan*. Tiram Media.

