

Pelatihan Pemanfaatan ChatGPT OpenAI Untuk Konten Promosi Pada Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan Desa Jombor Bendosari Sukoharjo

Dwi Remawati^{1*}, Salim², Kustanto³, Sutrisno⁴, Aninda Dyah Hayu Pinasti Putri⁵, Amin Sulistiyowati⁶, Avierry Fionarizoca⁷, Heriyanto Atmojo⁸, Lutfiyah⁹

¹Sekolah Vokasi, Teknologi Informasi, Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

^{2,5,6,9}Sekolah Vokasi, Desain Produk Tekstil, Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

³Fakultas Teknik, Rekayasa Komputer, Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

⁴Fakultas Teknik, Teknik Mesin, Universitas Nahdlatul Ulama, Surakarta, Indonesia

^{7,8}Sekolah Vokasi, Desain Komunikasi Visual, Universitas Tiga Serangkai, Surakarta, Indonesia

Email: ^{1,*}dwirema@tsu.ac.id, ²salim@tsu.ac.id, ³kustanto@tsu.ac.id, ⁴sutrisno@unu.ac.id, ⁵aninda@tsu.ac.id, ⁶aminsulistiyowati@tsu.ac.id, ⁷fiona@tsu.ac.id, ⁸heriyanto@tsu.ac.id, ⁹025C00433001.lutfiyah@tsu.ac.id

*Email Corresponding Author: dwirema@tsu.ac.id

Abstrak

Perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) memberikan peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi pembuatan konten promosi digital. Salah satu teknologi AI generatif yang dapat dimanfaatkan adalah ChatGPT OpenAI, yang mampu membantu pengguna menghasilkan ide konten, *caption*, deskripsi produk, dan kalimat promosi berdasarkan instruksi yang diberikan. Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan di Desa Jombor, Kecamatan Bendosari, Kabupaten Sukoharjo memiliki produk batik ciprat dengan karakteristik dan nilai sosial yang khas, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pembuatan konten promosi digital yang menarik dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota komunitas dalam memanfaatkan ChatGPT OpenAI sebagai alat bantu pembuatan konten promosi produk batik ciprat. Metode pelaksanaan terdiri atas enam tahap, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, persiapan program, *pretest*, pengenalan ChatGPT OpenAI untuk promosi, praktik pembuatan konten dan pendampingan, serta *posttest* dan evaluasi. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan praktik langsung dengan menyesuaikan proses pembelajaran dengan kemampuan peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan ChatGPT OpenAI dari nilai rata-rata *pretest* sebesar 26,5% menjadi 83,0% pada *posttest*. Peserta juga mampu memanfaatkan ChatGPT OpenAI untuk menghasilkan ide konten, *caption*, deskripsi produk, dan kalimat promosi Batik Ciprat Gadingan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan dapat mendukung peningkatan literasi AI serta kemampuan pembuatan konten promosi digital pada komunitas batik ciprat difabel.

Kata kunci: Artificial Intelligence; batik ciprat; difabel; digital marketing; promosi digital; ChatGPT OpenAI

Abstract

The development of *Artificial Intelligence* (AI) offers creative entrepreneurs opportunities to enhance the quality and efficiency of digital promotional content creation. One such generative AI technology is OpenAI's ChatGPT, which assists users in generating content ideas, captions, product descriptions, and promotional copy based on provided instructions. The Gadingan batik ciprat (splatter-pattern batik) community for people with disabilities in Jombor Village, Bendosari District, Sukoharjo Regency, produces batik ciprat with distinctive characteristics and social value; however, they face limitations in creating engaging and sustainable digital promotional content. This community service initiative aims to improve the community members' knowledge and skills in utilizing ChatGPT OpenAI as a tool for creating promotional content for their batik ciprat products. The implementation method comprises six stages: identifying partner needs, program preparation, a pre-test, an introduction to ChatGPT OpenAI for promotion, hands-on content creation practice with mentoring, and a post-test followed by evaluation. The activity employed a participatory approach and hands-on practice, tailoring the learning process to the participants' capabilities. Results indicate an improvement in participants' understanding of ChatGPT OpenAI usage, with the

average score rising from 26,5% in the pre-test to 83,0% in the post-test. Participants were also able to utilize ChatGPT OpenAI to generate content ideas, captions, product descriptions, and promotional copy for Gadingan batik ciprat. This initiative demonstrates that training combined with hands-on practice and mentoring can foster AI literacy and enhance digital promotional content creation skills within a batik ciprat community for people with disabilities.

Keywords: Artificial Intelligence; batik ciprat; people with disabilities; digital marketing; digital promotion; ChatGPT; OpenAI

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan terhadap pola pemasaran produk usaha dari pendekatan konvensional menuju pemasaran berbasis digital. Media sosial memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan konsumen, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut juga berlaku pada industri batik sebagai bagian dari sektor ekonomi kreatif. Pemanfaatan media sosial pada usaha batik memiliki peran dalam mendukung pemasaran dan memperkuat interaksi dengan konsumen (Remawati et al., 2023). Namun, pelaku usaha batik masih menghadapi berbagai tantangan dalam adopsi teknologi dan strategi pemasaran digital (Mujiyanti et al., 2024).

Keberhasilan pemasaran melalui media digital tidak hanya ditentukan oleh keberadaan akun media sosial, tetapi juga oleh kemampuan menghasilkan konten yang menarik dan informatif serta melakukannya secara konsisten. Konten promosi menjadi sarana untuk menyampaikan informasi mengenai karakteristik produk, keunggulan, harga, nilai budaya, serta cerita yang melatarbelakangi sebuah produk (Fitriasih et al., 2024). Dalam konteks usaha batik, program pendampingan digital marketing telah menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan mengelola media sosial dan menghasilkan konten dapat mendukung promosi produk. Pelatihan pada UMKM Kampung Batik Laweyan, misalnya, menghasilkan peningkatan kemampuan peserta melakukan pemasaran melalui media sosial bisnis dengan konten yang lebih menarik (Prameka & Firdausiah, 2024).

Perkembangan *Artificial Intelligence* (AI), khususnya AI generatif, memberikan alternatif baru dalam proses pembuatan konten digital. Salah satu aplikasi AI generatif yang berkembang luas adalah ChatGPT OpenAI, yang dapat digunakan untuk menghasilkan dan mengembangkan teks berdasarkan instruksi atau *prompt* pengguna (Haryanto et al., 2024) (An'ars et al., 2023). Dalam konteks pemasaran, teknologi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu untuk menghasilkan ide konten, menyusun *caption*, membuat deskripsi produk, menentukan kalimat persuasif, serta mengembangkan alternatif materi promosi (Susanto et al., 2020) (Ardiansah et al., 2025). Penggunaan AI dalam pemasaran tetap memerlukan peran manusia untuk memastikan ketepatan informasi, kesesuaian bahasa, identitas produk, dan autentisitas konten yang dihasilkan. Penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan AI generatif untuk konten media sosial perlu mempertimbangkan persepsi konsumen terhadap autentisitas merek (Muhardono et al., 2024). Pemanfaatan ChatGPT OpenAI dalam kegiatan pemberdayaan UMKM telah mulai diterapkan di Indonesia. Pelatihan penggunaan teknologi AI pada UMKM di Kota Cilegon, misalnya, memperkenalkan konsep ChatGPT OpenAI beserta potensi penerapannya dalam pemasaran digital melalui kombinasi teori, studi kasus, dan praktik (Haerani et al., 2024) (Iswahyuni et al., 2026). Kegiatan serupa yang secara khusus dilakukan pada UMKM di Kabupaten Sukoharjo menerapkan pelatihan, pendampingan, dan simulasi penggunaan ChatGPT OpenAI untuk membantu pembuatan konten pemasaran digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa ChatGPT OpenAI berpotensi menjadi teknologi pendukung bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan dalam menghasilkan materi promosi secara mandiri (Haryanto et al., 2024).

Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan yang berada di Desa Jombor, Kecamatan Bendosari, Kabupaten Sukoharjo merupakan komunitas yang menghasilkan produk batik ciprat dengan melibatkan penyandang disabilitas dalam kegiatan kreatif dan produktif. Produk Batik Ciprat Gadingan memiliki karakter visual yang khas melalui motif, komposisi warna, serta proses kreatif yang menjadi nilai tambah produk. Potensi tersebut perlu didukung dengan kemampuan promosi digital agar informasi mengenai produk dan nilai yang terkandung di dalamnya dapat disampaikan kepada masyarakat secara lebih luas.

Berdasarkan identifikasi awal, salah satu kendala yang dihadapi adalah keterbatasan dalam menghasilkan ide konten, menyusun *caption* yang menarik, membuat deskripsi produk, atau konsistensi dalam menghasilkan materi promosi. Pembuatan konten secara manual juga membutuhkan kemampuan merangkai kata dan menemukan ide promosi yang tidak selalu mudah dilakukan oleh anggota komunitas. Kondisi tersebut menjadi dasar perlunya pengenalan teknologi yang mudah digunakan untuk membantu proses pembuatan konten.

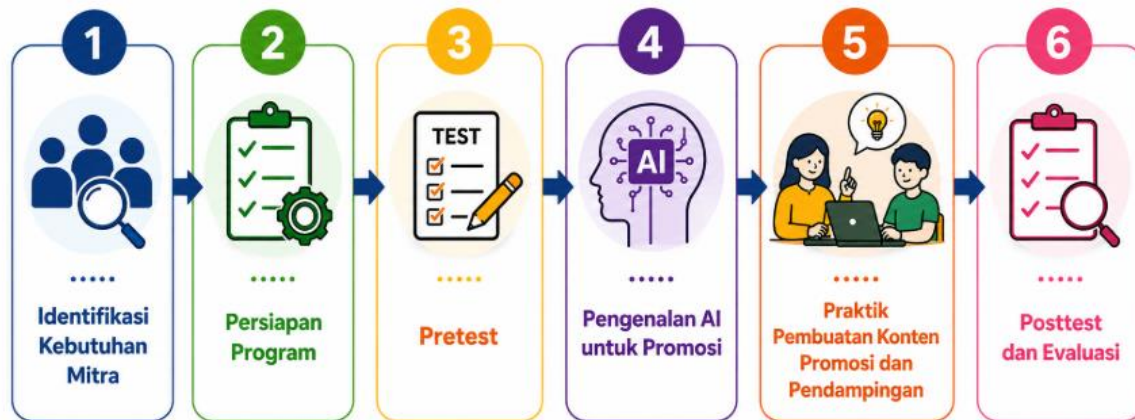
Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan dalam

memanfaatkan ChatGPT OpenAI sebagai alat bantu pembuatan konten promosi. Secara khusus, peserta diarahkan agar mampu menggunakan ChatGPT OpenAI untuk menghasilkan ide konten, *caption*, deskripsi produk, dan kalimat promosi yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran digital Batik Ciprat Gadingan. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemandirian komunitas dalam menghasilkan konten promosi sekaligus memperkuat pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung keberlanjutan usaha.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan, Desa Jombor, Kecamatan Bendosari, Kabupaten Sukoharjo. Peserta kegiatan terdiri atas 21 anggota komunitas, pengelola, dan pendamping. Pendekatan kegiatan menggunakan metode partisipatif yang menempatkan peserta sebagai pelaku utama dalam proses pembelajaran melalui kombinasi penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan.

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi enam tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, persiapan program, pretest, pengenalan AI untuk promosi, praktik dan pendampingan pembuatan konten, serta posttest dan evaluasi yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat

Penjelasan tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat :

1. Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tahap identifikasi kebutuhan dilakukan melalui observasi dan diskusi dengan pengelola serta anggota Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi awal mitra, khususnya terkait pemanfaatan media digital, kemampuan membuat konten promosi, serta pengetahuan tentang penggunaan Artificial Intelligence (AI). Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi dan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan peserta.

2. Persiapan program

Tahap persiapan dilakukan dengan menyusun materi pelatihan, instrumen pretest dan posttest, contoh *prompt*, serta bahan praktik yang akan digunakan selama kegiatan. Materi dirancang dengan bahasa sederhana, visual yang mudah dipahami, dan lebih banyak menggunakan contoh serta praktik langsung. Penyesuaian tersebut dilakukan agar proses pembelajaran dapat diikuti oleh peserta dengan kebutuhan dan kemampuan yang beragam.

3. Pretest

Pretest dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan keterampilan awal peserta sebelum memperoleh pelatihan. Instrumen menggunakan pertanyaan sederhana mengenai pengenalan AI, fungsi AI dalam promosi, pembuatan *caption*, serta penggunaan AI untuk menghasilkan ide konten. Bagi peserta yang mengalami kesulitan membaca atau menulis, pertanyaan disampaikan secara lisan dengan bantuan pendamping. Selain pengetahuan,

kemampuan awal peserta dalam menggunakan aplikasi AI juga diamati sebagai dasar untuk membandingkan perubahan keterampilan setelah kegiatan.

4. Pengenalan AI untuk promosi

Pada tahap ini, peserta diberikan pemahaman dasar mengenai *Artificial Intelligence* dan pemanfaatannya sebagai alat bantu promosi produk. Materi difokuskan pada fungsi-fungsi yang mudah diterapkan, seperti mencari ide konten, membuat caption, menyusun deskripsi produk, menentukan kalimat promosi, dan membantu menghasilkan konsep visual. Peserta juga diberikan pemahaman bahwa AI berfungsi sebagai alat bantu, sedangkan informasi mengenai produk dan keputusan terhadap konten yang digunakan tetap ditentukan oleh pengguna.

5. Praktik pembuatan konten promosi dan pendampingan

Peserta melakukan praktik secara langsung menggunakan produk Batik Ciprat Gadingan sebagai objek promosi. Peserta mencoba memberikan instruksi kepada AI untuk menghasilkan ide konten, caption, deskripsi produk, dan materi promosi lainnya. Selama praktik, tim memberikan pendampingan individual maupun kelompok, terutama kepada peserta yang membutuhkan bantuan dalam mengoperasikan perangkat atau menyusun instruksi. Hasil yang diperoleh kemudian diperiksa dan diperbaiki bersama sehingga peserta memahami bahwa keluaran AI perlu disesuaikan dengan kondisi produk sebenarnya. Tahap ini diharapkan menghasilkan produk nyata berupa konten promosi yang dapat digunakan oleh komunitas pada media sosial.

6. Posttest dan Evaluasi

Tahap terakhir dilakukan melalui posttest dan evaluasi untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan. Pertanyaan posttest disesuaikan dengan instrumen pretest sehingga hasil sebelum dan sesudah pelatihan dapat dibandingkan. Evaluasi keterampilan dilakukan melalui observasi terhadap kemampuan peserta dalam menggunakan AI, memberikan instruksi sederhana, menghasilkan caption atau konten promosi, serta memilih hasil yang sesuai. Hasil pretest, posttest, dan penilaian praktik selanjutnya dianalisis untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan.

3. HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Pelatihan Pemanfaatan ChatGPT OpenAI untuk Konten Promosi pada Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan Desa Jombor, Bendosari, Sukoharjo dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, persiapan program, *pretest*, pengenalan AI untuk promosi, praktik pembuatan konten promosi dan pendampingan, serta *posttest* dan evaluasi. Pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan baik dan memperoleh respons positif dari anggota komunitas yang menunjukkan antusiasme selama mengikuti seluruh rangkaian pelatihan. Kegiatan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan peserta mengenai pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), khususnya ChatGPT OpenAI, tetapi juga pada peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakannya sebagai alat bantu untuk menghasilkan ide konten, menyusun *caption*, membuat deskripsi produk, dan mengembangkan materi promosi Batik Ciprat Gadingan. Melalui praktik dan pendampingan secara langsung, peserta diharapkan mampu memanfaatkan ChatGPT OpenAI secara lebih mandiri untuk mendukung pembuatan konten promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk Batik Ciprat Gadingan.

Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap pertama dilakukan untuk mengetahui kondisi awal dan kebutuhan Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan dalam melakukan promosi produk. Identifikasi dilakukan melalui observasi dan diskusi dengan pengelola serta anggota komunitas mengenai kegiatan promosi yang telah dilakukan, penggunaan media sosial, kemampuan membuat konten, serta pemahaman peserta terhadap teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Hasil identifikasi menjadi dasar dalam menentukan materi dan bentuk pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan peserta. Kegiatan ini merupakan kegiatan lanjutan yang sebelumnya pernah dilakukan, yaitu untuk pelatihan desain batik ciprat (Salim et al., 2026). Kegiatan observasi seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Observasi dan diskusi awal bersama ketua komunitas

2. Persiapan Program

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra, tim pelaksana melakukan persiapan program pelatihan. Tahap ini meliputi penyusunan materi pengenalan ChatGPT OpenAI, pembuatan contoh *prompt*, penyusunan instrumen pretest dan posttest, penyiapan perangkat yang digunakan selama praktik, serta pemilihan produk Batik Ciprat Gadingan sebagai objek pembuatan konten. Materi disusun menggunakan bahasa sederhana dan lebih menekankan pada contoh serta praktik langsung agar mudah dipahami oleh peserta.

Selain menyiapkan materi, tim pelaksana juga menyusun contoh penggunaan ChatGPT OpenAI yang berkaitan langsung dengan kebutuhan promosi Batik Ciprat Gadingan, seperti pembuatan ide konten, *caption* media sosial, deskripsi produk, dan kalimat promosi. Contoh *prompt* dibuat dengan menggunakan informasi sederhana mengenai produk, seperti nama produk, motif, warna, keunikan, dan tujuan promosi. Pendekatan tersebut dipilih agar peserta tidak hanya mengenal ChatGPT OpenAI secara konseptual, tetapi juga memperoleh gambaran mengenai penerapannya dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh komunitas.

Persiapan juga dilakukan terhadap metode penyampaian dan pendampingan dengan mempertimbangkan kemampuan peserta yang beragam. Materi diberikan secara bertahap melalui penjelasan singkat, demonstrasi, dan praktik langsung dengan pendampingan tim pelaksana. Dengan persiapan tersebut, kegiatan pelatihan diharapkan dapat berlangsung secara lebih terarah serta memberikan kesempatan kepada setiap peserta untuk mengikuti proses pembelajaran sesuai dengan kemampuan masing-masing.

3. Pretest

Sebelum pelatihan diberikan, peserta mengikuti pretest untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal mengenai AI dan pemanfaatannya dalam pembuatan konten promosi. Pertanyaan mencakup pengenalan ChatGPT OpenAI, manfaat ChatGPT OpenAI untuk promosi, pemahaman tentang *prompt*, serta pengetahuan mengenai pembuatan *caption* dan deskripsi produk. Pelaksanaan pretest disesuaikan dengan kemampuan peserta. Bagi peserta yang mengalami kesulitan membaca atau menulis, pengisian *pretest* dilakukan dengan metode wawancara terstruktur sederhana. Pendamping membacakan pertanyaan dan pilihan jawaban, sedangkan jawaban yang diberikan peserta dicatat pada lembar *pretest*. Untuk membantu pemahaman, pertanyaan dapat dilengkapi dengan contoh konkret atau media visual yang berkaitan dengan aktivitas promosi produk Batik Ciprat Gadingan. Pendamping hanya berperan membantu peserta memahami instruksi dan mencatat respons, bukan memberikan petunjuk mengenai jawaban yang benar. Dengan pendekatan tersebut, *pretest* tidak menitikberatkan pada kemampuan membaca dan menulis, tetapi pada pemahaman awal peserta terhadap penggunaan ChatGPT OpenAI dalam pembuatan konten promosi.

Hasil *pretest* selanjutnya digunakan sebagai data awal untuk mengetahui kondisi pengetahuan peserta sebelum memperoleh materi dan pendampingan. Instrumen yang sama atau setara digunakan kembali pada saat *posttest* dengan prosedur pendampingan yang konsisten, sehingga perubahan pengetahuan peserta sebelum dan setelah pelatihan dapat dibandingkan secara lebih proporsional.



Gambar 2. Pendampingan dan eksplorasi desain batik ciprat

4. Pengenalan AI untuk Promosi

Tahap pengenalan AI dilakukan dengan memberikan materi dasar mengenai *Artificial Intelligence*, khususnya pemanfaatan ChatGPT OpenAI sebagai alat bantu untuk pembuatan konten promosi. Peserta diperkenalkan pada fungsi ChatGPT OpenAI untuk mencari ide konten, menyusun caption media sosial, membuat deskripsi produk, serta menghasilkan alternatif kalimat promosi. Pada Gambar 3 kegiatan penjelasan cara menyusun *prompt* sederhana dengan memasukkan informasi penting tentang produk, seperti nama produk, motif, warna, keunikan, dan sasaran konsumen. Peserta diberikan pemahaman bahwa hasil yang dihasilkan ChatGPT OpenAI tetap perlu diperiksa dan disesuaikan dengan kondisi produk yang sebenarnya.



Gambar 3. Pengenalan AI kepada peserta

5. Praktik Pembuatan Konten Promosi dan Pendampingan

Setelah memperoleh materi dasar, peserta melakukan praktik secara langsung menggunakan ChatGPT OpenAI untuk membuat konten promosi Batik Ciprat Gadingan. Peserta berlatih memasukkan *prompt* sederhana untuk menghasilkan ide konten, caption, deskripsi produk, dan kalimat ajakan kepada konsumen. Produk Batik Ciprat Gadingan digunakan sebagai objek praktik agar materi yang dipelajari berkaitan langsung dengan kebutuhan komunitas. Selama kegiatan, tim memberikan pendampingan secara individual maupun kelompok kepada peserta yang membutuhkan bantuan dalam menggunakan perangkat, memasukkan *prompt*, maupun memilih dan memperbaiki hasil yang diberikan ChatGPT OpenAI. Hasil akhir praktik berupa contoh konten promosi yang dapat dikembangkan untuk publikasi melalui media sosial komunitas seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendampingan pemanfaatan ChatGPT untuk promosi

6. Posttest dan Evaluasi

Tahap terakhir adalah posttest dan evaluasi untuk mengetahui perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Instrumen posttest menggunakan indikator yang sama atau setara dengan pretest sehingga hasil sebelum dan sesudah kegiatan dapat dibandingkan. Selain melalui posttest, evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap kemampuan peserta dalam menggunakan ChatGPT OpenAI, menyusun *prompt* sederhana, menghasilkan konten promosi, serta memilih hasil yang sesuai dengan karakter produk. Hasil pretest dan posttest kemudian dibandingkan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta, sedangkan hasil praktik digunakan sebagai indikator ketercapaian keterampilan peserta dalam memanfaatkan ChatGPT OpenAI untuk pembuatan konten promosi.

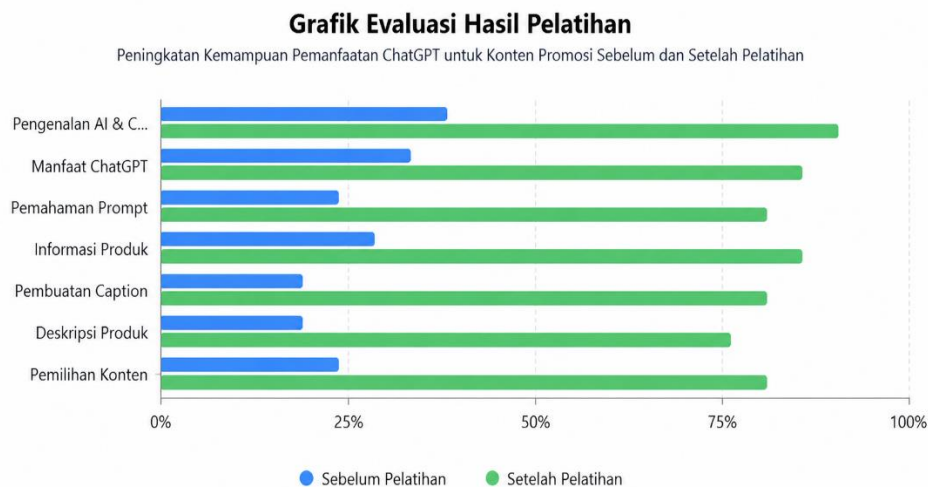
Evaluasi dilakukan melalui penilaian terhadap kemampuan peserta sebelum dan setelah pelaksanaan pelatihan pemanfaatan ChatGPT OpenAI untuk pembuatan konten promosi. Penilaian dilakukan pada beberapa aspek, yaitu pengenalan ChatGPT OpenAI, pemahaman manfaat ChatGPT OpenAI untuk promosi, kemampuan memahami dan menyusun *prompt* sederhana, kemampuan memberikan informasi produk sebagai bahan *prompt*, kemampuan menghasilkan *caption* dan deskripsi produk, serta kemampuan memilih hasil konten yang sesuai dengan karakteristik produk Batik Ciprat Gadingan. Hasil evaluasi sebelum dan setelah pelatihan pada Tabel 1 akan

dibandingkan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan ChatGPT OpenAI sebagai alat bantu pembuatan konten promosi.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pemanfaatan ChatGPT OpenAI untuk Konten Promosi

Indikator Evaluasi	Sebelum	Setelah
Mengenal ChatGPT OpenAI	8 (38,1%)	19 (90,5%)
Mengetahui manfaat ChatGPT OpenAI untuk promosi	7 (33,3%)	18 (85,7%)
Memahami <i>prompt</i> sederhana	5 (23,8%)	17 (81,0%)
Mampu memberikan informasi produk sebagai bahan <i>prompt</i>	6 (28,6%)	18 (85,7%)
Mampu menghasilkan <i>caption</i> dengan ChatGPT OpenAI	4 (19,0%)	17 (81,0%)
Mampu membuat deskripsi produk	4 (19,0%)	16 (76,2%)
Mampu memilih hasil konten yang sesuai	5 (23,8%)	17 (81,0%)
Rata-rata	26,5%	83,0%

Berdasarkan hasil evaluasi, seluruh indikator kemampuan peserta menunjukkan peningkatan setelah mengikuti pelatihan pemanfaatan ChatGPT OpenAI untuk pembuatan konten promosi. Peningkatan terlihat pada aspek pengenalan AI dan ChatGPT OpenAI, pemahaman manfaat ChatGPT OpenAI untuk promosi, pemahaman *prompt* sederhana, kemampuan memberikan informasi produk sebagai bahan *prompt*, kemampuan menghasilkan *caption* dan deskripsi produk, serta kemampuan memilih hasil konten yang sesuai. Perbandingan kemampuan peserta sebelum dan setelah mengikuti pelatihan disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Grafik evaluasi hasil pelatihan

Berdasarkan gambar tersebut, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta pada seluruh indikator setelah mengikuti pelatihan pemanfaatan ChatGPT OpenAI untuk pembuatan konten promosi. Rata-rata ketercapaian indikator sebelum pelatihan sebesar 26,5%, kemudian meningkat menjadi 83,0% setelah pelatihan. Dengan demikian, terjadi peningkatan sebesar 56,5 poin persentase. Peningkatan tersebut menunjukkan adanya

perubahan positif pada pengetahuan dan keterampilan peserta setelah memperoleh materi, praktik langsung, dan pendampingan.

Peningkatan terlihat pada kemampuan peserta dalam mengenal AI dan ChatGPT OpenAI, memahami manfaat ChatGPT OpenAI untuk kegiatan promosi, memahami *prompt* sederhana, serta memberikan informasi produk sebagai bahan penyusunan *prompt*. Perubahan juga terlihat pada aspek keterampilan, yaitu kemampuan menghasilkan *caption*, membuat deskripsi produk, dan memilih konten yang sesuai dengan karakteristik Batik Ciprat Gadingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan contoh yang berkaitan langsung dengan produk komunitas dapat membantu peserta memahami penerapan ChatGPT OpenAI secara lebih konkret.

Meskipun terjadi peningkatan pada seluruh indikator, tingkat kemampuan peserta setelah pelatihan masih bervariasi. Beberapa peserta, khususnya peserta dengan disabilitas intelektual, masih memerlukan pendampingan dalam mengoperasikan perangkat, mengetik instruksi, dan menyusun *prompt*. Namun, peserta dapat terlibat dengan menyampaikan informasi mengenai produk secara lisan, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan *prompt* dengan bantuan pendamping. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa metode demonstrasi, praktik langsung, pengulangan, dan pendampingan individual dapat mendukung proses pembelajaran sesuai dengan kemampuan masing-masing peserta.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan ChatGPT OpenAI memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kemampuan peserta dalam pembuatan konten promosi. ChatGPT OpenAI dapat digunakan sebagai alat bantu untuk mengembangkan ide konten, *caption*, dan deskripsi produk, sedangkan keputusan akhir mengenai kesesuaian informasi dan karakter produk tetap memerlukan keterlibatan peserta dan pendamping. Oleh karena itu, pendampingan berkelanjutan diperlukan agar keterampilan yang telah diperoleh dapat diterapkan secara konsisten dalam kegiatan promosi digital Batik Ciprat Gadingan.

Selain evaluasi kuantitatif, hasil wawancara menunjukkan bahwa anggota komunitas merasa lebih percaya diri dalam menciptakan desain baru dan lebih termotivasi untuk terus mengembangkan produk batik ciprat sebagai identitas komunitas. Secara keseluruhan, kegiatan pendampingan desain batik ciprat memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan kreatif anggota komunitas difabel. Pendekatan partisipatif yang digunakan dalam kegiatan memungkinkan anggota komunitas untuk belajar secara langsung melalui praktik, sehingga hasil pendampingan lebih mudah diterapkan secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan ChatGPT OpenAI untuk Konten Promosi pada Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan Desa Jombor, Bendosari, Sukoharjo memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk mendukung pembuatan konten promosi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata ketercapaian indikator kemampuan peserta meningkat dari 26,5% sebelum pelatihan menjadi 83,0% setelah pelatihan, atau mengalami peningkatan sebesar 56,5 poin persentase. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator, meliputi pengenalan ChatGPT OpenAI, pemahaman manfaat ChatGPT OpenAI untuk promosi, pemahaman *prompt* sederhana, pemberian informasi produk sebagai bahan *prompt*, pembuatan *caption* dan deskripsi produk, serta pemilihan konten yang sesuai. Metode demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan secara bertahap membantu peserta memahami penggunaan ChatGPT OpenAI sesuai dengan kemampuan masing-masing. Meskipun sebagian peserta masih memerlukan pendampingan dalam mengoperasikan perangkat dan menyusun *prompt*, kegiatan ini menunjukkan bahwa ChatGPT OpenAI dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu untuk menghasilkan ide dan materi promosi Batik Ciprat Gadingan. Pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan kemandirian peserta serta mendorong pemanfaatan ChatGPT OpenAI secara konsisten dalam kegiatan promosi digital komunitas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) atas dukungan pendanaan melalui Program Inovasi Seni Nusantara (PISN) tahun 2026 dengan nomor kontrak : No. Kontrak Induk : No.270/03/DT.05.00/PISN/2026, No. Kontrak Turunan : 055/LL6/AL.04.03/PISN/2026. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Universitas Tiga Serangkai Surakarta dan Tim LPPM TSU yang telah memberikan dukungan serta memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga

disampaikan kepada komunitas Batik Ciprat Gadingan Bok Bolong Jombor Sukoharjo, Ibu Sugiarti, dan adik-adik difabel yang kami banggakan.

6. REFERENSI

- An'ars, M. G., Hendrastuty, N., Damayanti, & Putra, A. D. (2023). *Perancangan Teks Promosi UMKM Sikop Arrum Batik Menggunakan Program Berbasis AI ChatGPT*. 4(1), 11–18. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v4i1.109>
- Ardiansah, Y. M., Budiwitjaksono, G. S., & Khairunnisa, S. (2025). *Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Sosialisasi Penggunaan Prompt Artificial Intelligence (AI) Bagi Paguyuban UMKM Kelurahan Klampis Nngasem*. 6(November). <https://doi.org/https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i4.6223>
- Fitriasih, S. H., Remawati, D., Irawati, T., & Sandradewi, K. (2024). *Pemanfaatan Web Sebagai Media Promosi Pada Paud Desa Banaran*. 2(3), 945–952. <https://doi.org/https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i3.867>
- Haerani, R., Dewi Mutia Farida, R., Fitriani, H., Amaliah, A., Kurniati, D., & Sofan Ansor, A. (2024). *Pendampingan Pelatihan Penggunaan Teknologi Artificial Intelligence Dalam Optimalisasi Bisnis Umkm Kota Cilegon*. *Minda Baharu*, 8(1), 58–69. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/jmb.v8i1.6185>
- Haryanto, W., Rejeki, S., Oktiyani, R., & Pradiatiningtyas, D. (2024). *Meningkatkan Efisiensi Konten Umkm Melalut Teknologi Ai Penerapan Chatgpt Untuk Pemasaran Digital Produk Umkm Kabupaten Sukoharjo*. *Abdi Teknayasa*, 5(1), 353–358. <https://doi.org/10.23917/abditeknayasa.v5i2.7068>
- Iswahyuni, D., Saputro, E., & Natalia, F. (2026). *Pemanfaatan Digital Marketing dan Artificial Intelligence untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Sidomulyo Pengasih Kulon Progo*. 4(4), 351–362. <https://doi.org/https://doi.org/10.54082/jpmii.1367>
- Muhardono, A., Sunarjo, W. A., Murty, D. A., Aji, S. B., & Sari, T. L. (2024). *Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi Artificial Intellegence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan*. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1959–1968. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5108>
- Mujiyanti, S. A., Suparto, A. A., Wahyudi, Hasan, A., & Chandra, H. (2024). *Pendampingan Pemasaran Digital Bagi Kelompok Ekonomi Rumah Batik Inklusi Rubi Di Desa Kedungdowo*. 8(1), 138–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/jmb.v8i1.6174>
- Prameka, A. S., & Firdausiah, R. A. (2024). *Pengembangan Sosial Media Bisnis sebagai Peningkatan Daya Saing Digital UMKM Kampung Batik*. *Jurnal KARINOV*, 7(2), 109. <https://doi.org/10.17977/um045v7i2p109>
- Remawati, D., Utami, Y. R. W., Fitriasih, S. H., Irawati, T., & Wijayanto, H. (2023). *Sistem Informasi Berbasis Web Sebagai Media Promosi Pada Lembaga Terapi Mutiara Al Islam Surakarta*. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 958–964. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.221>
- Salim, S., Kustanto, Sutrisno, Remawati, D., Putri, A. D. H. P., Sulistiyowati, A., & Firdos, U. S. (2026). *Pendampingan Desain Batik Ciprat Pada Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan Desa Jombor Bendosari Sukoharjo*. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, 5(1), 280–287. <https://doi.org/10.62712/juribmas.v5i1.1065>
- Susanto, R., Triyandari Nugroho, N., & Lestari, W. (2020). *Penguatan Pemasaran Batik Ciprat Karya Difabel Melalui Social Media Dan Website*. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 251–258. <https://doi.org/10.12928/jp.v4i3.2445>