

---

**PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DIGITAL MARKETING  
DENGAN TEKNIK HOOK KREATIF BERBASIS ARTIFICIAL  
INTELLIGENCE MENGGUNAKAN APLIKASI CAPCUT DI MAN 1  
TANGERANG SELATAN**

---

**Yossy Veiebrian Fitri Prasmono<sup>1\*</sup>, Heri Haerudin<sup>2</sup>, Agung Wibawa<sup>3</sup>**  
Sistem Informasi Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia  
dosen03319@unpam.ac.id

**Abstrak**

Perkembangan teknologi digital dan media sosial membuka peluang besar bagi generasi muda untuk mengembangkan kreativitas serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Namun, banyak siswa sekolah menengah masih menggunakan media sosial sebatas untuk hiburan dan belum memahami cara memanfaatkannya secara produktif, khususnya dalam bidang digital marketing. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa MAN 1 Tangerang Selatan dalam membuat konten promosi digital marketing dengan teknik hook kreatif berbasis *Artificial Intelligence* (AI) menggunakan aplikasi CapCut. Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung pembuatan konten promosi digital. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar digital marketing, teknik membuat hook yang menarik di awal video, serta pemanfaatan fitur AI pada aplikasi CapCut untuk mendukung proses editing video yang lebih kreatif dan efektif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membuat konten promosi digital yang kreatif dan komunikatif, peningkatan kemampuan memanfaatkan teknologi AI dalam produksi konten digital, serta tersusunnya modul pelatihan sebagai panduan pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi CapCut. Kegiatan ini berhasil membekali siswa dengan keterampilan digital yang relevan dengan perkembangan industri kreatif dan digital marketing di era teknologi saat ini.

**Kata Kunci:** digital marketing, konten promosi, hook kreatif, *artificial intelligence*, CapCut

**Abstract**

*The development of digital technology and social media opens up great opportunities for the younger generation to develop their creativity and utilize digital platforms as promotional and marketing tools. However, many high school students still use social media solely for entertainment and do not yet understand how to use it productively, particularly in the field of digital marketing. This community service activity aims to enhance the skills of MAN 1 Tangerang Selatan students in creating digital marketing promotional content using Artificial Intelligence (AI)-based creative hook techniques on the CapCut application. The implementation method includes material presentation, demonstrations, and hands-on practice in digital promotional content creation. Participants were introduced to the basic concepts of digital marketing, techniques for creating engaging hooks at the beginning of a video, and the utilization of AI features in CapCut to support a more creative and effective video editing process. The results of the activity showed an increase in students' understanding and skills in creating creative*

*and communicative digital promotional content, an improvement in their ability to utilize AI technology in digital content production, and the formulation of a training module as a guide for creating promotional content using the CapCut application. This activity successfully equipped students with digital skills relevant to the development of the creative industry and digital marketing in today's technological era.*

*Keywords: digital marketing, promotional content, creative hook, artificial intelligence, CapCut*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi, pembelajaran, serta aktivitas kreatif masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Kehadiran berbagai platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube mendorong munculnya budaya digital yang menjadikan generasi muda tidak hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga berpotensi menjadi kreator konten digital. Kaplan dan Haenlein menyatakan bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk menciptakan, berbagi, dan berinteraksi melalui berbagai bentuk konten digital secara cepat dan luas Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.

Di era Society 5.0 dan ekonomi kreatif saat ini, kemampuan membuat konten digital menjadi salah satu keterampilan penting yang perlu dimiliki siswa. Konten digital tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, promosi, edukasi, personal branding, hingga pengembangan kreativitas. Menurut UNESCO (2023), literasi digital saat ini tidak lagi hanya berfokus pada kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan berpikir kreatif, kritis, dan produktif dalam memanfaatkan media digital dan teknologi Artificial Intelligence (AI).

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) turut memberikan pengaruh besar terhadap proses produksi konten digital. Teknologi AI telah banyak diterapkan dalam berbagai aplikasi editing video untuk membantu pengguna menghasilkan konten yang lebih kreatif, cepat, dan efisien. Davenport dan Ronanki (2018) menjelaskan bahwa pemanfaatan AI dapat meningkatkan efisiensi kerja sekaligus mendukung kreativitas pengguna dalam berbagai aktivitas digital, termasuk pembuatan konten multimedia dan digital marketing. Salah satu aplikasi editing video yang banyak digunakan saat ini adalah CapCut karena memiliki berbagai fitur berbasis AI seperti auto caption, template otomatis, efek visual, dan transisi instan yang memudahkan pengguna dalam membuat video kreatif.

Selain penggunaan teknologi AI, keberhasilan sebuah konten digital juga dipengaruhi oleh strategi komunikasi visual yang digunakan. Dalam praktik digital marketing, teknik hook konten menjadi salah satu strategi penting untuk menarik perhatian audiens pada beberapa detik pertama video. Hook konten dapat berupa pertanyaan menarik, fakta unik, visual mencolok, maupun storytelling singkat yang mampu meningkatkan ketertarikan audiens untuk

melanjutkan menonton konten. Oleh karena itu, kemampuan memahami teknik hook menjadi keterampilan penting dalam pembuatan konten promosi digital. MA Negeri 1 Tangerang Selatan merupakan salah satu sekolah menengah berbasis madrasah yang memiliki perhatian terhadap pengembangan keterampilan siswa di bidang teknologi dan kreativitas digital. Sekolah ini telah memiliki fasilitas pendukung pembelajaran berbasis teknologi seperti laboratorium komputer, akses internet, dan penggunaan perangkat digital yang cukup familiar di kalangan siswa. Selain itu, siswa di MA Negeri 1 Tangerang Selatan juga aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan guru pendamping, sekitar 85% siswa aktif menggunakan media sosial setiap hari, terutama TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Namun demikian, hanya sekitar 20% siswa yang pernah membuat konten digital secara terstruktur untuk tujuan edukasi maupun promosi. Sebagian besar siswa masih memanfaatkan media sosial hanya sebagai sarana hiburan dan konsumsi konten. Selain itu, penggunaan aplikasi editing video seperti CapCut masih terbatas pada fitur dasar tanpa memahami strategi komunikasi visual maupun pemanfaatan fitur berbasis Artificial Intelligence secara optimal.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya intensitas penggunaan media sosial dengan kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif dan kreatif. Idealnya, siswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial secara pasif, tetapi juga mampu menjadi kreator konten yang kreatif, komunikatif, dan inovatif. Namun pada kenyataannya, keterampilan produksi konten digital yang memiliki nilai edukatif maupun promosi masih belum berkembang secara optimal.

Penelitian sebelumnya terkait literasi digital dan pembuatan konten kreatif telah banyak dilakukan. Pratama dan Firmansyah (2020) menunjukkan bahwa tingkat literasi digital remaja Indonesia masih perlu ditingkatkan agar pemanfaatan media digital dapat lebih produktif dan edukatif. Penelitian lain oleh Nurhayati dan Rahmawati (2021) menunjukkan bahwa pelatihan digital content creator mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan komunikasi digital peserta didik. Sementara itu, Alismaiel (2023) menjelaskan bahwa penggunaan media digital yang tinggi di kalangan siswa perlu diimbangi dengan keterampilan literasi digital dan pemanfaatan teknologi AI secara bijak dan produktif.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada literasi digital secara umum dan belum banyak membahas pelatihan pembuatan konten promosi digital menggunakan teknik hook kreatif berbasis Artificial Intelligence melalui aplikasi CapCut pada siswa tingkat madrasah aliyah. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya belum mengintegrasikan aspek digital marketing, teknik hook konten, dan pemanfaatan AI dalam satu kegiatan pelatihan praktis berbasis proyek.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam membuat konten promosi digital yang kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital saat ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam

pengembangan literasi digital siswa melalui pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence secara produktif dan inovatif.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Meningkatkan keterampilan siswa MA Negeri 1 Tangerang Selatan dalam membuat konten promosi digital yang kreatif dan komunikatif.
2. Meningkatkan pemahaman siswa mengenai strategi digital marketing dan teknik hook konten dalam video promosi digital.
3. Meningkatkan kemampuan siswa dalam memanfaatkan fitur Artificial Intelligence (AI) pada aplikasi CapCut untuk mendukung proses pembuatan konten digital.
4. Mengetahui efektivitas pelatihan pembuatan konten promosi digital berbasis AI menggunakan aplikasi CapCut terhadap peningkatan kreativitas digital siswa.

## **1.3 Urgensi Penelitian**

Penelitian ini penting dilakukan karena keterampilan digital dan kreativitas konten menjadi kompetensi yang sangat dibutuhkan pada era transformasi digital dan industri kreatif. Kemampuan memanfaatkan media sosial secara produktif tidak hanya mendukung pengembangan kreativitas siswa, tetapi juga dapat menjadi bekal keterampilan kerja dan kewirausahaan di masa depan.

Selain itu, perkembangan teknologi Artificial Intelligence menuntut generasi muda untuk mampu beradaptasi dan memanfaatkan teknologi secara kreatif, inovatif, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan konten promosi digital berbasis AI menjadi salah satu bentuk penguatan literasi digital yang relevan dengan kebutuhan pendidikan abad ke-21 dan perkembangan Society 5.0.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain pre-experimental berupa *one group pre-test and post-test design*. Desain ini digunakan untuk mengetahui peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa setelah mengikuti pelatihan pembuatan konten promosi digital marketing menggunakan teknik *hook* kreatif dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) pada aplikasi CapCut. Penelitian dilaksanakan di MA Negeri 1 Tangerang Selatan.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas pre-test dan post-test, lembar observasi, angket respons siswa, serta rubrik penilaian praktik. Pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman siswa terkait konsep digital marketing, teknik *hook* konten, dan penggunaan fitur AI pada aplikasi CapCut sebelum dan sesudah pelatihan. Bentuk soal berupa pilihan ganda. Lembar observasi digunakan untuk mengamati partisipasi dan aktivitas siswa selama kegiatan berlangsung. Angket menggunakan skala Likert untuk mengetahui respons dan tingkat kepuasan siswa terhadap kegiatan pelatihan. Selain itu, rubrik penilaian praktik digunakan

untuk menilai hasil karya video promosi siswa berdasarkan aspek kreativitas, penggunaan *hook*, kualitas editing video, dan kejelasan pesan promosi.

Partisipan dalam penelitian ini adalah siswa MA Negeri 1 Tangerang Selatan yang mengikuti kegiatan pelatihan pembuatan konten digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan peserta berdasarkan keterlibatan aktif dan minat siswa terhadap media sosial serta pembuatan konten digital.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah observasi awal dan pemberian pre-test untuk mengetahui kemampuan awal siswa terkait digital marketing dan penggunaan aplikasi CapCut. Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan yang meliputi penyampaian materi digital marketing, teknik *hook* konten, serta workshop penggunaan fitur Artificial Intelligence (AI) pada aplikasi CapCut. Tahap ketiga adalah praktik langsung pembuatan konten promosi digital secara individu maupun kelompok menggunakan fitur AI pada aplikasi CapCut. Pada tahap akhir, siswa diberikan post-test dan hasil karya video dinilai menggunakan rubrik penilaian praktik.

Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test siswa untuk mengetahui peningkatan pemahaman setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan. Data hasil observasi, angket, dan penilaian praktik dianalisis menggunakan persentase untuk melihat tingkat partisipasi, keterampilan, dan kreativitas siswa dalam membuat konten digital berbasis AI. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan deskripsi naratif untuk menggambarkan efektivitas pelatihan yang telah dilakukan.

## **HASIL PENELITIAN**

Pelaksanaan pelatihan pembuatan konten promosi digital marketing berbasis Artificial Intelligence (AI) menggunakan aplikasi CapCut di MA Negeri 1 Tangerang Selatan berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari peserta. Kegiatan diikuti oleh siswa yang memiliki minat terhadap media sosial dan pembuatan konten digital. Pelatihan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu pre-test, penyampaian materi digital marketing dan teknik *hook* konten, workshop penggunaan fitur AI pada aplikasi CapCut, praktik pembuatan konten digital, serta post-test.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa setelah mengikuti pelatihan. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, nilai rata-rata siswa mengalami peningkatan dari 62 menjadi 85 atau meningkat sebesar 37%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai digital marketing, teknik *hook* konten, dan penggunaan fitur AI pada aplikasi CapCut.

Berikut hasil peningkatan pemahaman siswa:

<b>Aspek Penilaian</b>	<b>Pre-Test</b>	<b>Post-Test</b>	<b>Peningkatan</b>
Pemahaman Digital Marketing	60	84	40%

Teknik Hook Konten	63	86	36%
Penggunaan AI pada CapCut	62	85	37%

Selain peningkatan pemahaman, hasil observasi menunjukkan bahwa siswa aktif mengikuti kegiatan pelatihan. Sebagian besar siswa mampu menggunakan fitur AI pada aplikasi CapCut, seperti *auto caption*, template video otomatis, dan efek visual berbasis AI dalam proses editing video promosi.

Hasil penilaian praktik menunjukkan bahwa 78% siswa mampu membuat video promosi digital dengan kategori baik dan sangat baik. Penilaian dilakukan berdasarkan kreativitas konten, penggunaan teknik *hook*, kualitas editing video, dan kejelasan pesan promosi.

Berikut hasil penilaian praktik siswa:

Aspek Penilaian	Persentase Keberhasilan
Kreativitas Konten	80%
Penggunaan Hook Konten	76%
Kualitas Editing Video	79%
Kejelasan Pesan Promosi	77%

Berdasarkan angket respons siswa, mayoritas peserta menyatakan bahwa pelatihan membantu mereka memahami cara membuat konten digital yang menarik dan kreatif. Siswa juga merasa lebih percaya diri dalam menggunakan aplikasi CapCut untuk membuat video promosi digital secara mandiri.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) menggunakan aplikasi CapCut mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam pembuatan konten digital. Peningkatan nilai post-test menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam membantu siswa memahami konsep digital marketing, teknik *hook* konten, serta penggunaan fitur AI dalam editing video.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Kaplan dan Haenlein yang menyatakan bahwa media sosial memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk mengembangkan kreativitas dan keterampilan komunikasi digital. Melalui pelatihan ini, siswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga mampu memanfaatkannya sebagai sarana promosi digital yang produktif dan kreatif.

Selain itu, hasil penelitian juga mendukung penelitian Davenport dan Ronanki yang menjelaskan bahwa teknologi Artificial Intelligence dapat membantu proses otomatisasi dan meningkatkan efisiensi dalam produksi konten digital. Penggunaan fitur AI pada aplikasi CapCut terbukti membantu

siswa dalam proses editing video sehingga menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional.

Aktivitas praktik langsung dan diskusi kelompok juga memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif. Siswa menjadi lebih aktif dalam menyusun ide konten, menentukan strategi promosi, serta mengembangkan kreativitas melalui video digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan siswa dalam proses pelatihan.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa integrasi teknologi AI dalam pembelajaran kreatif dapat menjadi alternatif inovatif dalam meningkatkan literasi digital siswa di era media sosial. Dengan adanya pelatihan ini, siswa memperoleh pengalaman baru dalam memanfaatkan teknologi digital secara lebih produktif dan edukatif.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pembuatan konten promosi digital marketing berbasis Artificial Intelligence (AI) menggunakan aplikasi CapCut mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa MA Negeri 1 Tangerang Selatan dalam membuat konten digital yang kreatif dan menarik. Hal tersebut ditunjukkan melalui peningkatan nilai post-test, tingginya partisipasi siswa selama kegiatan, serta kemampuan siswa dalam menghasilkan video promosi digital menggunakan fitur AI pada aplikasi CapCut.

Pelatihan berbasis praktik langsung terbukti efektif dalam membantu siswa memahami konsep digital marketing, teknik *hook* konten, dan proses editing video digital. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mampu meningkatkan kreativitas dan kepercayaan diri siswa dalam memanfaatkan media sosial secara produktif.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengembangkan pelatihan dengan cakupan materi yang lebih luas, seperti personal branding, strategi media sosial, dan penggunaan aplikasi editing berbasis AI lainnya. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah peserta yang lebih besar serta melakukan evaluasi jangka panjang untuk melihat keberlanjutan keterampilan digital siswa setelah pelatihan dilaksanakan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alismaiel, O. A. (2023). Digital media use and digital literacy among students in the era of artificial intelligence. *Education and Information Technologies*, 28(7), 8395–8412. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11547-9>
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial intelligence for the real world. *Harvard Business Review*, 96(1), 108–116.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kemendikbudristek. (2021). *Panduan Implementasi Literasi Digital di Sekolah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.

- Kurniawati, D., & Baroroh, S. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan kreativitas digital siswa sekolah menengah. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 19(2), 145–154.
- Nurhayati, E., & Rahmawati, F. (2021). Pelatihan digital content creator bagi generasi muda dalam meningkatkan literasi digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 210–218.
- OECD. (2021). *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>
- Pratama, A. B., & Firmansyah, A. (2020). Literasi digital pada remaja: Studi kasus pelajar sekolah menengah di Indonesia. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(2), 151–165. <https://doi.org/10.24198/jkk.v8i2.28723>
- Sari, M. P., & Hidayat, T. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pengembangan konten kreatif digital pada generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 17(1), 55–66.
- UNESCO. (2018). *Digital Literacy in Education: Policy Brief*. Paris: UNESCO.
- UNESCO. (2023). *Guidance for Generative AI in Education and Research*. Paris: UNESCO.