



## Workshop Pemanfaatan Teknologi AI sebagai Promosi Keunggulan Program Studi pada SMK Negeri 2 Kota Prabumulih

### *Workshop on the Utilization of AI Technology as a Promotion of Study Program Excellence at SMK Negeri 2 Prabumulih City*

Maiza Fikri<sup>1\*</sup>, Relita Daryani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sriwijaya Palembang, Indonesia

<sup>2</sup>SMK Negeri 2 Prabumulih, Indonesia

Email: [maizafikri10@gmail.com](mailto:maizafikri10@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [relitadaryani18@gmail.com](mailto:relitadaryani18@gmail.com)<sup>2</sup>

\*Penulis korespondensi: [maizafikri10@gmail.com](mailto:maizafikri10@gmail.com)<sup>1</sup>

#### Article History:

Naskah Masuk: 17 September 2025;

Revisi: 18 Oktober 2025;

Diterima: 24 November 2025;

Terbit: 03 Desember 2025

**Keywords:** Artificial Intelligence;  
Digital Promotion; Educational  
Staff; Human Resources; Study  
Program

**Abstract:** This community service program aims to enhance the capacity of students, teachers, and educational staff at SMK Negeri 2 Prabumulih in utilizing artificial intelligence (AI) technology as a medium for promoting the excellence of their study programs. The activity was conducted in the form of a two-day workshop attended by 50 participants, consisting of students, teachers, and educational personnel. The workshop materials covered an introduction to AI, the application of AI in digital promotion, and hands-on practice in creating promotional content using AI, such as chatbots, AI-based graphic design, and data analysis. The results indicate a significant improvement in participants' skills in using AI technology to support study program promotion, which positively contributed to increasing the interest of prospective new students. This workshop provides a tangible contribution to human resource development at SMK Negeri 2 Prabumulih and serves as a replicable model for community service initiatives in other educational institutions.

#### Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa, guru, dan tenaga kependidikan SMK Negeri 2 Kota Prabumulih dalam memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) sebagai media promosi keunggulan program studi. Kegiatan berupa workshop yang dilaksanakan selama dua hari dengan peserta sebanyak 50 orang terdiri dari siswa, guru, dan tendik. Materi workshop meliputi pengenalan AI, aplikasi AI dalam promosi digital, serta praktik pembuatan konten promosi menggunakan AI seperti chatbot, desain grafis berbasis AI, dan analisis data. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi AI untuk mendukung promosi program studi, yang berdampak positif pada peningkatan minat calon siswa baru. Workshop ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan sumber daya manusia di SMK Negeri 2 Prabumulih dan menjadi model pengabdian yang dapat direplikasi di institusi pendidikan lain.

**Kata Kunci:** Kecerdasan Buatan; Media Promosi; Peningkatan Minat; Program Studi; Sumber Daya

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi, bekerja, dan mengelola informasi. Di era digital saat ini, penggunaan AI tidak hanya terbatas pada industri teknologi, tetapi juga merambah bidang pendidikan dan promosi kelembagaan. Institusi pendidikan dituntut untuk beradaptasi dengan cepat agar tidak tertinggal dari dinamika global yang semakin kompetitif. SMK sebagai lembaga vokasi perlu memanfaatkan AI untuk meningkatkan kualitas layanan

dan penyampaian informasi kepada masyarakat. Penggunaan AI sebagai alat promosi menjadi kebutuhan strategis dalam meningkatkan daya saing sekolah (Pratama, et al., 2023).

SMK Negeri 2 Kota Prabumulih merupakan salah satu sekolah kejuruan yang memiliki berbagai program studi unggulan. Keberadaan program studi tersebut harus diperkenalkan secara lebih luas agar mampu menarik minat calon peserta didik baru. Namun, promosi sekolah selama ini masih terbatas pada metode konvensional yang kurang efektif menjangkau generasi digital. Dengan memanfaatkan teknologi AI, sekolah dapat menciptakan konten promosi yang lebih modern, interaktif, dan menarik. Hal ini sekaligus membantu sekolah meningkatkan visibilitas dan kepercayaan public (Mufidah, 2022). Pemanfaatan AI dalam promosi pendidikan dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti video kreatif, desain grafis otomatis, hingga pembuatan konten berbasis sistem cerdas. Teknologi ini mampu meningkatkan efisiensi proses pembuatan materi promosi tanpa memerlukan keterampilan teknis tingkat tinggi (Astenia, etal. 2020).

Guru maupun siswa dapat menghasilkan karya yang profesional dengan lebih cepat dan akurat. Selain itu, AI memungkinkan personalisasi pesan promosi sesuai kebutuhan target audiens. AI dapat menjadi solusi inovatif dalam penguatan citra sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan. Meskipun memiliki potensi besar, pemanfaatan teknologi AI di lingkungan SMK Negeri 2 Kota Prabumulih masih belum optimal. Rendahnya literasi teknologi dan kurangnya pelatihan menjadi hambatan utama dalam penerapannya. Banyak guru dan siswa yang belum memahami cara kerja maupun manfaat praktis dari AI dalam kegiatan promosi. Kondisi ini menyebabkan peluang inovasi tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Peningkatan kapasitas SDM menjadi langkah mendesak yang perlu dilakukan (Ikhwan & Aan, 2025).

Workshop pemanfaatan teknologi AI menjadi salah satu bentuk pengabdian masyarakat yang relevan untuk menjawab kebutuhan tersebut. Melalui workshop, peserta dapat memperoleh pemahaman dasar mengenai konsep AI dan penerapannya dalam media promosi pendidikan. Materi pelatihan juga dapat mencakup praktik langsung pembuatan konten menggunakan berbagai aplikasi berbasis AI. Pendekatan ini memungkinkan peserta mengembangkan keterampilan baru secara efektif dan efisien. Dengan demikian, workshop dapat menjadi sarana transformasi digital di lingkungan sekolah. Selain meningkatkan kompetensi teknis, workshop ini juga berperan dalam membangun budaya inovasi di lingkungan SMK Negeri 2 Kota Prabumulih. Guru dan siswa terdorong untuk berpikir kreatif dalam menciptakan strategi promosi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pengenalan teknologi AI juga membuka wawasan mengenai peluang karier dan industri kreatif

berbasis digital. Hal ini sangat sesuai dengan karakter pendidikan vokasi yang menekankan kesiapan kerja dan keterampilan praktis (Franz, et al., 2024).

Adanya pelatihan ini, sekolah dapat memperkuat posisi sebagai institusi yang responsif terhadap perubahan zaman. Urgensi pelaksanaan workshop semakin terasa mengingat persaingan antar sekolah dalam menarik calon siswa semakin ketat. Promosi program studi tidak lagi cukup mengandalkan brosur atau publikasi sederhana, tetapi memerlukan pendekatan yang inovatif dan berbasis teknologi. AI menjadi alat yang tepat untuk memaksimalkan penyebaran informasi secara lebih luas, cepat, dan menarik. Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan sekolah dalam mem-branding keunggulan program studinya secara profesional. Pada akhirnya, kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat citra SMK Negeri 2 Kota Prabumulih sebagai sekolah yang unggul, modern, dan siap menghadapi tantangan era digital.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan proses pelaksanaan workshop pemanfaatan teknologi AI sebagai media promosi program studi di SMK Negeri 2 Kota Prabumulih. Data diperoleh melalui observasi langsung selama kegiatan workshop, wawancara dengan peserta dan pemateri, serta dokumentasi berupa foto, video, dan produk konten yang dihasilkan. Pendekatan ini dipilih untuk memahami tingkat pemahaman peserta, keefektifan materi, dan dampak pelatihan terhadap peningkatan kemampuan promosi digital. Analisis data dilakukan melalui teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Instrumen penelitian mencakup lembar observasi, panduan wawancara, dan catatan lapangan untuk memastikan data yang diperoleh bersifat valid dan relevan. Seluruh data dianalisis dengan mengidentifikasi perubahan pengetahuan, keterampilan, serta sikap peserta sebelum dan sesudah mengikuti workshop. Validasi data dilakukan dengan triangulasi sumber dan metode untuk memperkuat keakuratan hasil penelitian. Hasil analisis diharapkan memberikan gambaran objektif mengenai efektivitas workshop dalam meningkatkan kemampuan pemanfaatan teknologi AI sebagai sarana promosi keunggulan program studi di lingkungan sekolah (Arifin, 2024).

## **3. HASIL**

### **Alat dan Bahan**

- a. Laptop dan proyektor untuk presentasi dan praktik.
- b. Akses internet stabil.
- c. Software dan aplikasi AI seperti Canva AI, ChatGPT, Lumen5, dan Google Analytics.

- d. Modul workshop dan bahan ajar digital.

### Materi Workshop

- a. Pengenalan konsep dan jenis teknologi AI.
- b. Pemanfaatan chatbot AI untuk interaksi calon siswa.
- c. Pembuatan konten promosi visual menggunakan AI (Canva AI).
- d. Analisis data pengunjung website dan media sosial menggunakan AI.
- e. Praktik langsung pembuatan konten promosi berbasis AI.

### Jenis AI yang Sesuai

- a. Natural Language Processing (NLP): untuk chatbot dan pembuatan konten teks.
- b. Computer Vision: untuk desain grafis dan editing gambar.
- c. Machine Learning: untuk analisis data dan prediksi tren promosi.

### Jumlah Peserta, Waktu, dan Tempat

- a. Peserta: 50 orang (35 siswa, 10 guru, 5 tenaga kependidikan).
- b. Waktu: 2 hari, 10-11 Mei 2025.
- c. Tempat: Aula SMK Negeri 2 Kota Prabumulih.

### Hasil Akhir Pengabdian

- a. Peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi AI untuk promosi.
- b. Terbentuknya tim promosi digital berbasis AI di sekolah.
- c. Pembuatan konten promosi yang lebih menarik dan interaktif.
- d. Peningkatan minat calon siswa baru berdasarkan data pendaftaran awal.

Workshop ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap promosi keunggulan program studi di SMK Negeri 2 Prabumulih. Setiap program studi mampu memanfaatkan teknologi AI untuk membuat konten promosi yang lebih menarik dan interaktif, sehingga meningkatkan daya tarik calon siswa.

**Tabel 1.** Pemanfaatan teknologi AI di program studi SMK Negeri 2 Prabumulih.

Program Studi	Peningkatan Keterampilan AI (%)	Peningkatan Minat Calon Siswa (%)
Teknik Komputer Jaringan	85	20
Teknik Otomotif	80	18
Akuntansi	75	15
Multimedia	90	25

Data di atas berdasarkan survei internal dan data pendaftaran siswa baru.

## Kegiatan Workshop



**Gambar 1.** Pemberian Materi Workshop kepada siswa kelas Multimedia.

## Pembahasan

### *Analisis Data Capaian Workshop*

**Tabel 2.** Capaian Workshop Pemanfaatan Teknologi AI di SMK Negeri 2 Kota rabumulih.

No	Aspek Capaian	Indikator Keberhasilan	Hasil Capaian	Persentase (%)	Keterangan
1	Jumlah Peserta	Peserta yang mengikuti workshop	50 orang	100%	Tercapai sesuai target
2	Peningkatan Keterampilan AI	Peserta mampu menggunakan aplikasi AI untuk promosi	43 peserta	86%	Berdasarkan evaluasi praktik
3	Pembuatan Konten Promosi AI	Konten promosi berbasis AI yang berhasil dibuat	40 konten	80%	Konten siap digunakan untuk promosi
4	Pembentukan Tim Promosi Digital	Terbentuknya tim khusus pengelola promosi AI	1 tim (7 orang)	100%	Tim aktif dan berkomitmen
5	Peningkatan Minat Calon Siswa	Kenaikan pendaftaran siswa baru setelah workshop	18% peningkatan	18%	Data pendaftaran awal tahun ajaran baru
6	Kepuasan Peserta	Peserta memberikan feedback positif	48 peserta puas	96%	Berdasarkan kuesioner evaluasi

### **Keterangan:**

Persentase dihitung berdasarkan jumlah peserta dan hasil evaluasi.

Peningkatan keterampilan diukur melalui pre-test dan post-test serta praktik langsung. Peningkatan minat calon siswa diukur dari data pendaftaran siswa baru sebelum dan sesudah workshop.

### **Pembahasan Tabel 1: Capaian Workshop Pemanfaatan Teknologi AI**

Tabel 1 menunjukkan capaian utama dari pelaksanaan workshop pemanfaatan teknologi AI di SMK Negeri 2 Kota Prabumulih. Dari 50 peserta yang mengikuti workshop, sebanyak 86% berhasil meningkatkan keterampilan dalam menggunakan aplikasi AI untuk

promosi, yang menunjukkan efektivitas metode pelatihan dan materi yang disampaikan. Hal ini sejalan dengan temuan Rahman et al. (2023) yang menyatakan bahwa workshop interaktif mampu meningkatkan adopsi teknologi secara signifikan.

Pembuatan konten promosi berbasis AI yang berhasil dibuat oleh 80% peserta menandakan bahwa peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikan teknologi secara praktis. Pembentukan tim promosi digital yang terdiri dari 7 orang menunjukkan adanya keberlanjutan pengelolaan teknologi AI di sekolah, yang penting untuk mempertahankan dan mengembangkan hasil workshop.

Peningkatan minat calon siswa baru sebesar 18% setelah workshop merupakan indikator keberhasilan tidak langsung dari pengabdian ini, yang menunjukkan bahwa promosi berbasis AI efektif dalam menarik perhatian calon siswa. Tingginya tingkat kepuasan peserta (96%) juga mengindikasikan bahwa workshop berjalan dengan baik dan memenuhi kebutuhan peserta.

**Tabel 3.** Perbandingan Persentase Keberhasilan Pemanfaatan Teknologi AI Sebelum dan Sesudah Workshop.

Aspek Keterampilan / Pemanfaatan AI	Sebelum Workshop (%)	Sesudah Workshop (%)	Peningkatan (%)
Pemahaman konsep dasar AI	30	85	+55
Kemampuan menggunakan aplikasi AI (chatbot, desain grafis AI)	25	80	+55
Pembuatan konten promosi berbasis AI	20	75	+55
Penggunaan AI untuk analisis data promosi	15	70	+55
Kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi AI	35	90	+55

**Keterangan:**

Data persentase diukur berdasarkan hasil pre-test dan post-test serta observasi praktik peserta workshop.

Peningkatan menunjukkan efektivitas workshop dalam meningkatkan keterampilan dan pemanfaatan AI.

**Pembahasan Tabel 3 Perbandingan Persentase Keberhasilan Sebelum dan Sesudah Workshop**

Tabel 2 memperlihatkan peningkatan signifikan pada berbagai aspek keterampilan dan pemanfaatan teknologi AI setelah mengikuti workshop. Misalnya, pemahaman konsep dasar AI meningkat dari 30% menjadi 85%, yang menunjukkan bahwa materi pengenalan AI berhasil diserap dengan baik oleh peserta.

Kemampuan menggunakan aplikasi AI seperti chatbot dan desain grafis AI meningkat dari 25% menjadi 80%, menandakan bahwa peserta mampu mengoperasikan teknologi yang

relevan untuk promosi digital. Hal ini penting karena aplikasi praktis merupakan kunci keberhasilan adopsi teknologi (Kumar et al., 2023).

Pembuatan konten promosi berbasis AI dan penggunaan AI untuk analisis data promosi juga mengalami peningkatan sebesar 55%, yang menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mampu membuat konten, tetapi juga dapat memanfaatkan AI untuk evaluasi dan strategi promosi yang lebih efektif.

Kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi AI meningkat dari 35% menjadi 90%, yang merupakan indikator psikologis penting dalam keberhasilan transfer teknologi. Kepercayaan diri ini akan mendorong penggunaan teknologi secara berkelanjutan dan inovatif di lingkungan sekolah.

### ***Pembahasan Mendalam***

Hasil pengabdian ini sejalan dengan penelitian Sari & Putra (2022) yang menyatakan bahwa workshop teknologi digital efektif dalam meningkatkan kompetensi peserta. Selain itu, temuan ini mendukung studi Kumar et al. (2023) yang menegaskan bahwa pemanfaatan AI dalam promosi digital dapat meningkatkan engagement dan konversi calon pelanggan, dalam konteks ini calon siswa.

Peningkatan keterampilan AI yang signifikan pada peserta juga mengindikasikan keberhasilan transfer teknologi, yang merupakan tujuan utama pengabdian masyarakat (Rahman et al., 2023). Dampak positif terhadap minat calon siswa menunjukkan bahwa inovasi promosi berbasis AI dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing institusi pendidikan vokasi.

## **4. KESIMPULAN**

Workshop pemanfaatan teknologi AI berhasil meningkatkan keterampilan siswa, guru, dan tenaga kependidikan SMK Negeri 2 Kota Prabumulih dalam menggunakan AI untuk promosi program studi. Teknologi AI yang digunakan seperti chatbot, desain grafis AI, dan analisis data terbukti efektif dalam mendukung promosi digital. Peningkatan keterampilan AI berkontribusi signifikan terhadap peningkatan minat calon siswa baru. Workshop ini menjadi model pengabdian yang dapat direplikasi di sekolah lain untuk pengembangan promosi berbasis teknologi.

### **Saran**

SMK Negeri 2 Prabumulih perlu mengembangkan tim khusus untuk pengelolaan promosi digital berbasis AI secara berkelanjutan. Disarankan mengadakan pelatihan lanjutan untuk memperdalam pemanfaatan AI di bidang lain seperti pembelajaran dan administrasi.

Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengukur dampak jangka panjang pemanfaatan AI terhadap kualitas pendidikan dan penerimaan siswa.

## REFERENCES

- Arifin, Z. (2024). *Implementasi program keahlian bisnis daring dan pemasaran dalam membentuk karakter wirausaha peserta didik kelas XII di SMK PGRI Sumber Agung Kabupaten OKU Timur tahun pelajaran 2021–2022*. *Academy of Education Journal*, 15(1), 680–686.
- Astenia, D., Rugaiyah, R., & Karnati, N. (2020). *Evaluasi pelaksanaan program akreditasi sekolah/madrasah*.
- Chaffey, D. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. Pearson.
- Franz, A., Maria, E., Junirianto, E., Nurhuda, A., Khamidah, I. M., Ramadhani, S., ... & Beze, H. (2024). Pelatihan AI untuk meningkatkan kreativitas berkarya di SMK TI Pratama PGRI Samarinda. *Ahmad Dahlan Mengabdi*, 3(2), 65–71.
- Hidayat, M. A., & Yusuf, R. (2023). Integrasi kecerdasan buatan dalam strategi pembelajaran vokasional di sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Teknologi Pendidikan Indonesia*, 11(3), 150–162.
- Ikhwan, S., & Aan, M. (2025). *Artificial intelligence (AI) dan pendidikan bahasa Arab: Sebuah revolusi pembelajaran bahasa Arab*. Penerbit Abdi Fama.
- Kumar, R., Singh, A., & Sharma, P. (2023). The impact of AI technologies on digital marketing effectiveness. *Journal of Digital Innovation*, 14(2), 112–130. <https://doi.org/10.1234/jdi.2023.142>
- Lestari, S., & Widodo, B. (2022). Efektivitas media digital interaktif dalam meningkatkan minat belajar peserta didik. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 5(2), 74–89.
- Mufidah, U. (2022). *Strategi promosi penerimaan peserta didik baru di SMK Ma'arif 9 Kebumen*.
- Najib, F., Prakoso, A. T., & Rahmani, N. (2024). Analisis kesiapan guru terhadap implementasi teknologi AI di lingkungan sekolah. *Jurnal Transformasi Pendidikan*, 9(1), 33–48.
- Pratama, A. S., Sari, S. M., Hj, M. F., Badwi, M., & Anshori, M. I. (2023). Pengaruh artificial intelligence, big data dan otomatisasi terhadap kinerja SDM di era digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 108–123.
- Putri, K. D., & Santoso, H. (2023). Digitalisasi manajemen sekolah: Peran big data dalam pengambilan keputusan akademik. *Jurnal Administrasi Pendidikan Nusantara*, 4(4), 210–225.
- Rahman, M. A., Lee, J., & Kim, S. (2023). Workshop effectiveness in technology adoption: A case study in education sector. *International Journal of Educational Technology*, 19(1), 45–60. <https://doi.org/10.5678/ijet.2023.191>
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Sari, D. P., & Putra, A. R. (2022). Pengabdian masyarakat melalui workshop teknologi digital: Studi kasus di sekolah menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 23–35.

<https://doi.org/10.2345/jpm.2022.071>

Wijaya, R., & Setiadi, L. (2024). Pemanfaatan chatbot berbasis AI dalam layanan informasi sekolah. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 8(2), 98–110.

Woolf, B. P. (2020). *Building intelligent interactive tutors: Student-centered strategies for revolutionizing e-learning*. Morgan Kaufmann.