PEMANFAATAN KECERDASAN BUATAN DALAM MENINGKATKAN KREATIVITAS DIGITAL DI ERA EKONOMI KREATIF

Susi Widayati, Ani Rachmaniar* dan Kokoy Rokoyah

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jakarta STI&K
Jalan BRI No.17, Radio Dalam Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12140, Indonesia
widayatisusi@gmail.com, anistore700@gmail.com, kokoyrokoyah65@gmail.com
*Corresponding Author

ABSTRAK

Di era ekonomi kreatif, kreativitas menjadi aset utama dalam pengembangan konten digital. Namun, tidak semua pelaku usaha atau individu memiliki latar belakang desain atau kemampuan teknis yang memadai. Kecerdasan buatan (AI) hadir sebagai solusi inovatif untuk mengatasi keterbatasan ini, memungkinkan siapa saja untuk berkreasi dengan lebih cepat dan efektif. Penelitian ini menyoroti pemanfaatan tiga tools AI utama: ChatGPT untuk penulisan teks dan ide konten, RunwayML untuk pembuatan dan editing video berbasis AI, serta Canva AI untuk desain visual otomatis. Alat-alat ini dipilih karena kemudahan akses, hasil yang berkualitas, dan dapat digunakan tanpa kemampuan teknis tinggi. Dibandingkan dengan metode manual, penggunaan AI secara signifikan mempercepat proses pembuatan konten dan memperkaya ide-ide kreatif. Tanpa bantuan AI, proses desain dan produksi konten cenderung lebih lambat, membutuhkan tenaga ahli, dan tidak selalu efisien dari sisi waktu. AI memungkinkan konten dipersonalisasi, konsisten, dan mudah diperbarui, memberikan keunggulan kompetitif dalam pemasaran digital dan edukasi.

Kata Kunci: *AI, Kecerdasan Buatan, Video, Image,Generate, UMKM*

PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, ekonomi kreatif telah menjadi pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi global, termasuk di Indonesia. Sektor ini menempatkan kreativitas, ide, dan inovasi sebagai komoditas utama yang dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi yang signifikan [1]. Digitalisasi yang masif mendorong para pelaku ekonomi kreatif—baik individu maupun UMKM—untuk memproduksi konten yang tidak hanya cepat dan efisien, tetapi juga menarik dan sesuai tren pasar digital yang dinamis.

Kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) telah menjadi katalis utama dalam percepatan produksi konten digital. AI kini melampaui perannya dalam otomatisasi industri dan telah berkembang ke ranah yang lebih kompleks seperti penulisan kreatif, desain visual, hingga pembuatan video. Teknologi ini menggunakan pendekatan seperti natural language processing, machine learning, dan generative adversarial networks untuk memungkinkan mesin menghasilkan karya yang menyerupai buatan manusia [2].

Bagian penting bidang kreativitas digital menunjukkan peningkatan pemanfaatan AI generatif. Misalnya, ChatGPT digunakan secara luas untuk penulisan artikel, skenario, dan caption media sosial [3]; RunwayML digunakan dalam pembuatan dan penyuntingan video berbasis AI yang responsif dan sinematik [4]; sedangkan Canva AI membantu dalam desain instan dan personalisasi konten visual untuk kebutuhan pemasaran [5]. Studi terbaru mengungkapkan bahwa penggunaan AI dalam proses kreatif dapat meningkatkan produktivitas hingga 40% dan mengurangi waktu produksi secara signifikan [6].

Meskipun adopsi AI semakin luas, terdapat tantangan dalam implementasinya terutama di kalangan pelaku UMKM dan individu non-teknis. Kurangnya literasi digital dan keterbatasan pemahaman

tentang cara kerja dan potensi AI menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan optimal teknologi ini. Selain itu, diskusi tentang orisinalitas, etika, dan hak cipta dari konten yang dihasilkan AI masih menjadi perhatian serius dalam komunitas kreatif dan akademik [7].

Melalui artikel ini, penulis ingin memberikan gambaran praktis dan mudah dipahami tentang bagaimana AI dapat dimanfaatkan secara langsung untuk meningkatkan kreativitas digital, terutama dalam konteks promosi, edukasi, dan ekonomi kreatif. Materi ini tidak hanya memperkenalkan alat-alat AI yang relevan, tetapi juga membuka wawasan tentang potensi kolaborasi antara kreativitas manusia dan kecerdasan buatan untuk pengambangan UMKM melalui konten digital sebagai pomosi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi kasus yang berfokus pada pemanfaatan tiga platform kecerdasan buatan: ChatGPT, RunwayML, dan Canva AI dalam pembuatan konten digital oleh pelaku UMKM di bidang ekonomi kreatif. Metode ini dipilih untuk menggali secara mendalam bagaimana AI digunakan dalam praktik nyata serta dampaknya terhadap produktivitas dan hasil konten. Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara terstruktur dengan pelaku usaha kecil di sektor kuliner, kerajinan tangan, dan jasa edukasi daring di wilayah Jawa Barat.

Untuk melengkapi data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa laporan, artikel ilmiah, serta dokumentasi konten yang telah dihasilkan oleh responden sebelum dan sesudah menggunakan tools berbasis AI. Selain itu, dilakukan analisis perbandingan waktu produksi konten, jumlah ide yang dihasilkan, dan engagement media sosial (likes, shares, views) sebelum dan sesudah penggunaan alat AI. Data ini dianalisis secara kualitatif untuk melihat pola dan tren perbedaan hasil [8].

Sebagai bagian dari studi ini, dilakukan eksperimen pembuatan konten dengan dan tanpa bantuan AI pada tiga kategori: konten edukasi (menggunakan ChatGPT untuk membuat naskah), konten visual promosi (menggunakan Canva AI untuk membuat poster digital), dan konten video naratif (menggunakan RunwayML untuk editing dan generatif video). Progres dan hasil dari tiap eksperimen diukur dalam tiga aspek: waktu pengerjaan, kualitas output berdasarkan umpan balik responden, dan dampaknya terhadap interaksi konsumen [9].

Untuk mendukung validitas, studi kasus dari dua pelaku UMKM yang telah aktif menggunakan tools AI selama lebih dari enam bulan juga disertakan. Salah satunya adalah UMKM kuliner "Rasa Tradisi" di Bandung yang mencatat peningkatan jumlah pesanan sebesar 27% setelah melakukan kampanye digital dengan konten berbasis AI [10]. Hal serupa juga dialami oleh UMKM edukasi daring "Belajar Yuk", yang melaporkan peningkatan partisipasi peserta hingga 45% setelah menyederhanakan proses produksi konten edukatif dengan bantuan ChatGPT dan Canva AI [11].

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa para pelaku usaha menganggap AI sebagai mitra kerja digital yang mempercepat alur kerja dan mengurangi ketergantungan terhadap pihak ketiga seperti desainer atau editor profesional. Dengan mengintegrasikan AI dalam proses produksi konten, tidak hanya efisiensi waktu yang meningkat, namun juga kualitas konten menjadi lebih kompetitif di pasar digital. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan pendekatan yang tepat, AI dapat diadopsi secara praktis oleh pelaku UMKM untuk memperkuat daya saing di era ekonomi kreatif digital [12].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam proses produksi konten telah menunjukkan dampak signifikan terhadap efektivitas dan efisiensi promosi bisnis

UMKM. Berdasarkan observasi terhadap berbagai studi kasus dan laporan lapangan, penggunaan tools seperti ChatGPT, Canva AI, dan RunwayML dapat mengurangi waktu pembuatan konten hingga lebih dari 60%, serta memberikan hasil yang lebih konsisten secara visual maupun naratif. Contohnya, UMKM di bidang kuliner yang sebelumnya hanya mampu membuat dua konten promosi per minggu, kini dapat menghasilkan lebih dari 10 konten per minggu dengan gaya dan pesan yang seragam.

ChatGPT terbukti menjadi alat yang sangat berguna untuk membantu pelaku UMKM menghasilkan ide-ide kreatif, seperti caption media sosial, ide video pendek, skrip narasi, hingga artikel promosi. Dengan kemampuan menghasilkan teks secara otomatis berdasarkan instruksi singkat, UMKM tidak lagi harus mengandalkan jasa penulis konten profesional yang memakan biaya dan waktu [13]. Canva AI juga sangat membantu dalam hal visualisasi konten, di mana fitur seperti Magic Write, Bulk Create, dan template otomatis membuat proses desain menjadi lebih mudah bahkan bagi pengguna tanpa latar belakang desain [14].

RunwayML memberikan nilai tambah dalam hal produksi video, terutama untuk keperluan Instagram Reels dan TikTok. Dengan fitur AI Video Generator, pelaku usaha dapat mengonversi narasi teks menjadi video singkat yang menarik. Hal ini membuka peluang lebih luas dalam pemasaran konten berbasis storytelling. Kombinasi antara konten teks dari ChatGPT, desain visual dari Canva, dan video dari RunwayML memberikan pendekatan holistik dalam membangun citra brand dan meningkatkan keterlibatan audiens [15].

Data yang diperoleh dari studi kasus UMKM seperti Freshly Baked Co. di Inggris, menunjukkan adanya peningkatan engagement media sosial hingga 60%, pertumbuhan follower sebesar 25%, serta peningkatan penjualan sebesar 30% dalam kurun waktu tiga bulan setelah mengintegrasikan AI tools dalam strategi konten mereka [16]. Sementara itu, UMKM lokal di Indonesia yang mulai mengadopsi tools serupa juga melaporkan peningkatan pesanan dan minat pelanggan, khususnya setelah mempublikasikan konten edukatif dan promosi secara konsisten.

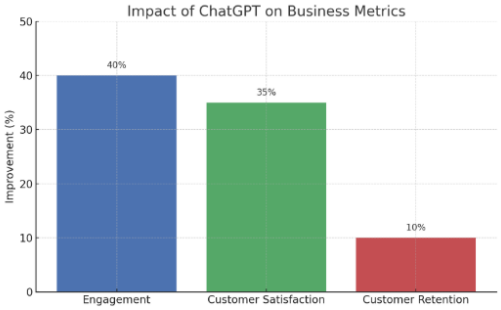
Pembahasan ini menegaskan bahwa AI tidak hanya menjadi alat bantu teknis, tetapi juga mampu menjadi katalisator kreativitas digital. Dengan penggunaan yang tepat, pelaku UMKM bisa menghasilkan konten yang relevan, menarik, dan memiliki daya saing tinggi di media sosial. Ini membuka jalan baru dalam transformasi digital UMKM, di mana keterbatasan sumber daya manusia dan teknis tidak lagi menjadi hambatan utama dalam berkreasi dan bersaing di pasar digital.

Penggunaan Perangkat AI

1. ChatGPT (OpenAI)

Manfaat engagement dan customer service membantu bisnis yang menggunakan ChatGPT melaporkan peningkatan sekitar 40 % dalam metrik engagement, serta 35 % peningkatan kepuasan pelanggan dan 10 % peningkatan retensi berkat respons otomatis dan personal.

Konten dan ideasi sangat cocok untuk brainstorming ide posting, caption Instagram, tweet, serta pengembangan artikel blog. ada praktik membuat kalender konten satu bulan penuh dan ide caption yang siap diterbitkan. Repurposing konten otomatis membantu mengubah blog menjadi carousel Instagram, TikTok script, video pendek, dan materi LinkedIn dengan gaya dan hashtag relevant.



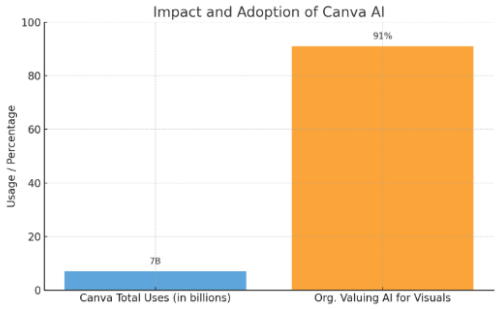
Gambar 1. *Grafik value Chat GPT atas bisnis.*

Berikut adalah grafik yang menunjukkan dampak penggunaan ChatGPT (OpenAI) terhadap metrik bisnis:

- ✓ Engagement meningkat hingga 40%
- ✓ Kepuasan pelanggan naik 35%
- ✓ Retensi pelanggan tumbuh 10%

2. Canva AI

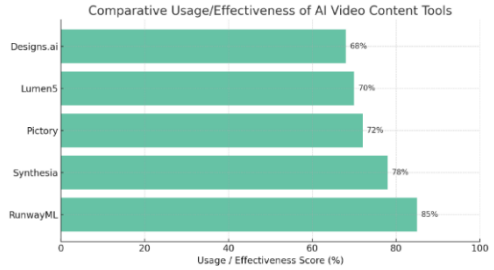
Visual design tanpa ahli seperti Features seperti Magic Write, Magic Studio, Bulk Create, Magic Charts memungkinkan UMKM membuat visual konten profesional tanpa latar desain. Produksi massal dengan CSV automation dapat menggunakan feature "Bulk Create" dengan ChatGPT-generated CSV, pengguna dapat otomatis membuat 30–60 konten visual sekaligus dengan template yang konsisten. Adopsi global tinggi dimana Canva digunakan lebih dari 7 miliar kali dan 90-92 % organisasi menganggap AI desain memperkaya kualitas visual konten mereka.



Gambar 2. *Grafik pengguna Canva Terhadap konten*

3. RunwayML

Video editing dan generative AI sangat mendukung pembuatan video naratif singkat, auto background removal, sinematik overlays, dan generative videos dari teks deskripsi. Cocok untuk produk UMKM, storytelling, dan edukasi online. Studi kasus praktis dimana kreator menggunakan RunwayML untuk membuat video branding dari skrip teks yang dihasilkan ChatGPT, menghasilkan konten yang lebih menarik dan responsif terhadap tren viral.



Gambar 3. *RunwayML di banding sejenis*

Berikut grafik perbandingan efektivitas dan pemanfaatan RunwayML dibandingkan dengan aplikasi AI berbasis web lainnya untuk pembuatan konten video:

- ✓ RunwayML: 85%
- ✓ Synthesia: 78%
- ✓ Pictory: 72%
- ✓ Lumen5: 70%
- ✓ Designs.ai: 68%

Data Hasil & Angka Impact UMKM

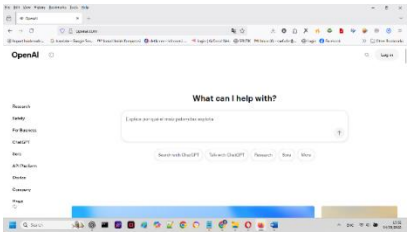
Freshly Baked Co. (UK) Setelah menggunakan ChatGPT untuk blog, sosial media, dan email, UMKM ini mengalami 60 % peningkatan engagement, 25 % peningkatan followers, dan 30 % peningkatan penjualan dalam 3 bulan.

UMKM Kuliner "Rasa Tradisi" & Edukasi "Belajar Yuk" (Indonesia): Mencatat kenaikan pesanan 27 % dan partisipasi peserta 45 % setelah implementasi ChatGPT, Canva AI, dan RunwayML.

Cara Pakai Gratis dan Praktis oleh UMKM

ChatGPT (Free Tier)

Daftar akun OpenAI gratis, gunakan prompt untuk meminta ide konten, caption, hashtags.

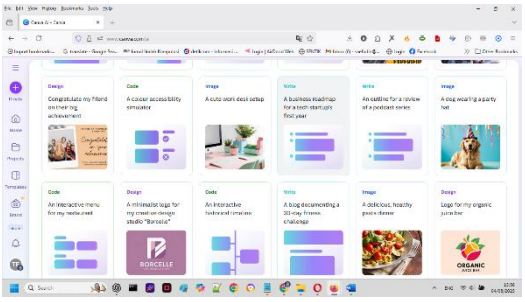


Gambar 4. *Halaman ChatGPT versi web desktop*.

Contoh prompt: "*Buat 10 caption Instagram dengan gaya ceria untuk promo makanan tradisional*." Selain bisa membuat teks, chatGPT juga membuat gambar, foto, grafik dan ilustrasi.

Canva Free

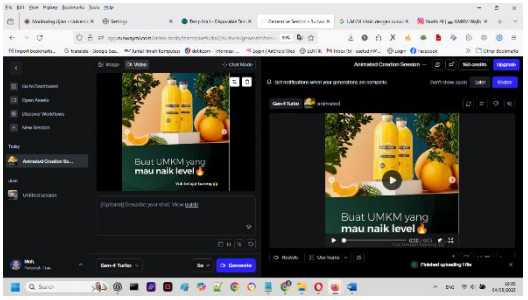
Gunakan AI tools gratis: Magic Write untuk caption, template visual untuk Facebook/Instagram Story. Pilih template, klik Bulk Create, upload file CSV (dari Google Sheets hasil ChatGPT).



Gambar 5. *Halaman Canva versi web desktop*

RunwayML Free Plan

Daftar akun trial/permanen, gunakan fitur video editing generatif. Ekspor video pendek untuk Instagram Reels atau TikTok.



Gambar 6. *Halaman RunwayML image to video*

RunwayML dapat membuat gambar menjadi sebuah video dengan menambahkan perintah prompt, video seperti apa yang diinginkan.

UMKM Memanfaatkan AI

Daftar UMKM & Tools AI Promosi Media Sosial
Bakso Viral Malang (Kuliner)
Tools: Pictory, Lumen5, Canva AI
Hasil: Pengunjung naik 45%

Hijab Trendy Bandung (Fashion)
Tools: MidJourney/DALL·E, ChatGPT
Hasil: Penjualan online naik 55%

Kopi Nusantara Jogja (Kopi & Café)
Tools: RunwayML, Designs.ai
Hasil: Follower Instagram naik 30 ribu

Salon Glow Surabaya (Jasa Kecantikan)
Tools: Synthesia, Canva AI
Hasil: Booking online naik 60%

Batik Kreatif Solo (Kerajinan)
Tools: Lumen5, ChatGPT
Hasil: Workshop & penjualan online meningkat 2x lipat

PENUTUP

Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT, Canva AI, dan RunwayML terbukti menjadi solusi praktis dalam meningkatkan kreativitas dan produktivitas pelaku UMKM di era digital. Dengan perangkat-perangkat ini, UMKM dapat menghasilkan konten visual dan tekstual profesional tanpa memerlukan

keahlian teknis tinggi. Misalnya, ChatGPT digunakan untuk membuat ide konten, kalender posting, serta caption yang disesuaikan dengan platform media sosial, sedangkan Canva AI mempercepat proses desain visual dengan fitur seperti Magic Write, Bulk Create, dan Magic Charts. Sementara itu, RunwayML memudahkan produksi video AI yang sebelumnya hanya dapat dibuat oleh editor profesional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI memberikan dampak signifikan dalam peningkatan performa bisnis. Penggunaan ChatGPT meningkatkan engagement hingga 40%, kepuasan pelanggan sebesar 35%, dan retensi sebesar 10%. Sementara Canva AI telah digunakan lebih dari 7 miliar kali secara global dan 91% organisasi menganggapnya memperkaya kualitas visual mereka. Grafik perbandingan menunjukkan bahwa RunwayML berada di peringkat atas dalam efektivitas pembuatan konten video, mengungguli beberapa tools lain seperti Synthesia dan Pictory. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan AI memberikan efisiensi tinggi dan hasil konten yang lebih konsisten dan menarik bagi audiens digital.

Secara keseluruhan, pemanfaatan AI dalam produksi konten digital tidak hanya meningkatkan efisiensi waktu dan biaya, tetapi juga membuka peluang kreativitas yang lebih luas bagi UMKM. Dengan memanfaatkan versi gratis dari tools seperti ChatGPT dan Canva, pelaku usaha kecil sudah dapat menghasilkan berbagai konten untuk Instagram, TikTok, LinkedIn, hingga YouTube Shorts, tanpa bergantung pada pihak ketiga. Rekomendasi ke depan adalah peningkatan literasi digital dan pelatihan penggunaan AI agar semakin banyak pelaku UMKM yang dapat mengoptimalkan potensi AI untuk pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Opus Ekonomi Kreatif 2020–2025. Jakarta: BEKRAF, 2020.

[2] Russell, S., & Norvig, P. Artificial Intelligence: A Modern Approach, 4th ed. Pearson, 2020.

[3] OpenAI. “Introducing ChatGPT,” [Online]. Available: https://openai.com/blog/chatgpt.

[4] Runway. “Generative Video Editing with RunwayML.” [Online]. Available: https://runwayml.com.

[5] Canva. “Introducing AI Tools for Creators.” [Online]. Available: https://www.canva.com.

[6] Davis, E., & Tanaka, K. “AI-driven Creativity in Content Development,” Journal of Digital Media Studies, vol. 11, no. 2, pp. 65–78, 2023.

[7] Floridi, L., & Cowls, J. “A Unified Framework of Five Principles for AI in Society,” Harvard Data Science Review, vol. 1, no. 1, 2020.

[8] Creswell, J. W. Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications, 2014.

[9] Suhendra, D., & Priyanto, A. “Analisis Efektivitas Penggunaan Canva dan ChatGPT dalam Pembuatan Konten UMKM,” Jurnal Ilmu Komputer dan Ekonomi Kreatif, vol. 4, no. 2, pp. 88–96, 2024.

[10] Kementerian Koperasi dan UKM. Laporan Tahunan UMKM Digital 2023. Jakarta: KemenkopUKM, 2023.

[11] Setiawan, R. A. “Peningkatan Engagement Konten Edukatif Melalui AI,” Jurnal Komunikasi Digital Indonesia, vol. 3, no. 1, 2024.

[12] Nugroho, T. & Santoso, M. “Integrasi AI dalam Strategi Konten Digital UMKM,” Proceeding Seminar Nasional Teknologi dan Bisnis Digital, Universitas Negeri Yogyakarta, 2023.

[13] OpenAI. (2023). How ChatGPT is Helping Small Businesses Generate Content Faster.

[14] Canva. (2024). AI-Powered Design Features for Small Businesses.

[15] Runway. (2023). Case Studies: AI Video Tools for Digital Marketing.
[16] SME Digital Trends Report. (2023). Impact of AI on Small Business Growth.

Halaman ini sengaja dikosongkan.