

3968_Galley.pdf

by redaksi abdimaspatikala

Submission date: 04-Nov-2025 09:47AM (UTC+0800)

Submission ID: 2800323994

File name: 3968_Galley.pdf (1.15M)

Word count: 3657

Character count: 24309

INTEGRASI *PERPLEXITY.AI* PADA PENULISAN TEKS PERSUASI DALAM BENTUK POSTER UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PROMOSI DESTINASI WISATA

Anshari^{1*}, Sakaria², Asis Nojeng³, Bahly Basri⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

¹⁶hari@unm.ac.id
sakaria@unm.ac.id
asisnojeng@unm.ac.id
m.bahly.basri@unm.ac.id

Abstract

Gowa Regency has abundant natural and cultural tourism potential but faces challenges in delivering effective and attractive destination promotion to tourists. This community service activity (PKM) aims to improve the quality of tourism destination promotion in Gowa Regency and enhance the digital competence of partners through the integration of *Perplexity.AI* in persuasive text writing in poster form. The method used is a training held on October 2-3, 2025. The training participants were 36 students from SMA Negeri 9 Gowa, selected based on their interest in digital literacy, tourism promotion, and technology. The success of this activity was measured through several key indicators, including the participants' increased skills in utilizing *Perplexity.AI* for writing persuasive texts and creativity in poster design that meets tourism promotion standards. The analysis results show that integrating *Perplexity.AI* in persuasive text writing for tourism destination promotional posters successfully improved participants' skills significantly, with the average score increasing from 68 to 87. As many as 91% of participants were able to create effective and creative posters that received positive responses on social media and experienced an increase in digital literacy, making this training effective in developing participants' technical skills, creativity, and analytical abilities based on technology.

Keywords: Perplexity AI, Persuasive text, Poster, Tourism destination

Abstrak

Kabupaten Gowa memiliki potensi wisata alam dan budaya yang melimpah namun menghadapi tantangan dalam menghadirkan promosi destinasi wisata yang efektif dan menarik bagi wisatawan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas promosi destinasi wisata Kabupaten Gowa dan peningkatan kompetensi digital mitra melalui integrasi *Perplexity.AI* pada penulisan teks persuasi dalam bentuk poster. Metode yang digunakan adalah bentuk pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 2-3 Oktober 2025. Peserta pelatihan adalah siswa-siswi SMA Negeri 9 Gowa yang berjumlah 36 orang. Siswa-siswi tersebut dipilih berdasarkan minat terhadap literasi digital, promosi wisata, dan teknologi. Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui beberapa indikator penting, yaitu meningkatnya keterampilan peserta dalam memanfaatkan *Perplexity.AI* untuk penulisan teks persuasi, kreativitas desain poster yang memenuhi standar promosi wisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa Integrasi *Perplexity.AI* dalam penulisan teks persuasi poster promosi destinasi wisata berhasil meningkatkan keterampilan peserta secara signifikan, dengan skor rata-rata meningkat dari 68 menjadi 87. Sebanyak 91% peserta mampu membuat poster kreatif yang efektif dan mendapat respons positif di media sosial, serta mengalami peningkatan literasi digital, sehingga pelatihan ini efektif mengembangkan keterampilan teknis, kreativitas, dan kemampuan analitis berbasis teknologi.

Kata Kunci: *Perplexity.AI*, Teks persuasi, Poster, Destinasi wisata

*Correspondent Author: anshari@unm.ac.id

Pendahuluan

Integrasi *Perplexity.AI* menjadi terobosan dalam pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan dalam berbagai bidang, termasuk promosi pariwisata, di mana kehadiran *Perplexity.AI* telah meningkatkan efisiensi dan inovasi dalam pemasaran digital serta pengalaman pelanggan. *Perplexity.AI* merupakan *chatbot* dan mesin pencari berbasis AI yang memanfaatkan model bahasa besar (LLM) dan teknologi pemrosesan bahasa alami, memungkinkan pencarian informasi secara interaktif dan cerdas (Sekar, 2025). Dengan kemampuan tersebut, *Perplexity.AI* mampu memahami pertanyaan dalam bahasa sehari-hari dan memberikan jawaban yang informatif serta menyertakan sumber referensi untuk memastikan keakuratan dan transparansi informasi (Patia et al., 2025).

Kabupaten Gowa memiliki potensi wisata alam dan budaya yang melimpah yang perlu dikenalkan secara luas. Namun, tantangan utama terletak pada bagaimana menghadirkan promosi yang efektif, kreatif, dan menarik bagi wisatawan. Pemanfaatan platform *Perplexity.AI* dapat membantu menciptakan strategi promosi yang inovatif dan berbasis data. Salah satu bentuk promosi yang potensial ialah poster dengan teks persuasif yang mampu menarik perhatian serta mempengaruhi minat audiens untuk berkunjung.

Penulisan teks persuasi dalam poster promosi memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi pesan pariwisata, karena penggunaan strategi bahasa persuasif terbukti efektif dalam memengaruhi sikap dan keputusan audiens (Yuliana & Wahyudi, 2025). Proses kreatif untuk membuat teks yang menarik dan informatif seringkali menghadapi tantangan, terutama dalam pengembangan ide yang variatif dan tepat sasaran, sehingga diperlukan pendekatan inovatif dalam penulisan (Aprilia et al, 2024). Oleh karena itu, penerapan platform *Perplexity.AI* menjadi solusi signifikan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas penulisan dengan memberikan dukungan saran diksi, struktur kalimat, dan ide kreatif dalam menyusun pesan yang lebih persuasif. Dengan bantuan platform *Perplexity.AI*, penulisan teks persuasif dapat dilakukan lebih cepat dan efektif, memperkuat daya tarik media promosi pariwisata (Kurnia, 2024). Oleh karena itu, integrasi platform *Perplexity.AI* dalam penulisan poster promosi wisata sangat relevan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi promosi.

Platform *Perplexity.AI* memungkinkan proses penulisan menjadi lebih cepat dan akurat dengan memberikan saran diksi yang tepat sesuai konteks (Akhyar, Zakir, Gusli, & Fuad, 2023). Teknologi ini juga membantu menyusun struktur kalimat yang runtut dan mudah dipahami oleh target audiens. Selain itu, platform *Perplexity.AI* dapat menghasilkan berbagai ide kreatif yang relevan dengan tujuan promosi (Chen, 2021). Dalam aspek visual, platform *Perplexity.AI* mampu mengintegrasikan elemen gambar, warna, dan tipografi secara sistematis untuk meningkatkan daya tarik (Rachmawati et al., 2024). Hal ini membuat poster tidak hanya menarik dari segi teks, tetapi juga memikat secara visual. Kombinasi kekuatan teks persuasif dan visual yang memukau akan memperkuat efektivitas pesan promosi (Siregar, 2024). Dengan demikian, peluang poster promosi wisata untuk berhasil menyampaikan informasi dan membujuk audiens menjadi lebih besar.

Kabupaten Gowa membutuhkan inovasi dalam promosi destinasi wisatanya agar mampu bersaing di tingkat nasional dan internasional. Upaya promosi yang kreatif dan terarah sangat penting untuk meningkatkan daya tarik wisata daerah. Promosi yang tepat sasaran dapat memperluas jangkauan pemasaran sekaligus memperkuat citra dan identitas daerah. Pemanfaatan *Perplexity.AI* membuka peluang baru bagi pengembangan strategi promosi yang lebih efisien dan menarik. Melalui platform *Perplexity.AI*, proses pembuatan teks persuasi untuk materi promosi destinasi wisata dapat dilakukan secara inovatif untuk mencapai tujuan peningkatan kunjungan wisatawan (Ramadhan, 2025).

Dalam konteks dunia pendidikan dan pemberdayaan masyarakat, pengenalan platform *Perplexity.AI* dalam penulisan tekstual dan desain visual memberikan nilai tambah signifikan (Sari & Hidayat, 2022). Peserta didik, pelaku usaha, dan komunitas lokal dapat diberdayakan untuk mengembangkan keterampilan digital yang esensial dalam era modern ini (Mawardi, 2025). Dengan demikian, program pengabdian masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan platform *Perplexity.AI*

memiliki dampak ganda, baik untuk pemberdayaan sumber daya manusia maupun pengembangan pariwisata.

Selain penggunaan platform *Perplexity.AI* alat yang canggih, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini juga mendorong kreativitas dan berpikir kritis. Teknologi platform *Perplexity.AI* juga memungkinkan analisis data digital dalam pengukuran efektivitas promosi destinasi wisata. Dengan mampu memantau respons masyarakat melalui data interaksi di media sosial secara *real time*, pelaku promosi dapat melakukan optimalisasi pesan agar lebih efektif dan sesuai dengan tren yang berkembang.

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini, penggunaan platform *Perplexity.AI* diarahkan kepada mitra pengabdian yang merupakan agen perubahan dalam mempromosikan destinasi wisata. Melalui pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini, mitra belajar menguasai teknologi sekaligus menerapkan pengetahuan dalam konteks nyata, yaitu pengembangan promosi pariwisata di kabupaten Gowa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas promosi destinasi wisata Kabupaten Gowa dan peningkatan kompetensi digital mitra melalui integrasi pada penulisan teks persuasi dalam bentuk poster.

6 Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di SMA Negeri 9 Gowa sebagai mitra pengabdian. Kegiatan ini didesain dalam bentuk pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 2-3 Oktober 2025. Peserta pelatihan adalah siswa-siswi yang berjumlah 36 orang. Siswasiswi tersebut dipilih berdasarkan minat terhadap literasi digital, promosi wisata, dan teknologi. Proses penentuan peserta dilakukan melalui koordinasi dengan pihak sekolah rekomendasi dari guru bidang mata pelajaran Bahasa Indonesia.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan (SMA Negeri 9 Gowa)

Dalam pelaksanaan, tahap persiapan diawali dengan koordinasi tim pelaksana bersama pihak sekolah untuk memastikan seluruh kebutuhan seperti materi pelatihan, laptop, koneksi internet, serta *Perplexity.AI* untuk desain poster dan penulisan siap digunakan. Sesi pelatihan mencakup pengenalan *Perplexity.AI* dalam penulisan teks persuasi serta penerapan teknik penulisan persuasif yang efektif, dilanjutkan oleh praktik penggunaan *Perplexity.AI* secara langsung dalam pembuatan poster destinasi wisata. Peserta juga mendapatkan pendampingan intensif dari tim pengabdian, mulai dari perancangan konsep, penulisan teks persuasi, hingga penyelesaian desain dan presentasi hasil karya secara berkelompok sebagai bentuk implementasi keterampilan yang telah diperoleh.

Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui beberapa indikator penting, yaitu meningkatnya keterampilan peserta dalam memanfaatkan *Perplexity.AI* untuk penulisan teks persuasi, kreativitas desain poster yang memenuhi standar promosi wisata, efektivitas promosi wisata dan peningkatan literasi digital peserta. Evaluasi Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) melalui beberapa langkah. Pertama, dilakukan *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur keterampilan peserta dalam

menulis teks persuasi. Penilaian kreativitas desain poster dinilai dengan menggunakan rubrik yang mencakup aspek orisinalitas, kejelasan pesan, daya tarik visual, serta kesesuaian dengan tema promosi destinasi wisata. Efektivitas pesan promosi wisata dianalisis melalui uji respons audiens pada unggahan poster promosi wisata di media sosial. Sedangkan peningkatan literasi digital dievaluasi melalui survei literasi digital dan pengamatan praktik langsung penggunaan *Perplexity.AI* selama sesi pelatihan dan pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan melibatkan tim pengabdian Universitas Negeri Makassar yang membekali peserta dengan keterampilan menulis teks persuasi yang efektif, khususnya dalam format poster promosi wisata. *Perplexity.AI* dimanfaatkan untuk membantu proses kreatif penulisan, mulai dari penyusunan ide, pemilihan diksi, hingga pengemasan pesan persuasi secara visual dalam bentuk poster digital. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, keterampilan dalam menyusun gagasan, memilih kata yang memikat, dan mengemasnya secara visual meningkat secara signifikan setelah menggunakan *Perplexity.AI*. Proses penulisan menjadi lebih efisien karena *Perplexity.AI* menyediakan saran struktur kalimat, dan koreksi otomatis. Sehingga produk akhir poster promosi destinasi wisata menjadi lebih menarik, komunikatif, dan mampu meningkatkan minat audiens terhadap destinasi wisata yang dipromosikan.

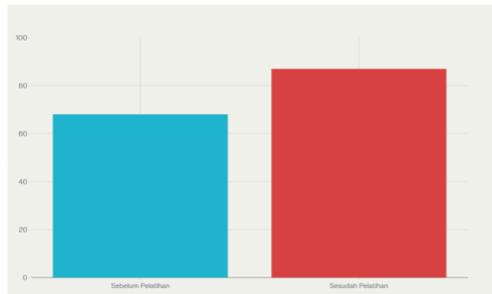


Gambar 2. Antusiasme Peserta Mengikuti Kegiatan Pelatihan

1. Keterampilan Menulis Teks Persuasif

Sebelum pelatihan, rata-rata skor peserta dalam penulisan teks persuasi adalah 68 dari skala 100. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih mengalami kesulitan dalam mengorganisasi gagasan secara efektif dan memilih diksi yang tepat untuk menghasilkan pesan yang memikat. Hal ini mengindikasikan kebutuhan dukungan agar proses penulisan menjadi lebih terstruktur dan menghasilkan tulisan yang lebih persuasif untuk keperluan promosi wisata.

Setelah mengikuti pelatihan yang memanfaatkan *Perplexity.AI* terjadi peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta. Rata-rata skor mereka mengalami peningkatan menjadi 87. Hal ini menunjukkan peningkatan kualitas tulisan yang cukup tajam. Keberhasilan ini dipengaruhi oleh keterampilan peserta dalam memanfaatkan fitur *Perplexity.AI* sebagai alat bantu untuk menyusun ide secara kreatif dan inovatif. Mereka tidak sekedar menerima hasil *Perplexity.AI* tetapi juga melakukan modifikasi dan pengembangan ide agar sesuai dengan konteks lokal dan karakteristik destinasi wisata yang dipromosikan. Dengan demikian, pelatihan yang mengintegrasikan *Perplexity.AI* dalam penulisan teks persuasi dalam bentuk poster promosi destinasi wisata tidak hanya meningkatkan skill teknis, tetapi juga mendorong kreativitas peserta sekaligus meningkatkan kepercayaan diri mereka. Berikut adalah grafik yang menggambarkan perubahan skor rata-rata peserta dalam penulisan teks persuasi sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan.



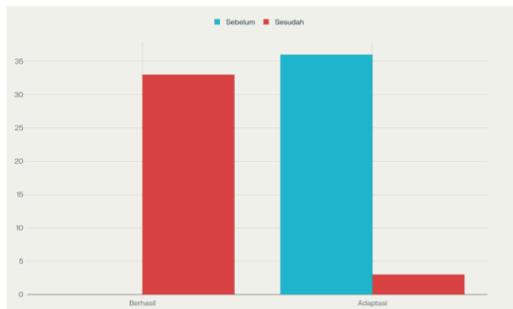
Gambar 2. Grafik Skor Rata-Rata Peserta dalam Penulisan Teks Persuasi Sebelum dan Sesudah Mengikuti Pelatihan

2. Kreativitas Desain Poster

Sebelum mengikuti pelatihan, dari total 36 peserta sebagian besar masih mengalami kesulitan dalam membuat poster promosi wisata yang efektif dan menarik. Mereka kurang mampu memadukan unsur visual yang menarik dengan teks persuasi yang dapat mengundang minat audiens. Proses desain poster masih sering terlihat kaku, dan kurang menonjolkan identitas lokal Kabupaten Gowa. Sehingga hasil karya kurang unik dan kurang mampu menggugah perhatian target promosi wisata.

Setelah pelatihan yang mengintegrasikan *Perplexity.AI* sebagai alat bantu kreatif, sebanyak 33 dari 36 peserta atau sekitar 91% mampu merancang poster unik yang berhasil memadukan elemen visual menarik, dan teks persuasi. Poster yang dihasilkan tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara jelas dan persuasif, meningkatkan daya tarik promosi destinasi wisata yang mereka promosikan.

Tiga siswa yang tersisa masih berada pada tahap adaptasi dalam menggunakan *Perplexity.AI*. Namun kemajuan yang mereka tunjukkan tetap positif. Mereka mulai memahami konsep pemilihan warna, layout yang efektif, serta integrasi teks persuasi yang berisi ide-ide kreatif untuk promosi wisata. Berikut adalah grafik yang memperlihatkan jumlah peserta yang berhasil dan yang masih dalam tahap adaptasi dalam merancang poster promosi destinasi wisata sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan pelatihan.



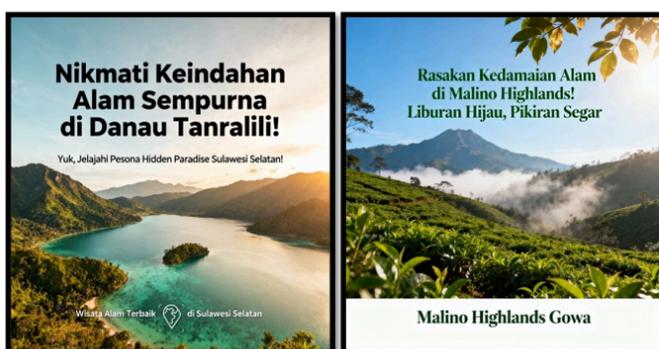
Gambar 3. Grafik Jumlah Peserta yang Berhasil dan yang Masih Dalam Tahap Adaptasi dalam Merancang Poster Promosi Destinasi Wisata Sebelum dan Sesudah Mengikuti Kegiatan Pelatihan

3. Efektivitas Promosi Wisata

Poster hasil karya peserta pelatihan dipublikasikan secara luas melalui media sosial sekolah. Setiap unggahan poster disesuaikan dengan karakteristik audiens media sosial. Sehingga penyebarannya menjangkau kalangan pelajar, orang tua, dan masyarakat umum yang tertarik dengan perkembangan wisata di Kabupaten Gowa.

Setelah dipublikasikan, terjadi peningkatan signifikan dalam respons masyarakat digital terhadap karya poster promosi wisata yang dihasilkan peserta pelatihan. Hal ini dapat diamati dari bertambahnya jumlah *likes*, *shares*, dan komentar positif pada setiap postingan yang diunggah. Interaksi yang aktif menunjukkan adanya apresiasi dan ketertarikan masyarakat terhadap konten promosi wisata Kabupaten Gowa yang kreatif. Berbagai umpan balik yang diterima menyoroti tingginya kreativitas pesan serta visual dari poster tersebut.

Audiens memberikan pujian khusus pada inovasi desain dan gaya komunikasi yang lebih modern dibandingkan dengan promosi konvensional sebelumnya. Setiap poster dianggap mampu menyampaikan pesan secara singkat, jelas, dan menginspirasi untuk mengunjungi destinasi wisata unggulan Kabupaten Gowa. Dengan respons positif ini, peserta menjadi semakin termotivasi untuk terus berkarya dan berinovasi. Peningkatan keterampilan peserta dalam membuat konten promosi digital membuktikan bahwa penggunaan teknologi serta pemanfaatan media sosial secara tepat dapat memberikan dampak nyata dalam mendukung keberhasilan promosi destinasi wisata daerah.



Gambar 4. Contoh Karya Poster Promosi Destinasi Wisata Kabupaten Gowa yang Dihasilkan Peserta Pelatihan

4. Peningkatan Literasi Digital

Sebanyak 36 peserta yang mengikuti pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan yang signifikan dalam menggunakan *Perplexity.AI* untuk mendukung kreativitas dan produktivitas mereka. Mereka menjadi lebih terampil dalam mengoperasikan *Perplexity.AI* serta menyesuaikan output yang dihasilkan agar sesuai dengan kebutuhan promosi destinasi wisata.

Selain kemampuan teknis, peserta juga belajar menganalisis data interaksi digital yang dihasilkan dari publikasi poster promosi destinasi wisata Kabupaten Gowa di media sosial. Melalui analisis ini, mereka dapat memahami bagaimana audiens merespons berbagai pesan dan desain yang dibuat. Pemahaman terhadap data ini sangat membantu peserta pelatihan dalam mengevaluasi kekuatan dan kelemahan dari setiap kampanye promosi digital yang mereka jalankan.

Salah satu aspek penting yang dipelajari peserta adalah penggunaan fitur analisis sentimen dalam *Perplexity.AI*. Dengan fitur ini, siswa dapat mengidentifikasi sentimen positif, negatif, atau netral dari komentar dan umpan balik dari masyarakat. Hal ini memungkinkan mereka melakukan

optimalisasi pesan dengan cara yang lebih terarah dan strategis. Sehingga pesan promosi destinasi wisata menjadi lebih efektif dan diterima baik oleh target audiens.

Lebih jauh, keterampilan ini juga melatih peserta untuk berpikir kritis dalam menilai data dan hasil kampanye digital yang mereka lakukan. Mereka menjadi mampu mengeksplorasi data digital secara analitis. Sehingga tidak hanya membuat konten kreatif tetapi juga mengambil keputusan berbasis data untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi promosi. Pelatihan ini membekali peserta tidak hanya dengan kemampuan teknis *Perplexity.AI* tetapi juga pemahaman analitik terhadap media digital sebagai platform promosi destinasi wisata. Hal ini dapat meningkatkan kesiapan peserta pelatihan menghadapi tantangan dunia digital masa kini, sekaligus membuka peluang untuk berinovasi dalam menyampaikan pesan promosi destinasi wisata yang lebih relevan dan berdampak.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang mengintegrasikan *Perplexity.AI* dalam pelatihan penulisan teks persuasi untuk poster promosi destinasi wisata menunjukkan hasil yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi peserta. Berdasarkan hasil evaluasi, terjadi peningkatan skor rata-rata dari 68 menjadi 87, yang merefleksikan perbaikan substansial dalam keterampilan menulis teks persuasi dan kemampuan mengolah pesan promosi kreatif. Temuan ini menegaskan efektivitas *Perplexity.AI* dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan berpikir kritis peserta Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam menulis teks persuasi promosi destinasi wisata. *Perplexity.AI* mendukung proses penulisan dengan memberikan umpan balik yang memperkuat struktur argumen serta kualitas bahasa, sehingga peserta dapat menghasilkan teks yang lebih meyakinkan dan persuasif. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Budiharjo et al (2022) bahwa penggunaan *Perplexity.AI* dalam penulisan teks persuasif mampu mengembangkan keterampilan berpikir analitis dan kreativitas, yang sangat penting dalam menyusun pesan persuasi yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan potensial.

Keberhasilan 91% peserta Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dalam menghasilkan poster kreatif yang efektif serta mendapatkan respons positif di media sosial memperkuat bukti bahwa kolaborasi antara teknologi *Perplexity.AI* dan kreativitas peserta menghasilkan karya yang komunikatif dan adaptif terhadap tren digital. Hasil tersebut sejalan dengan temuan Deike (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan alat *Perplexity.AI* dalam penulisan promosi digital mampu meningkatkan daya tarik konten dan keterlibatan audiens. Dengan demikian, Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini tidak hanya menghasilkan karya promosi yang menarik, tetapi juga meningkatkan kompetensi peserta dalam memahami perilaku audiens online.

Poster hasil karya peserta Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dipublikasikan melalui media sosial sekolah menunjukkan efektivitas tinggi dalam menjangkau dan menarik perhatian audiens yang tertarik dengan wisata Kabupaten Gowa. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Widagdo (2022) yang menunjukkan bahwa promosi wisata berbasis media sosial mampu meningkatkan visibilitas dan ketertarikan masyarakat terhadap destinasi lokal melalui konten kreatif yang disesuaikan dengan perilaku pengguna. Pujian khusus terhadap inovasi desain dan gaya komunikasi modern pada poster memperkuat bukti bahwa teknologi digital dan media sosial merupakan alat strategis yang efektif dalam mendukung keberhasilan promosi destinasi wisata. Motivasi peserta yang meningkat dan peningkatan keterampilan dalam membuat konten promosi digital menunjukkan dampak positif dari kolaborasi teknologi dan kreativitas peserta dalam konteks promosi destinasi wisata. Selain peningkatan dalam aspek teknis, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini juga berdampak positif terhadap penguatan literasi digital peserta. Melalui interaksi dengan *Perplexity.AI*, peserta belajar mengidentifikasi informasi yang relevan, memanfaatkan prompt secara efektif, dan menginterpretasikan hasil keluaran *Perplexity.AI* secara kritis. Temuan ini sejalan Hasil penelitian Chou & Lee (2022), yang menyatakan bahwa penerapan *Perplexity.AI* dalam kegiatan pembelajaran dan pelatihan berbasis media digital dapat meningkatkan kemampuan literasi informasi dan berpikir analitis.

Kesimpulan dan Saran

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) integrasi *Perplexity.AI* pada penulisan teks persuasi dalam bentuk poster berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam promosi destinasi wisata secara signifikan. Rata-rata skor menulis teks persuasi mengalami peningkatan dari 68 menjadi 87. Hal tersebut menunjukkan peningkatan keterampilan dalam penyusunan ide, pemilihan diksi, dan kepercayaan diri. Selanjutnya, sebanyak 91% peserta juga mampu membuat poster promosi wisata yang kreatif, memadukan teks dan visual dengan baik. Publikasi poster di media sosial mendapat respons positif melalui peningkatan *likes*, *shares*, dan komentar, menandakan efektivitas promosi destinasi wisata Kabupaten Gowa. Selain itu, literasi digital peserta meningkat melalui pemanfaatan fitur analisis sentimen dan data interaksi. Secara keseluruhan, pelatihan ini efektif mengembangkan keterampilan teknis, kreativitas, dan kemampuan analitis peserta dalam promosi wisata berbasis teknologi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi atas hibah Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini dengan baik. Penghargaan dan rasa terima kasih juga ditujukan kepada Rektor Universitas Negeri Makassar yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi sepanjang pelaksanaan program. Tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Ketua Lembaga LP2M Universitas Negeri Makassar serta seluruh pihak di SMA Negeri 9 Gowa yang telah menyediakan fasilitas, melakukan pemantauan, serta evaluasi secara konsisten sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dapat berjalan secara lancar hingga selesai.

Referensi

- Akhyar, M., Zakir, S., Gusli, R. A., & Fuad, R. (2023). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Perflexity AI dalam penulisan tugas mahasiswa pascasarjana. *Idarab Tarbiyah: Journal of Management in Islamic Education*, 4(2), 219-228.
- Aprilia, F., Neisya, N., & Aulia, A. Y. (2024). Destination Brand Awareness: Penerapan Creative Writing di Era Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Bima Darma*, 4(1), 15-24.
- Budiharjo, B., Nuraeni, A., Saptaningsih, N., Murti, B. D., & Rusjayanti, A. (2022). Persuasion in Tourism Promotion Bilingual Texts: The Importance of Syntactic Forms and Choices. *Leksema: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 7(1), 1-12.
- Chen, Y. (2021). Strategi Pemasaran Berbasis Kecerdasan Buatan Untuk Meningkatkan Kreativitas dan Interaksi Konsumen. *Journal of Marketing and AI Studies*.
- Chou, P.-N., & Lee, C.-Y. (2022). Enhancing Information Literacy and Analytical Thinking Through Perplexity.AI in Digital Media-Based Learning. *Journal of Educational Technology & Society*, 25(4), 150-164.
- Deike, M. (2024). Evaluating The Performance of ChatGPT and Perplexity AI in Business Reference. *Journal of Business & Finance Librarianship*, 29(2), 125-154.
- Kurnia, K. (2024). Meningkatkan Penulisan Konten Instagram Untuk Promosi Pariwisata Dengan Teknik Menulis Kreatif. *Jurnal Diajar*, 7(2), 50-60.
- Mawardi, V. C. (2025). Pendampingan Pembuatan Materi Sekolah Dasar dengan Teknologi AI Perplexity. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Patia, N., Maulidiyah, A., Bahijah, I., Wongso, O., Irene, P. D., & Rahmawati, E. (2025). The Use of Perplexity AI in Academic Writing. *Wabana Pedagogik: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 7(1), 32-35.
- Rachmawati, I., Rosyid, D. F., Parman, S., Solihah, Y. A., & Putra, G. M. (2024). Penerapan Artificial Intelligence pada Media Desain Grafis Menggunakan Analisis Interpretasi Edmund Feldman. *Jurnal Digi: Digital of Information Technology*, 14(1), 66-78.

- Sari, D. K., & Hidayat, A. (2022). Implementasi Perplexity AI dalam Bidang Pendidikan: Nilai Tambah untuk Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(2), 45-53.
- Sekar, P. (2025). *Perplexity AI: Artificial Intelligent Chatbot Technology*. IT Telkom University Information System.
- Setyowati, P. A., Sufanti, M., & Rahmawati, L. E. (2024). Pemanfaatan Perplexity.AI sebagai Instrumen Asesmen Diagnostik Produk Puisi Kelas VIII SMP. *Kajian Linguistik dan Sastra*, 9(2), 132-149.
- Siregar, F. Y. (2025). Efektivitas Teks Persuasif dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di Platform TikTok. *Linguistik, Terjemahan, Sastra (LINGTERSA)*, 6(2), 88-92.
- Situmorang, H. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Aplikasi Perplexity Berbasis AI Terhadap Keterampilan Menulis Teks Eksplanasi Siswa SMP kelas VIII. *Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 4(2), 425-434.
- Widagdo, Y. M. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Wisata di Taman Wisata Omah Trasan Desa Trasan Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten. *BENGAWAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2, 32-43.
- Yuliana, R., & Wahyudi, A. (2025). Strategi Bahasa Persuasif Dalam Wacana Promosi Pariwisata Digital: Kajian Stilistika dan Pragmatik Pada Instagram Desa Wisata. *Jurnal Lateralisasi*, 13(1), 23-34.

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----|---|-----|
| 1 | Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper | 1% |
| 2 | bajangjournal.com Internet Source | 1% |
| 3 | kumparan.com Internet Source | 1% |
| 4 | jurnal.borneo.ac.id Internet Source | <1% |
| 5 | ejournalmalahayati.ac.id Internet Source | <1% |
| 6 | journal.ubb.ac.id Internet Source | <1% |
| 7 | ojs.unm.ac.id Internet Source | <1% |
| 8 | azramedia- indonesia.azramediaindonesia.com Internet Source | <1% |
| 9 | journal.widyakarya.ac.id Internet Source | <1% |
| 10 | www.pelatihan-osn.com Internet Source | <1% |
| 11 | www.researchgate.net Internet Source | <1% |

12 Muhammad Rizal Nur Irawan. "The Influence of Beauty Vlogger as A Marketing Influencer, Brand Trust and Brand Image on The Decision to Purchase Ms Glow Beauty Product in The Shopee Marketplace", Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, 2023
Publication <1 %

13 ejournal.sisfokomtek.org
Internet Source <1 %

14 ft.unand.ac.id
Internet Source <1 %

15 repositori.uin-alauddin.ac.id
Internet Source <1 %

16 Sakaria Sakaria, Usman Usman, Gusti Putri Milenia. "Pengaruh Metode Debat Terhadap Keterampilan Menulis Teks Eksposisi", Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra, 2022
Publication <1 %

17 Salsabila Sholawati, Syahria Anggita Sakti. "IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN NILAI MORAL PADA ANAK KELOMPOK B", Abata : Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, 2025
Publication <1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On