

**PENGUNAAN MEDIA EDUKASI BULETIN PADA TOPIK *EYE MAKEUP* BERBASIS  
**ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)****

*Use of Artificial Intelligence (AI) Based Educational Media Bulletins on The Topic of Eye  
 Makeup*

**Hanna Nurul Husna\* , Amaira Utami, Ai Nurlaelasari Rusmana, Riana Nurismawati,  
 Putra Habib Dhitareka**

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Pendidikan Indonesia  
 Jalan Dr. Setiabudi No. 229, Kota Bandung, Jawa Barat

\*Alamat Korespondensi : hannanurulhusna@upi.edu

(Tanggal Submission: 30 Oktober 2025, Tanggal Accepted : 28 Januari 2026)



<b>Kata Kunci :</b> <i>AI, Buletin, Eye        Makeup        Kesehatan        Mata Teknologi</i>	<b>Abstrak :</b> Teknologi AI telah berkembang begitu pesat. Penggunaannya dalam pendidikan sedang menjadi fokus perhatian saat ini. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai <i>eye makeup</i> dan dampaknya bagi kesehatan mata dalam bentuk media buletin. Subjek sasaran kegiatan ini adalah masyarakat yang mendapat informasi melalui <i>link Whatsapp</i> . Materi yang disampaikan melalui buletin adalah fakta dan mitos mengenai riasan mata dan kesehatan; cara memilih produk <i>makeup</i> yang aman bagi mata, serta risiko infeksi mata akibat penggunaan <i>eye makeup</i> yang tidak higienis. Konten media buletin disusun dengan bantuan AI, yang kemudian dievaluasi dan diedit kebenaran informasinya oleh penulis untuk keakuratan konten dan alur baca yang baik. Desain media dilakukan dengan menggunakan <i>Canva</i> dan aset gambar dari <i>Freepik</i> . Dari hasil kegiatan diketahui bahwa mayoritas dari partisipan pun tidak menyadari bahwa media buletin dibuat dengan mengintegrasikan teknologi AI. Selain itu, partisipan yang semuanya perempuan pun menyatakan bahwa mereka merasakan manfaat dari informasi yang disampaikan dari media buletin. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa AI dapat diintegrasikan dalam pembuatan media kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tetap menjunjung tanggung jawab dan etika.
<b>Key word :</b> <i>AI, Bulletin Eye        Makeup Eye        Health        Technology</i>	<b>Abstract :</b> AI technology has developed rapidly. Its use in education is currently a focus of attention. The purpose of this activity is to provide education to the public about eye makeup and its impact on eye health in the form of bulletin media. The target subjects of this activity are people who receive information via

Whatsapp links. The material delivered through the bulletin is facts and myths about eye makeup and health; how to choose makeup products that are safe for the eyes, and the risk of eye infection due to the use of unhygienic eye makeup. The content of the bulletin media is compiled with the help of AI, which is then evaluated and edited by the author for the accuracy of the information. The media design was carried out using Canva and image assets from Freepik. From the results of the activity, it was found that the majority of participants were not aware that the bulletin media was made by integrating AI technology. In addition, all participants, who were women, also stated that they felt the benefits of the information conveyed from the bulletin media. Thus, it can be concluded that AI can be integrated in the creation of media for community service activities while still upholding responsibility and ethics.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Husna, H. N., Utami, A., Rusmana, A. N., Nurismawati, R., & Dhitareka, P. H. (2025). Penggunaan Media Edukasi Buletin Pada Topik *Eye Makeup* Berbasis *Artificial Intelligence* (AI). *Jurnal Abdi Insani*, 13(1), 330-339. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i1.3470>

## PENDAHULUAN

Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) mengalami perkembangan pesat dari tahun ke tahun. AI pertama kali diciptakan di awal tahun 1950an oleh Alan Mathison (Chetwynd, 2024) dan diperkenalkan di tahun 1956 oleh Marvin Minsky, John McCarthy, Claude Shannon, dan Nathan Rochester dari International Business Machines Corporation (IBM) (Razack *et al.*, 2021). AI merupakan aplikasi komputer canggih yang bertugas untuk menyelesaikan tugas dan proses yang berhubungan dengan kecerdasan buatan (Razack *et al.*, 2021), meniru manusia dan melampauinya (Chetwynd, 2024). Seiring dengan kemajuannya, AI sudah diaplikasikan pada berbagai aspek kehidupan manusia seperti bidang marketing dan komunikasi visual (Amato *et al.*, 2019), penulisan artikel ilmiah (Razack *et al.*, 2021) dan populer (Subiyantoro *et al.*, 2024), dll.

Teknologi AI telah digunakan pada bidang komunikasi visual karena efisiensi dan efektifitasnya. AI dapat membantu mempercepat dan memudahkan proses pembuatan media, serta meningkatkan kualitas desain dan konten yang dihasilkan (Afrita, 2023). Misalnya sebuah perusahaan desain grafis menggunakan AI untuk membuat logo dan brosur secara otomatis. Dengan bantuan AI, mereka dapat menciptakan desain yang lebih menarik dan sesuai dengan tren terkini (Nesterenko & Olefirenko, 2023) dalam waktu yang lebih singkat (Afrita, 2023), sehingga menghemat waktu dan biaya produksi (Hicham *et al.*, 2023). Manfaat yang sama pun dirasakan pada bidang lain seperti penulisan dan publikasi. Penggunaan AI pada penulisan dan publikasi, memungkinkan untuk mengembangkan konsep "*smart publisher*" yang membantu manusia dalam menyelesaikan tugas editorial yang rumit, menganalisis data, membuat prediksi, memberikan saran berdasarkan informasi terkini (Razack *et al.*, 2021) dan bahkan bisa mengeneralisasi ide (Ma *et al.*, 2023). Hal ini tentu dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam proses pembuatan konten gambar dan tulisan.

Kosmetik atau riasan (*makeup*) merupakan produk yang sering digunakan oleh wanita untuk tampil lebih cantik. Kosmetik produk didefinisikan sebagai substansi yang dimaksudkan untuk kontak dengan bagian tubuh manusia atau dengan gigi dan *membrane mucus* dari mulut yang memiliki tujuan untuk membersihkan, memberikan wewangian, dan mengubah atau memperbaiki bau badan dan/atau melindungi mereka atau menjaganya agar dalam kondisi yang baik (Dehvari *et al.*, 2018). Keberadaan media sosial telah mendorong perkembangan penggunaan *makeup*. Melalui media ini orang akan dengan mudah berinteraksi dengan konten-konten *makeup tutorial* yang dipopulerkan oleh *beauty influencer* dan dapat dengan mudah mempraktikkannya (Cumings, 2023). Beberapa orang menganggap bahwa *makeup* mencakup keseluruhan bagian wajah. Akan tetapi untuk lebih



detailnya, FDA (*Food and Drug Administration*) telah mengelompokkan *makeup* menjadi lipstik, *blush*, *foundation*, *face powder*, *eye shadow*, *eye liner*, dan *mascara* (FDA, 2024). Topik mengenai *makeup* pada kesehatan wajah sudah banyak dibahas, tapi tidak secara spesifik membahas dampaknya terhadap kesehatan mata. Oleh karena itu, topik bahasan yang akan diangkat oleh kegiatan ini adalah tren penggunaan riasan mata (*eye makeup*).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis pada beberapa kelompok mahasiswa, ditemukan bahwa riasan mata digunakan dengan didasarkan pada keinginan untuk mengikuti tren saat ini serta keinginan untuk tampil lebih cantik. Akan tetapi, mereka jarang dan tidak pernah mencari informasi lebih jauh mengenai bagaimana cara pemakaian kosmetik yang tepat beserta informasi higienitasnya sehingga kesehatan wajah khususnya mata tetap terjaga. Berdasarkan temuan sebelumnya, diketahui bahwa beberapa wanita memiliki tingkat pengetahuan yang rendah terhadap dampak dari kosmetik terhadap kesehatan (Dehvari *et al.*, 2018) dan sangat rentan untuk terpapar efek kosmetik karena kebanyakan dari mereka tidak tertarik mencari informasi komposisi produk sebelum membelinya (Šniepienė *et al.*, 2019). Penggunaan riasan mata yang berlebihan dan tidak sehat akan memunculkan dampak negatif bagi mata seperti iritasi dan infeksi (Azizah *et al.*, 2021). Dari hasil temuan-temuan tersebut, maka penulis menganggap penting untuk dibuat media edukasi yang dapat memberikan informasi mengenai penggunaan riasan mata yang tepat dan sehat serta dampaknya bagi kesehatan.

Artikel ini berfokus pada kegiatan pembuatan media edukasi tentang penggunaan riasan mata yang tepat dan sehat dan dampaknya bagi kesehatan mata yang dikemas dalam bentuk buletin. Media ini dipilih karena media buletin memiliki kelebihan dalam penyampaian informasi secara visual dan mudah dipahami (Riswanti, 2016). Penulis pun mencoba untuk melatih kemampuan literasi membaca pada masyarakat dengan menggunakan topik yang menarik bagi mereka. Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, penulis ingin mencoba untuk mengintegrasikan dan mengimplementasikan penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses pembuatan media tersebut. Pembuatan media edukasi berbasis AI ini diharapkan dapat memberikan manfaat: memberikan *insight* kepada masyarakat bahwa teknologi AI bisa digunakan untuk membantu dalam pembuatan konten; serta produk media yang dihasilkan dari teknologi ini dapat memberikan edukasi kepada masyarakat.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan yang dilakukan adalah pembuatan media edukasi dalam bentuk buletin pada topik “Tren *Eye Make-up* (Riasan pada Mata)” serta penyebaran media edukasi melalui media sosial. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara *online* melalui *broadcast* penyebaran *link Whatsapp* grup. Kegiatan dilakukan oleh civitas akademika Program studi Pendidikan IPA. Subjek kegiatan ini adalah mahasiswa, siswa, dan umum yang sering menggunakan riasan mata yang berada dalam jangkauan *Whatsapp* grup yang dimiliki oleh tim pengabdian.

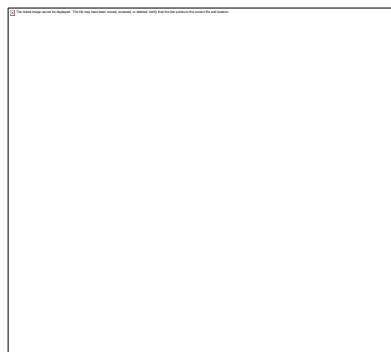
Metode yang digunakan dalam pembuatan media ini adalah kualitatif konten analisis. Kegiatan dilakukan dalam dua tahap yaitu tahap pembuatan media serta tahap edukasi. Tahapan proses pembuatan media terdiri dari: 1) analisis responden dan perumusan materi; 2) pembuatan materi edukasi; dan 3) diseminasi materi (Husna *et al.*, 2022). Tahap perumusan materi yang bertujuan untuk mengonsep materi agar bisa diterima dan dipahami oleh responden. Pada tahapan dilakukan perumusan topik dan penentuan isi. Selanjutnya adalah analisis responden yang dilakukan untuk menyesuaikan penggunaan tata tulisan, bahasa, serta *style* pada materi. Materi yang akan disampaikan adalah materi yang sering ditemukan subjek dalam kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, materi yang dipilih adalah *eye makeup* karena tema ini unik dan sangat familiar di kalangan remaja. Bentuk kegiatan ini mirip dengan penyuluhan secara langsung tapi disajikan secara daring melalui media sosial.

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan media edukasi. Penulis menggunakan Generative AI dalam proses pembuatan media ini yaitu Chat GPT (*Generative Pre-trained Transformer*) versi GPT-4 (<https://chatgpt.com/>) (OpenAI, 2025). Penggunaan AI ini ditujukan untuk membantu penyusunan konten dan pembuatan media. Meskipun AI dilibatkan dalam kegiatan ini, evaluasi, pemilihan keputusan, dan kontrol kualitas (*quality control/QC*) tetap dipegang oleh penulis. Evaluasi dan analisis konten dilakukan untuk memastikan agar tidak ada salah konsep dan miskonsepsi informasi serta untuk memastikan kesinambungan antar paragraf tetap terjaga sehingga pembaca nyaman dalam membacanya. Artikel yang sudah selesai dibuat kemudian dialihkan ke *Canva* untuk proses design. Beberapa asset yang digunakan dalam media ini menggunakan asset gratis yang diambil dari laman Freepik (<https://www.freepik.com/>).

Kegiatan selanjutnya adalah diseminasi materi. Materi diseminasikan melalui media buletin dan infografik yadisebarkan kepada masyarakat secara daring melalui *Whatsapp* grup yang terintegrasi tautan *Google Form* yang berada dalam jangkauan tim pengabdian. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif berdasarkan respons subjek terhadap media edukasi, yang meliputi respons mengenai keterbacaan media edukasi dan kebermanfaatannya penggunaan AI dalam pembuatan media edukasi pada masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Digitalisasi dan perkembangan teknologi telah membuka peluang yang sangat besar pada pendidikan. Dalam pembahasan teknologi ini, akan selalu berkaitan dengan istilah-istilah seperti *Artificial Intelligence* (AI), *Machine Learning* (ML), *Deep Learning* (DL), dan *Generative AI* (Gen AI) (Zhuhadar & Lytras, 2023). Istilah-istilah ini sering digunakan secara bergantian sehingga menimbulkan kebingungan pada penggunaannya meskipun secara karakteristik berbeda. AI adalah aplikasi komputer canggih yang bertugas untuk menyelesaikan tugas dan proses yang berhubungan dengan kecerdasan buatan (Razack *et al.*, 2021). AI memfasilitasi sistem komputasi untuk meniru perilaku seperti manusia, mulai dari eksekusi tugas dasar hingga pemecahan masalah dan pengambilan keputusan tingkat lanjut (Zhuhadar & Lytras, 2023). *Natural Language Processing* (NLP) / Pemrosesan Bahasa Alami adalah metode yang digunakan oleh *software* AI yang membuat komputer memahami, menginterpretasi, dan mengeneralisasi bahasa manusia (Chetwynd, 2024). ML, DL, dan Gen AI merupakan bagian dari AI (Purohit, 2023). Contoh dari AI adalah *virtual assistants*, *augmented reality*, dan *virtual reality*, etc. Sedangkan Gen AI merepresentasikan bagian dari DL yang didesain untuk membuat teks, gambar, atau kode berdasarkan input tulisan dan visual (Zhuhadar & Lytras, 2023). Gen AI menggunakan teknologi NLP dan *Large Language Model* (LLM) / Model Bahasa Besar untuk memahami kumpulan data yang luas, dan menghasilkan tulisan baru sesuai permintaan (Committee on Publication Ethics Council (COPE). COPE Discussion Document— English, 2021). Contoh dari Gen AI adalah *generate* gambar (*image generation*), sintesis video, dan *social media content generations* (Purohit, 2023).



Gambar 1. Perbandingan AI, ML, DL, dan Gen AI

Kegiatan yang dilakukan adalah pembuatan media berupa buletin berbasis *artificial intelligence* sebagai media edukasi kepada masyarakat. Secara spesifik jenis AI yang digunakan adalah Gen AI yaitu Chat GPT versi GPT-4. Media ini dibuat dalam bentuk *soft file* dengan topik yang diusung berkaitan dengan tren riasan mata (*eye makeup*) dan dampaknya pada kesehatan mata.

Kegiatan dilakukan dalam dua tahap yaitu tahap pembuatan media serta tahap edukasi. Tahap pembuatan media dimulai dari tahap persiapan hingga tahap pembuatan. Di tahap persiapan dilakukan identifikasi masalah dan identifikasi subjek. Masalah yang diangkat adalah maraknya penggunaan riasan mata yang tidak berbanding lurus dengan tingkat pengetahuan akan dampaknya pada kesehatan mata. Permasalahan ini diperoleh berdasarkan hasil studi pendahuluan dengan menggunakan teknik wawancara secara acak pada beberapa mahasiswa perempuan yang sering menggunakan riasan mata dalam kesehariannya. Mereka menyatakan bahwa penggunaan riasan mata adalah tren, dan bisa membuat tampilan menjadi lebih cantik. Akan tetapi, mereka tidak mengetahui bahwa penggunaan riasan mata bisa menyebabkan dampak negatif pada kesehatan mata. Dengan demikian, maka kelompok perempuan remaja dan dewasa muda pengguna riasan mata yang menjadi subjek dari edukasi ini.

Tahapan selanjutnya adalah persiapan dan pembuatan materi. Materi yang akan disampaikan berhubungan dengan *eye makeup* dan dampaknya pada kesehatan mata. Setelah penentuan materi, penulis mulai menyusun *mental picture* mengenai bagaimana alur cerita dari konten yang akan dibuat. Hal ini dilakukan sebagai panduan dalam pengambilan keputusan hasil AI nantinya. Selanjutnya, penulis menggunakan AI untuk membantu membuat *draft* artikel seperti penentuan judul, pembuatan *outline*, sampai pembuatan isi konten. Penggunaan AI bersifat membantu, sedangkan keputusan memilih, *edit*, dan *quality control* dilakukan oleh penulis sendiri. AI yang digunakan adalah Chat GPT. Chat GPT digunakan karena Gen AI ini merupakan AI yang paling sering digunakan di Indonesia. Selain itu, berdasarkan pengalaman penulis, Gen AI ini telah berkembang lebih pesat belakangan ini dan dibanding jenis Gen AI lainnya.

Penggunaan Chat GPT sebagai media pembuatan bulletin dimulai dengan penentuan *outline* dari judul “Trend Eye Makeup: Bagaimana Penggunaannya agar Mata Tetap Sehat?”. *Outline* di-*generate*, dan dihasilkan 10 sub konten. Penulis mengevaluasi sub konten yang dihasilkan dan memilih empat sub konten sesuai dengan konsep yang telah dirancang yaitu mencangkup pentingnya topik ini dibahas, fakta dan mitos, pemilihan *makeup* yang aman, serta risiko infeksi mata.

Bagian selanjutnya adalah pembuatan uraian konten. Pembuatan uraian konten dapat dihasilkan melalui *prompt*: “Buatlah konten menggunakan *outline* yang sudah ditentukan dengan *tone friendly*, uraian masing-masing sub konten memiliki 300 kata, dan berikan saran untuk gambar yang cocok untuk masing-masing sub konten jika memungkinkan!”. Konten di-*generate* oleh Chat GPT, dan uraian konten artikel dihasilkan.

Berdasarkan hasil uraian tulisan yang dihasilkan oleh AI dapat diketahui bahwa uraian konten yang dihasilkan sudah cukup bagus dan mengakomodasi *outline* yang telah ditentukan. Uraian hasil kemudian ditinjau kebenaran informasi, konsepnya, penulisan, serta kesinambungan alur antar kalimat dan paragraf. Proses peninjauan dan pengeditan ini dilakukan sebagai bagian dari kontrol kualitas (QC) terhadap isi tulisan. Penulis menemukan bahwa kalimat yang dihasilkan masih kaku walaupun *tone* tulisan yang diinginkan adalah *friendly*. Selain itu, konten yang dihasilkan masih bersifat umum misalnya pada sub “Fakta dan Mitos Mengenai Riasan Mata yang Menyehatkan”; “Pemilihan Produk *Makeup* yang Aman untuk Mata”; serta “Risiko Infeksi Mata”. Sub-sub tersebut masih dirasa kurang dalam memberikan penjelasan detail mengenai riasan mata dan dampaknya pada mata. Oleh karena itu, untuk melengkapi kekurangan dari uraian tersebut, penulis menambahkan informasi pada *draft* secara manual.

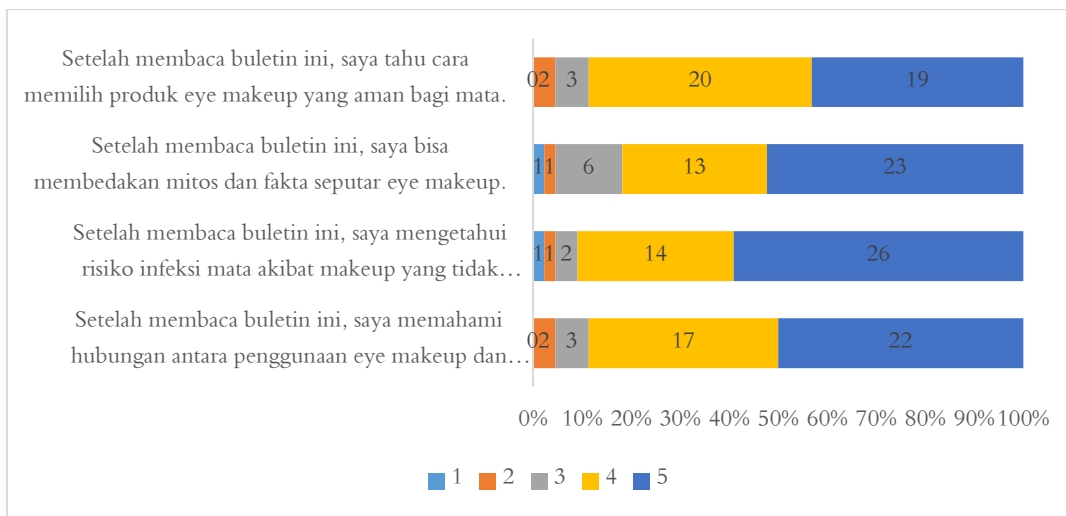
*Draft* untuk media telah dihasilkan. Tahapan selanjutnya adalah desain. Desain buletin dibuat dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Chat GPT memberikan rekomendasi deskripsi gambar yang digunakan. Penulis mencoba untuk mencari gambar tersebut melalui *Canva*, tapi tidak ditemukan

gambar yang sesuai. Oleh karena itu, penulis menggunakan penyedia gambar lain di Google dan Freepik ([www.freepik.com](http://www.freepik.com)). Tampilan dari hasil desain bulletin disajikan pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Tampilan Bulletin Berbasis AI

Setelah media bulletin telah selesai dibuat, tahapan selanjutnya adalah edukasi. Kegiatan edukasi dilakukan secara daring menggunakan tautan yang disebarakan melalui aplikasi *Whatsapp*. Respons subjek juga diperoleh secara daring menggunakan *Google Form*. Periode pengumpulan respons dilakukan selama satu minggu. Terdapat 44 orang yang semuanya Perempuan yang mengisi *form* respons. Data respons partisipan terhadap materi bulletin disajikan pada Gambar 3 di bawah ini.

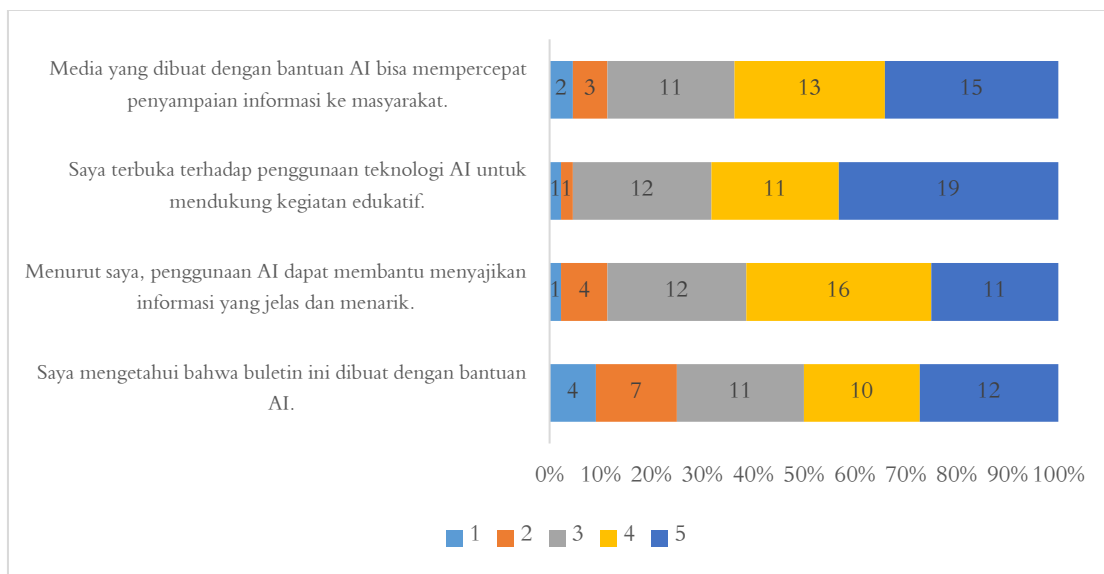


Gambar 3. Respons Partisipan Terhadap Media Edukasi Buletin

Berdasarkan diagram di atas diketahui bahwa mayoritas partisipan merasakan manfaat dari informasi bulletin *eye makeup* dan kesehatan mata. Hal ini terlihat dari jawaban mayoritas pada skala

4 dan 5 dari setiap item kuesioner yang dijawab. Hasil ini menunjukkan bahwa buletin memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan literasi peserta terkait penggunaan produk *eye makeup* dan kesehatan mata.

Media bulletin ini dibuat dengan bantuan AI dalam penyusunan konten. Peran manusia tetap dilakukan dalam melakukan evaluasi dan pengambilan keputusan dalam konstruksi media bulletin ini. Oleh karena itu, pada bulletin dicantumkan bahwa penulis adalah Chat GPT yang merupakan Gen AI dan penulis manusia sebagai evaluator, editor dan QC. Sebagai bagian dari evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat, peserta juga diminta untuk memberikan tanggapan mereka terhadap penggunaan Gen AI dalam pembuatan buletin. Tanggapan ini penting untuk melihat sejauh mana teknologi AI diterima dalam konteks edukatif, khususnya oleh kalangan muda. Respons partisipan terkait hal ini disajikan pada Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Respons Partisipan Terhadap Penggunaan AI Dalam Pembuatan Media Buletin

Berdasarkan diagram yang disajikan pada gambar di atas diketahui bahwa mayoritas peserta (68%) mengakui keunggulan AI dalam efisiensi penyampaian informasi kepada masyarakat. Respons ini sejalan dengan keberhasilan buletin dalam memberikan pemahaman mereka seperti dibahas pada diagram sebelumnya. Selain itu, 73% peserta juga menyatakan keterbukaannya mereka terhadap teknologi AI untuk tujuan edukatif. Tingkat penerimaan yang tinggi ini memperlihatkan adanya kesiapan generasi muda untuk menerima inovasi dalam proses belajar, termasuk media edukatif yang dibuat secara otomatis atau semi-otomatis. Temuan lainnya adalah adanya persepsi positif dari 66% partisipan terhadap penyampaian informasi melalui AI. Temuan terakhir yang cukup menarik adalah hampir setengah dari partisipan tidak menyadari bahwa media bulletin yang mereka baca dibuat dengan bantuan AI. Hal ini mengindikasikan bahwa kolaborasi antara manusia dan AI telah mampu menghasilkan konten yang natural dan layak dibaca.

Teknologi AI telah berkembang begitu pesat. Penggunaannya dapat diterapkan di kehidupan termasuk ke dalam bidang penulisan (Bahammam *et al.*, 2023) karena Gen AI memiliki kapasitas untuk menciptakan ide, menulis artikel lengkap, dan mengasistensi dalam setiap area dalam pembuatan artikel ilmiah (Chetwynd, 2024). Beberapa studi telah dilakukan mengenai bagaimana penggunaan AI dalam penulisan khususnya dalam penulisan akademik. Chetwynd (Chetwynd, 2024) menyatakan bahwa penggunaan AI itu menggiurkan karena dapat meningkatkan produktivitas dan efektifitas. Penelitian yang dilakukan oleh Razack (Razack *et al.*, 2021) yang menemukan bahwa AI dapat berkembang menjadi "*smart publisher*" yang memungkinkan untuk menyelesaikan tugas editorial

yang rumit, menganalisis data, membuat prediksi, memberikan saran berdasarkan informasi terkini. Temuan Afrita (Afrita, 2023) yang menyatakan bahwa AI dapat membantu mempercepat dan memudahkan proses pembuatan media, serta meningkatkan kualitas desain dan konten yang dihasilkan. Hal yang mungkin tidak semua orang ketahui adalah bahwa AI dapat digunakan untuk penulisan artikel ilmiah dan artikel populer seperti konten blog, buletin, dan infografik dll. Artikel tipe ini bertujuan untuk memberikan informasi pengetahuan kepada masyarakat mengenai bagaimana AI dapat digunakan untuk mengonstruksi gagasan dan pembuatan konten tulisan ataupun visual.

Terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian saat AI dilibatkan dalam penulisan yaitu standar etik bagi penulis dan penerbit yang sejalan dengan alat yang digunakan oleh peneliti dan penulis serta melindungi komunitas ilmiah dari informasi yang tidak benar (Chetwynd, 2024). Pro dan kontra penggunaan AI dalam penulisan terus bergulir. Beberapa sekolah, kampus, dan universitas telah melarang penggunaan AI *chatbots* karena ketakutan bahwa teknologi ini akan melemahkan pembelajaran dan integritas akademik (Hosseini *et al.*, 2023). Pertentangan ini pun dialami juga oleh editor jurnal. Beberapa editor melarang penggunaan AI dan beberapa memutuskan untuk mengadopsi atau menerapkan kebijakan penggunaan LLM dengan syarat seperti menyatakan transparansi, akuntabilitas, pengakuan yang adil, dan kejujuran (Hosseini *et al.*, 2023). Pilihan penggunaan AI yang baik, bertanggung jawab dan etis seyogyanya kembali ke pandangan masing-masing individu. Tim penulis sendiri beranggapan bahwa AI dapat dipergunakan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi penulisan selama proses konstruksi artikel dalam koridor etis dan bertanggung jawab, dalam hal ini transparan, akuntabel, adil, dan jujur.

Pernyataan ini sejalan dengan pandangan Hosseini (Hosseini *et al.*, 2023) yang berpendapat bahwa ada tiga alasan yang menentang penggunaan AI dalam penulisan artikel (khususnya di jurnal). Pertama, larangan tidak dapat dilaksanakan. Meskipun AI dilarang dan digunakan AI *detector*, penggunaan alat ini masih belum reliabel. Kedua, pelarangan penggunaan AI dapat mengarahkan pada penggunaan AI yang tidak dipublikasikan. Hal ini akan mengancam transparansi, integritas, dan menghambat penggunaan AI yang bertanggung jawab. Ketika, penggunaan AI sangat membantu bagi penulis yang tidak fasih berbahasa Inggris.

Selain dari pro kontra penggunaan AI, penulisan AI sebagai penulis pun sering menimbulkan pertentangan. Berdasarkan literatur diketahui bahwa AI tidak bisa mengonfirmasi konflik dari minat atau mengklaim hak cipta dari suatu tulisan (Bahammam *et al.*, 2023; Hosseini *et al.*, 2023). Mereka tidak bisa bertanggung jawab terhadap akurasi, ketepatan, ataupun legalitas dari konten yang mereka hasilkan (Hosseini *et al.*, 2023; O'Connor, 2023). AI seperti Chat GPT sering melakukan kesalahan yang disebut halusinasi (*fabricated content*) misalnya penyertaan referensi yang diberikan itu terlihat seperti benar dan ada tapi sebenarnya salah (Chetwynd, 2024; Granjeiro *et al.*, 2025). AI pun sering melakukan plagiasi dari hasil orang lain. Oleh karena itu, peran manusia sebagai penulis tidak dapat digantikan dalam hal ini. Penulis harus secara aktif terlibat dalam *output* yang dihasilkan (Chetwynd, 2024). Manusia berperan dalam pengambilan keputusan, analisis, dan kontrol kualitas dari konten yang dihasilkan AI. Konten yang dihasilkan masih merupakan tanggung jawab dari penulis.

Penggunaan AI dalam pendidikan tidak dapat dihindari. Manfaat yang dirasakan dari penggunaan AI dalam kegiatan ini adalah peningkatan efisiensi dan produktivitas dalam konstruksi konten. Meskipun demikian kesadaran untuk mengoptimalkan peran manusia tetap harus dijalankan sebagai pengambil keputusan, evaluator, dan editor.

Proses ini tentu tidak akan mudah. Dibutuhkan waktu, pengalaman, kemampuan, dan literasi agar seseorang mampu menggunakan AI secara bertanggung jawab dan etis. Dalam rangka membuat masyarakat memiliki literasi terhadap AI, maka diperlukan kerjasama dari berbagai pihak. Guru, akademisi, peneliti, praktisi, ataupun *stake-holder* harus memiliki literasi dan keterampilan yang mumpuni dalam penggunaan AI. Tidak hanya itu, mereka pun harus memiliki pengetahuan mengenai kelemahan, kelebihan, serta kemungkinan kesalahan penggunaan teknologi ini. Dan hal yang sangat

penting untuk diperhatikan adalah bagaimana penggunaan teknologi AI ini digunakan secara etis dan patut untuk meningkatkan produktivitas yang dalam hal ini dalam segi penulisan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa media buletin yang dikonstruksi dengan bantuan AI dapat digunakan sebagai media edukasi kesehatan mata bagi masyarakat. AI dapat diintegrasikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tetap menjunjung tanggung jawab dan etika.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrita, J. (2023). Peran Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektifitas Sistem Pendidikan. *COMSERVA : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 3181–3187. <https://doi.org/10.59141/comserva.v2i12.731>
- Amato, G., Behrmann, M., Bimbot, F., Caramiaux, B., Falchi, F., Garcia, A., Geurts, J., Gibert, J., Gravier, G., & Holken, H. (2019). AI in the media and Creative Industries. *ArXiv Preprint ArXiv:1905.04175*.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Produk Kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.73923>
- Bahammam, A. S., Trabelsi, K., Pandi-Perumal, S. R., & Jahrami, H. (2023). Adapting to the Impact of Artificial Intelligence in Scientific Writing: Balancing Benefits and Drawbacks while Developing Policies and Regulations. *Journal of Nature and Science of Medicine*, 6. [https://doi.org/10.4103/jnsm.jnsm\\_89\\_23](https://doi.org/10.4103/jnsm.jnsm_89_23)
- Chetwynd, E. (2024). Ethical Use of Artificial Intelligence for Scientific Writing: Current Trends. *Journal of Human Lactation*, 40(2), 211–215. <https://doi.org/10.1177/08903344241235160>
- Committee on Publication Ethics Council (COPE). COPE Discussion Document— English. (2021). *Artificial intelligence (AI) in decision making*.
- Cummings, E. (2023). *Beauty Content Receiving More Engagement on Social Media*. Proffedional Beauty. <https://professionalbeauty.co.uk/beauty-content-receiving-more-engagement-on-social-media>
- Dehvari, M., Ghaneian, M. T., Morowatisharifabad, M. A., Karimi, M., & Jasemizad, T. (2018). Knowledge, Attitudes and Practice of Women About Adverse Effects of Cosmetics in Yazd City, Iran. *Health Scope*, 7(1). <https://doi.org/10.5812/jhealthscope.68257>
- FDA. (2024). *Makeup*. U.S. Food and Drug Administration. <https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetic-products/makeup#:~:text=FDA regulates products that we,%2C Drug%2C and Cosmetic Act.>
- Granjeiro, J. M., Cury, A. A. D. B., Cury, J. A., Bueno, M., Sousa-Neto, M. D., & Estrela, C. (2025). The Future of Scientific Writing: AI Tools, Benefits, and Ethical Implications. *Brazilian Dental Journal*, 36. <https://doi.org/10.1590/0103-644020256471>
- Hicham, N., Nassera, H., & Karim, S. (2023). Strategic Framework for Leveraging Artificial Intelligence in Future Marketing Decision-Making. *Journal of Intelligent Management Decision*, 2(3), 139–150. <https://doi.org/10.56578/jimd020304>
- Hosseini, M., Resnik, D. B., & Holmes, K. (2023). The Ethics of Disclosing the Use of Artificial Intelligence Tools in Writing Scholarly Manuscripts. *Research Ethics*, 19(4), 449–465. <https://doi.org/10.1177/17470161231180449>
- Husna, H. N., Aprillia, A. Y., Wulandari, W. T., Idacahyati, K., Wardhani, G. A., Gustaman, F., Nurdianti, L., Indra, I., Zustika, D. S., Setiawan, F., Zain, D. N., Tuslinah, L., & Meri, M. (2022). Penggunaan Video Sebagai Media Edukasi Kesehatan Mata di Media Sosial. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 636. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.37644>
- Ma, Y., Liu, J., Yi, F., Cheng, Q., Huang, Y., Lu, W., & Liu, X. (2023). *AI vs. Human -- Differentiation Analysis of Scientific Content Generation*. <https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2301.10416>



- Nesterenko, V., & Olefirenko, O. (2023). The Impact of AI Development on the Development of Marketing Communications. *Marketing and Management of Innovations*, 14(1), 169–181. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-15>
- O'Connor, S. (2023). Open Artificial Intelligence Platforms in Nursing Education: Tools for Academic Progress or Abuse? *Nurse Education in Practice*, 66, 103537. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2022.103537>
- OpenAI. (2025). *ChatGPT (GPT-4) [Large Language Model]*. <http://chat.openai.com>
- Purohit, A. (2023, July 23). *AI, ML, DL, and Generative AI Face Off: A Comparative Analysis*. Synoptek. <https://synoptek.com/insights/it-blogs/data-insights/ai-ml-dl-and-generative-ai-face-off-a-comparative-analysis/>
- Razack, H. I. A., Mathew, S. T., Saad, F. F. A., & Alqahtani, S. A. (2021). Artificial Intelligence-assisted Tools for Redefining the Communication Landscape of the Scholarly World. *Science Editing*, 8(2), 134–144. <https://doi.org/10.6087/kcse.244>
- Riswanti, I. (2016). Media Buletin dan Seni Mural dalam Upaya Meningkatkan Pengetahuan tentang Obesitas. *Journal of Health Education*, 1(1).
- Šniepienė, G., Maniušienė, M., Jonuševičienė, J., & Žiliukas, G. (2019). Young Women's Opinions about the Use of Cosmetics and Its Impact on Health. *Reabilitacijos Mokslai: Slauga, Kineziterapija, Ergoterapija*, 1(20). <https://doi.org/10.33607/rmske.v1i20.782>
- Subiyantoro, S., Ismail, & Fauziah, S. (2024). Strategi Efektif Meningkatkan Kemampuan Guru Menulis Artikel Ilmiah Majalah Populer Berbantuan Artificial Intelligence Chatbots. *IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 5(1), 79–85. <https://doi.org/10.32585/ijeecs.v5i1.5075>
- Zhuhadar, L. P., & Lytras, M. D. (2023). The Application of AutoML Techniques in Diabetes Diagnosis: Current Approaches, Performance, and Future Directions. *Sustainability*, 15(18), 13484. <https://doi.org/10.3390/su151813484>