

Marketing Untuk Generasi Z: Pelatihan Strategi Promosi Yang Sesuai Dengan Karakter Remaja

Haidilia Maharani¹, Abdurrahman Aziz², Intania Andiyanti Suhendar³, Nur Alfa Maharani⁴

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

SUBMISSION TRACK

Submitted : 19 Desember 2025
Accepted : 22 Desember 2025
Published : 23 Desember 2025

KEYWORDS

Al-Amien Islamic Boarding School, Generation Z, Orphanage Youth, Youth Empowerment, Digital Promotion Strategy, Life Skills Training, Non-Academic Education, Creativity and Digital Adaptation, "Their Smile, Our Spirit" Program, South Tangerang.

Yayasan Al-Amien, Generasi Z, Remaja Panti Asuhan, Pemberdayaan Remaja, Strategi Promosi Digital, Pelatihan Keterampilan Hidup, Pendidikan Non-Akademik, Kreativitas dan Adaptasi Digital, Program Senyum Mereka Semangat Kita, Tangerang Selatan

CORRESPONDENCE

Phone:

E-mail:

dosen02006@unpam.ac.id¹,
aziz@gmail.com²,
intaniaandiyanti@gmail.com³,
nuralfa@gmail.com⁴

A B S T R A C T

Al-Amien Islamic Boarding School, located at MMJV+7V7, Ciater Permai Raya Residential Area, Ciater, Serpong District, South Tangerang City, Banten 15310, is an institution that accommodates children from various backgrounds, including orphans, fatherless, motherless, and underprivileged youth. Most of the children residing in this boarding school are at the junior high school (SMP) and senior high school (SMA) levels, with a diverse number of residents. This boarding school strives to meet the basic needs of its students, such as clothing, shelter, food, formal education, and spiritual guidance. However, in its implementation, there are still several limitations, particularly in the area of life skills development and non-academic activities that can holistically nurture the potential of adolescents. One aspect that has not yet been optimized is strengthening the understanding of youth regarding promotional strategies that align with their characteristics as Generation Z, who tend to be creative, adaptive, and closely connected to the digital world. Therefore, the "Senyum Mereka Semangat Kita" (Their Smile, Our Spirit) program was initiated as a tangible form of community service, focusing on training promotional strategies that are relevant and applicable for orphanage youth. This program is expected to serve as a means of empowerment, encouraging adolescents to become more confident, productive, and capable of expressing their potential in a positive manner.

A B S T R A K

Yayasan Al-Amien yang berlokasi di MMJV+7V7, Perumahan Jl. Ciater Permai Raya, Ciater, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310, merupakan lembaga yang menaungi anak-anak dari berbagai latar belakang, baik yatim piatu, yatim, piatu, maupun dhuafa. Sebagian besar anak-anak yang tinggal di yayasan ini berada pada jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA), dengan jumlah penghuni yang beragam. Yayasan pesantren ini berupaya memenuhi kebutuhan dasar para siswa, seperti pakaian, tempat tinggal, makanan, pendidikan formal, dan pembinaan rohani. Namun dalam pelaksanaannya, masih terdapat beberapa keterbatasan, khususnya dalam hal pembinaan keterampilan hidup dan kegiatan non-akademik yang dapat mengembangkan potensi remaja secara menyeluruh. Salah satu aspek yang belum optimal adalah penguatan pemahaman remaja terhadap strategi promosi yang sesuai dengan karakter mereka sebagai generasi Z, yang cenderung kreatif, adaptif, dan dekat dengan dunia digital. Oleh karena itu, program Senyum Mereka Semangat Kita hadir sebagai bentuk kontribusi nyata dalam pengabdian kepada masyarakat, dengan fokus pada pelatihan strategi promosi yang relevan dan aplikatif bagi remaja panti. Program ini diharapkan dapat menjadi sarana pemberdayaan yang mendorong remaja untuk lebih percaya diri, produktif, dan mampu mengekspresikan potensi mereka secara positif.

PENDAHULUAN

Di era digital yang terus berkembang, Generasi Z memiliki kebiasaan dan cara berinteraksi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, strategi marketing yang efektif harus disesuaikan dengan karakter dan preferensi mereka. Pelatihan yang diselenggarakan oleh Yayasan Al Amien bertujuan membekali remaja SMP hingga SMA dengan keterampilan promosi yang kreatif dan relevan, sehingga mereka mampu mengembangkan potensi diri sekaligus memahami cara memasarkan ide atau produk secara efektif di lingkungan mereka.

Yayasan Al Amien merupakan lembaga yang membina anak-anak yatim dan dhuafa dengan rentang usia sekolah menengah pertama hingga menengah atas. Meskipun fasilitas fisik sudah memadai untuk kegiatan belajar bersama, akses terhadap pelatihan keterampilan promosi dan kewirausahaan masih terbatas. Melalui program ini, Yayasan ingin membuka peluang bagi para remaja untuk mengenal dunia marketing yang sesuai dengan karakter mereka, sekaligus menanamkan kemampuan dasar kewirausahaan sebagai bekal kemandirian di masa depan.

Pelatihan ini mengedepankan metode pembelajaran yang interaktif dan praktis, mendorong para peserta untuk mengasah kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan media digital secara optimal. Diharapkan, program ini dapat menjadi langkah awal yang kuat untuk membangun kemandirian dan kesiapan mereka menghadapi tantangan dunia kerja atau wirausaha, sekaligus meningkatkan kualitas hidup anak-anak di lingkungan Yayasan Al Amien secara berkelanjutan.

Selain membekali peserta dengan kemampuan promosi, pelatihan ini juga mendorong mereka untuk mengenali potensi diri dan membangun rasa percaya diri dalam menyampaikan ide. Melalui simulasi kampanye produk, praktik membuat konten digital, dan diskusi kelompok, remaja diajak untuk aktif berpartisipasi dan berani tampil sebagai generasi yang kreatif dan komunikatif. Kegiatan ini dirancang agar mereka tidak hanya memahami teori marketing, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan nyata.

METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada 14 November 2025 di Yayasan Al-Amien. Kegiatan disusun dengan mengombinasikan presentasi interaktif, penyampaian materi, serta sesi diskusi. Tim pelaksana terdiri dari dosen Universitas Pamulang yaitu Ibu Haidilia Maharani sebagai dosen pembimbing, Intania Andiyanti Suhendar sebagai pemateri satu, Abdurrahman Aziz sebagai pemateri dua, Nur Alfa Maharani sebagai pemateri tiga, serta didukung oleh mahasiswa lainnya yang berperan dalam membantu penyelenggaraan kegiatan.



Gambar 1 Presentasi

Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

- **Persiapan:** Koordinasi dengan pihak Yayasan Al-Amien untuk menentukan jadwal, kebutuhan materi, dan peserta. Tim dosen dan mahasiswa menyusun modul pelatihan yang berfokus pada literasi keuangan, strategi pemasaran digital, dan penguatan manajemen diri.
- **Sosialisasi dan Penyampaian Materi:** Pemberian penjelasan mengenai pentingnya literasi keuangan dalam mengatur pengeluaran dan menabung, pemanfaatan pemasaran digital sebagai media promosi usaha, serta pengembangan manajemen diri untuk membentuk sikap disiplin, percaya diri, dan siap kerja.
- **Diskusi dan Konsultasi:** Sesi tanya jawab terbuka yang memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan kendala dalam mengatur keuangan pribadi, memanfaatkan media digital, serta menjaga konsistensi manajemen diri. Solusi praktis diberikan agar pelajar dapat lebih siap menghadapi dunia kerja maupun berwirausaha.
- **Evaluasi:** Mengukur tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan serta mendapatkan umpan balik untuk perbaikan kegiatan PkM di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program “Senyum Mereka, Bahagia Kita – Marketing untuk Generasi Z” memberikan sejumlah temuan penting yang mencerminkan kondisi awal peserta, proses pelatihan, serta capaian yang diperoleh setelah kegiatan berlangsung. Hasil yang diperoleh tidak hanya berupa peningkatan keterampilan teknis dalam membuat konten promosi digital, tetapi juga menunjukkan perubahan sikap, motivasi, dan kepercayaan diri remaja panti asuhan:

1. Peserta memahami prinsip dasar strategi promosi digital, termasuk branding, storytelling visual, dan komunikasi interaktif..
2. Remaja menghasilkan karya berupa video pendek, dan konten digital yang mencerminkan identitas mereka sebagai Gen Z.

3. Peserta menunjukkan peningkatan keberanian dalam menyampaikan ide dan mempresentasikan karya.
4. Pelatihan memberikan bekal praktis bagi peserta untuk mengembangkan usaha kecil atau kegiatan sosial.

Meskipun kegiatan berjalan baik, terdapat beberapa tantangan yang teridentifikasi, di antaranya keterbatasan akses teknologi di kalangan pelajar serta kebutuhan akan pendampingan lebih lanjut agar pemahaman mengenai literasi keuangan, pemasaran digital, dan manajemen diri dapat diterapkan secara berkelanjutan.

Program “Senyum Mereka, Bahagia Kita” menunjukkan efektivitas pendekatan interaktif berbasis proyek dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan promosi remaja panti asuhan. Peserta tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen gagasan kreatif.

Implementasi materi literasi keuangan, pemasaran digital, dan manajemen diri tidak hanya meningkatkan kesiapan pelajar dalam memasuki dunia kerja, tetapi juga mendorong lahirnya generasi yang mandiri, kreatif, dan memiliki daya saing dalam menghadapi tantangan wirausaha maupun persaingan global.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil memberikan bekal penting bagi pelajar di **Yayasan Al-Amien** dalam meningkatkan literasi keuangan, pemasaran digital, serta manajemen diri. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pengelolaan keuangan, pemanfaatan media digital untuk promosi usaha, serta keterampilan mengelola diri sebagai dasar kesiapan kerja maupun berwirausaha. Kolaborasi dosen dan mahasiswa Universitas Pamulang juga mencerminkan sinergi positif dalam mendukung pengembangan kapasitas generasi muda.

Untuk keberlanjutan kegiatan, beberapa hal yang dapat disarankan antara lain:

1. Program pelatihan strategi promosi digital berhasil meningkatkan literasi, kreativitas, dan kepercayaan diri remaja panti asuhan.
2. Peserta mampu menghasilkan karya promosi sederhana yang relevan dengan tren Gen Z.
3. Pelatihan memberikan bekal kewirausahaan dasar yang dapat mendukung kemandirian ekonomi di masa depan.
4. Program ini membuktikan bahwa pendekatan interaktif berbasis proyek efektif dalam menjembatani kesenjangan literasi digital remaja panti asuhan.



DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, M. T. (2020). *Pemberdayaan Remaja Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 101–110.
- Kementerian Sosial RI. (2021). *Pedoman Pengasuhan Anak di Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak*. Jakarta: Direktorat Rehabilitasi Sosial Anak.
- Kemdikbudristek. (2024). *Panduan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM)*. Jakarta: Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (Edisi ke-17). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15). Jakarta: Erlangga.
- Pratama, A. (2021). *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Kreativitas Remaja*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 9(3), 77–89.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Schroer, W. J. (2021). *Tabel Perbedaan Antar Generasi*. Diakses dari <https://socialmarketing.org>
- Suhendar, I. A., & Maharani, N. A. (2025). *Marketing untuk Gen Z: Pelatihan Strategi Promosi di Yayasan Al Amien*. Proposal PKM-PM Universitas Pamulang.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tapscott, D. (2009). *Generasi Digital: Bagaimana Generasi Internet Mengubah Dunia Anda*. Jakarta: McGraw-Hill.