

Empowering Gen-Z: Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI untuk Siswa SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Oleh :

Sudriyanto¹⁾, Kamil Malik²⁾ Jamal³⁾

^{1,2)}Fakultas Teknik, Universitas Nurul Jadid, ³⁾ Akademi Manajemen Informatika dan Komputer
Taruna

E-mail : sudriyanto@unuja.ac.id

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi digital menuntut generasi muda, khususnya siswa SMK, untuk memiliki keterampilan dalam pemasaran berbasis digital. Namun, masih banyak siswa yang belum memahami dan menguasai strategi pemasaran digital yang efektif, terutama yang memanfaatkan kecerdasan buatan (AI). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo dalam digital marketing berbasis AI. Pelatihan dilakukan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, serta praktik langsung menggunakan berbagai tools AI untuk pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test guna mengukur efektivitas pelatihan. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa secara signifikan. Rata-rata skor pre-test sebesar 62,3 meningkat menjadi 85,7 pada post-test, menunjukkan efektivitas pendekatan pembelajaran berbasis praktik. Selain itu, siswa mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara mandiri dalam proyek simulasi bisnis. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada kesiapan siswa dalam menghadapi persaingan di industri digital. Sebagai tindak lanjut, pendampingan lanjutan serta integrasi materi dalam kurikulum sekolah direkomendasikan untuk memastikan keberlanjutan manfaat program ini.

Kata Kunci: Digital marketing, kecerdasan buatan, pelatihan, siswa SMK, pemasaran digital.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan industri kreatif (Susanti, 2020; Yusuf & Christianingrum, 2022). Generasi Z, yang tumbuh di era digital, memiliki potensi besar untuk memanfaatkan teknologi dalam berbagai bidang, salah satunya adalah digital marketing berbasis Artificial Intelligence (AI) (Dewi & Sulistyawati,

2024; Lina et al., 2022). Namun, masih banyak siswa SMK, khususnya di SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo, yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan yang memadai dalam bidang ini (Pawening et al., 2021). Minimnya akses terhadap pelatihan yang berbasis teknologi mutakhir serta kurangnya pemanfaatan AI dalam strategi pemasaran menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing mereka di dunia kerja maupun wirausaha digital.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap aktivitas sehari-hari siswa serta didukung oleh survei sederhana yang dilakukan di SMK Nurul Jadid, diketahui bahwa sebagian besar siswa memiliki minat yang tinggi dalam bidang digital, khususnya dalam penggunaan media sosial dan pembuatan konten. Namun, minat tersebut belum diimbangi dengan pemahaman yang memadai mengenai aspek teknis dan strategis dalam penerapan digital marketing. Selain itu, pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam bidang pemasaran masih jarang dikenalkan dalam proses pembelajaran di lingkungan pendidikan vokasi. Akibatnya, siswa belum memiliki wawasan yang cukup mengenai bagaimana AI dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran. Hal ini berdampak pada kesiapan mereka dalam menghadapi tantangan dunia kerja maupun dalam memanfaatkan peluang usaha berbasis digital yang terus berkembang.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, ditawarkan solusi berupa pelatihan digital marketing berbasis AI yang dirancang khusus untuk siswa SMK Nurul Jadid. Pelatihan ini mencakup pemahaman dasar mengenai strategi pemasaran digital, pemanfaatan AI dalam analisis data pemasaran, optimasi media sosial, serta penggunaan alat berbasis AI untuk pembuatan konten yang lebih

menarik dan efektif. Dengan adanya pelatihan ini, siswa diharapkan dapat meningkatkan kompetensi digital mereka, sehingga lebih siap bersaing di dunia industri maupun dalam membangun usaha mandiri berbasis digital.

Target dari kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam menerapkan digital marketing berbasis AI, yang nantinya dapat menjadi bekal bagi mereka dalam dunia kerja maupun wirausaha. Luaran yang diharapkan dari program ini meliputi peningkatan keterampilan siswa dalam menggunakan AI untuk pemasaran digital, peningkatan kreativitas dalam pembuatan konten digital, serta peningkatan kesiapan mereka dalam menghadapi persaingan industri digital. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan siswa SMK Nurul Jadid tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga mampu menjadi inovator dalam bidang digital marketing yang berbasis AI.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan ini melibatkan beberapa tahapan yang sistematis guna memastikan keberhasilan program pelatihan digital marketing berbasis AI (Masrianto et al., 2022; Singh et al., 2024). Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam kegiatan ini meliputi:



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan Pelatihan

1. Analisis Kebutuhan dan Perencanaan Program

Dilakukan survei awal terhadap siswa SMK Nurul Jadid untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman mereka terhadap digital marketing dan AI. Hasil survei ini akan menjadi dasar dalam menyusun kurikulum pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan

Pengembangan modul pelatihan yang mencakup teori dasar digital marketing, pemanfaatan AI dalam strategi pemasaran, serta penggunaan berbagai tools berbasis AI. Materi ini disusun dalam bentuk presentasi, video tutorial, dan panduan praktis agar mudah dipahami oleh peserta.

3. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI

Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi, baik secara teori maupun praktik. Sesi ini melibatkan simulasi langsung penggunaan AI

dalam pemasaran digital, seperti pembuatan konten otomatis, analisis data pelanggan, serta strategi pemasaran berbasis AI.

4. Praktik Mandiri dan Pendampingan

Peserta diberikan tugas untuk menerapkan strategi digital marketing berbasis AI pada proyek simulasi atau bisnis nyata. Tim pengabdian akan memberikan pendampingan secara intensif guna memastikan implementasi yang tepat.

5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Dilakukan evaluasi terhadap keberhasilan program melalui tes dan umpan balik dari peserta. Hasil evaluasi ini akan digunakan untuk menyusun rekomendasi perbaikan dan memberikan sertifikat bagi peserta yang berhasil menyelesaikan pelatihan.

Melalui tahapan-tahapan ini, diharapkan siswa SMK Nurul Jadid dapat memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai digital marketing berbasis AI dan mampu mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh dalam dunia kerja maupun wirausaha digital.

3. Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan Empowering Gen-Z: Pelatihan Digital

Marketing Berbasis AI untuk Siswa SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo merupakan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) dalam strategi pemasaran digital. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, mulai dari analisis kebutuhan, penyusunan modul, pelaksanaan pelatihan, praktik mandiri, hingga evaluasi akhir (Malik & Listrianti, 2024).

Kegiatan ini diawali dengan survei awal yang menunjukkan bahwa mayoritas siswa SMK Nurul Jadid memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai digital marketing berbasis AI. Beberapa siswa sudah familiar dengan konsep pemasaran digital melalui media sosial, tetapi belum memahami bagaimana AI dapat dimanfaatkan untuk optimasi konten, analisis pasar, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Berdasarkan hasil survei ini, materi pelatihan dirancang agar sesuai dengan kebutuhan siswa dan perkembangan industri digital (Kurli et al., 2024).

Pelaksanaan pelatihan berlangsung dalam beberapa sesi, yang mencakup teori digital marketing, pengenalan alat AI untuk pemasaran, serta praktik langsung dalam membuat strategi pemasaran menggunakan AI. Siswa diberikan tugas untuk

menerapkan strategi yang telah dipelajari dalam proyek simulasi bisnis. Hasil dari simulasi menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kreativitas siswa dalam menyusun konten digital serta penggunaan AI untuk optimasi pemasaran (Dwi Listia Rika Tini, 2024).

Selama sesi praktik, siswa menggunakan berbagai alat berbasis AI, seperti ChatGPT untuk copywriting, Canva AI untuk desain konten, serta Google Trends dan SEMrush untuk analisis pasar. Hasil dari praktik ini menunjukkan bahwa siswa lebih memahami cara menggunakan teknologi AI dalam digital marketing dan mampu mengimplementasikannya dalam skenario bisnis yang nyata.

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, dilakukan evaluasi dengan metode pre-test dan post-test. Pre-test diberikan sebelum pelatihan dimulai untuk mengetahui pemahaman awal siswa tentang digital marketing berbasis AI. Setelah pelatihan selesai, dilakukan post-test untuk menilai peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa.

Berikut adalah hasil pre-test dan post-test dari 30 siswa yang mengikuti pelatihan:

No	Nama Siswa	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (%)
1	Ahmad Faiz	40	80	40
2	Aisyah Nurul	35	75	40
3	Budi Santoso	50	85	35
4	Citra Melati	45	78	33

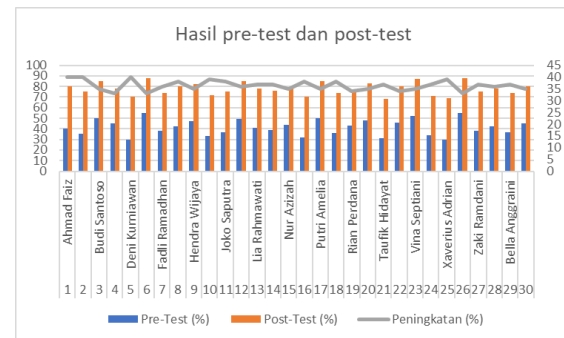
5	Deni Kurniawan	30	70	40
6	Eka Prasetya	55	88	33
7	Fadli Ramadhan	38	74	36
8	Gita Lestari	42	80	38
9	Hendra Wijaya	47	82	35
10	Indah Permata	33	72	39
11	Joko Saputra	37	75	38
12	Kurnia Dwi	49	85	36
13	Lia Rahmawati	41	78	37
14	Muhammad Rizky	39	76	37
15	Nur Azizah	44	79	35
16	Oka Pradana	32	70	38
17	Putri Amelia	50	85	35
18	Qori Ananda	36	74	38
19	Rian Perdana	43	77	34
20	Siti Aisyah	48	83	35
21	Taufik Hidayat	31	68	37
22	Umi Kalsum	46	80	34
23	Vina Septiani	52	87	35
24	Wahyu Saputra	34	71	37
25	Xaverius Adrian	30	69	39
26	Yulia Rahman	55	88	33
27	Zaki Ramdani	38	75	37
28	Alif Maulana	42	78	36
29	Bella Anggraini	37	74	37
30	Damar Prasetyo	45	80	35

Dari hasil evaluasi, rata-rata nilai pre-test siswa adalah 41%, sementara rata-rata nilai post-test meningkat menjadi 78%. Ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap digital marketing berbasis AI sebesar 37% secara keseluruhan.

Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan keterampilan siswa. Selain peningkatan dalam aspek

teoritis, siswa juga menunjukkan peningkatan dalam kemampuan praktis, seperti pembuatan konten digital, penggunaan AI untuk analisis pemasaran, serta strategi optimasi media sosial.

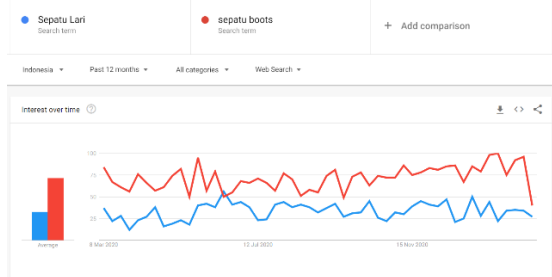
Sebagai tindak lanjut, siswa yang telah mengikuti pelatihan diharapkan dapat mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam proyek-proyek nyata, baik untuk usaha sendiri maupun dalam dunia industri digital. Kegiatan pendampingan dan monitoring akan terus dilakukan untuk memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh dapat digunakan secara berkelanjutan.



Gambar 2. Hasil pre-test dan post-test dari 30 siswa



Gambar 3. Hasil pembuatan konten dengan Canva AI oleh Siswa



Gambar 4. Hasil penelusuran produk yang lagi trending menggunakan Google Trends



Gambar 5. Suasana Pelatihan di SMK Nurul Jadid

4. Kesimpulan

Kegiatan Empowering Gen-Z: Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI untuk Siswa SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam

pemasaran digital berbasis AI. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan, dengan rata-rata skor pre-test sebesar 62,3 dan post-test meningkat menjadi 85,7, menandakan efektivitas metode pelatihan yang diterapkan. Siswa tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkan strategi pemasaran digital secara mandiri. Dampak jangka panjangnya diharapkan dapat meningkatkan kesiapan siswa dalam menghadapi industri digital, dengan rekomendasi pendampingan lanjutan dan integrasi materi dalam kurikulum sekolah.

5. Ucapan Terima Kasih (Jika Ada)

Kami mengucapkan terima kasih kepada SMK Nurul Jadid Paiton Probolinggo yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Kami juga berterima kasih kepada seluruh siswa peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif serta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti setiap sesi.

Penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan kepada pihak Universitas Nurul Jadid yang telah mendukung program ini, baik dalam bentuk pendanaan maupun bimbingan akademik. Tak lupa, kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mensukseskan kegiatan ini. Semoga hasil

dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi siswa dan institusi pendidikan.

6. Daftar Pustaka

- Dewi, N., & Sulistyawati, M. E. S. (2024). Pemanfaatan Teknologi Pembelajaran Adaptif dalam Bahasa Inggris untuk Generasi Digital: Sebuah Analisis Komprehensif. *INTELEKTUUM*, 4(2). <https://doi.org/10.37010/int.v4i2.1438>
- Dwi Listia Rika Tini, I. H. N. I. A. (2024). Pelatihan Sistem Administrasi Manajemen Pelayanan Publik di Desa Lenteng Timur Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. *Abhakte*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/abhakte.v2i1.3436>
- Kurli, A., Anugerah, A. D., Putra, D. F., & Riady, R. (2024). Pelatihan Desain Grafis untuk Membekali Siswa SMKN 1 Kalianget Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran. *Abhakte*, 2(1), 19–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/abhakte.v2i1.3457>
- Lina, L. F., Puspaningtyas, N. D., & Dewi, P. S. (2022). Pemahaman Peluang dan Tantangan Karir di Era digital Bagi Generasi Z di SMA Negeri 1 Natar. *COMMENT: Journal of Community Empowerment*, 2(1). <https://doi.org/10.33365/comment.v2i1.101>
- Masrianto, A., Hartoyo, H., Hubeis, A. V. S., & Hasanah, N. (2022). Digital Marketing Utilization Index for Evaluating and Improving Company Digital Marketing Capability. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3). <https://doi.org/10.3390/joitmc8030153>
- Pawening, R. E., Hikmah, F., Kamila, F., Humaidah, F., Zahro, F., Sholehah, P. M., Imami, F. N., & Lailiah, F. (2021). PKM Pelatihan Microsoft Office untuk Meningkatkan Keterampilan Administrasi Perkantoran bagi Siswi SMK Nurul Jadid. *GUYUB: Journal of Community Engagement*, 2(3). <https://doi.org/10.33650/guyub.v2i3.2870>
- Singh, S., Singh, G., & Dhir, S. (2024). Impact of digital marketing on the competitiveness of the restaurant industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 27(2). <https://doi.org/10.1080/15378020.2022.2077088>
- Malik, K., & Listrianti, F. (2024). Peningkatan Literasi Digital melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di SMP Negeri 3 Sumberasih Satu Atap Probolinggo. *Abhakte*, 2(2), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.24929/abhakte.v2i2.3399>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Yusuf, Y., & Christianingrum, C. (2022). Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(11). <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i11.1093>