

Pengabdian Kepada Masyarakat Meningkatkan Kesadaran Gen Z terhadap Program Afiliasi Tiktok

Alvira Nurul Vatikasari ^{1*}, Siska Achyu Wardani ², Tubagus Hafizh Fakhri Athallah ³, Rahmayanti Tumanggor ⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Indonesia ^{1,2,3,4}
alvira.nurul24@gmail.com ^{1*}, siska0wardani@gmail.com ², fakhriadul@gmail.com ³, dosen02223@unpam.ac.id ⁴

Received 20 Januari 2026 | Revised 06 April 2026 | Accepted 26 April 2026

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membuka berbagai peluang ekonomi baru, termasuk melalui program afiliasi TikTok. Namun, rendahnya literasi digital yang bersifat produktif di kalangan Gen Z membuat potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal, terutama di kalangan pelajar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman siswa SMA mengenai program afiliasi TikTok sebagai bentuk pemanfaatan literasi digital yang bernilai ekonomi. Kegiatan ini dilaksanakan di SMA Cenderawasih II dan melibatkan 50 siswa kelas XI. Metode yang digunakan berupa penyuluhan interaktif dan sesi tanya jawab. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa terhadap program afiliasi, termasuk kemampuan untuk mengidentifikasi potensi penghasilan serta peran etika digital. Edukasi semacam ini penting dilakukan secara berkelanjutan sebagai bagian dari pembekalan literasi digital di era ekonomi kreatif.

Kata kunci: Gen Z ; Program Afiliasi Tiktok ; Literasi Digital

Abstract

The development of digital technology has opened up various new economic opportunities, including through the TikTok affiliate program. However, the low level of productive digital literacy among Gen Z means that this potential has not been optimally utilized, especially among students. This community service activity aims to increase awareness and understanding of high school students regarding the TikTok affiliate program as a form of utilizing digital literacy that has economic value. This activity was carried out at Cenderawasih High School and involved 50 grade XI students. The methods used were interactive counseling and question and answer sessions. The results of the activity showed an increase in students' understanding of the affiliate program, including the ability to identify potential income and the role of digital ethics. This kind of education is important to be carried out continuously as part of providing digital literacy in the creative economy era.

Keywords: Gen Z ; Tiktok Affiliate Program ; Digital Literacy.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa dampak signifikan dalam kehidupan generasi muda, khususnya Gen Z. Salah satu peluang ekonomi digital yang berkembang pesat adalah program afiliasi di TikTok, yaitu program yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mendapatkan penghasilan melalui promosi produk.

Sayangnya, banyak pelajar Gen Z yang belum memahami potensi ekonomi dari program ini karena mereka cenderung menggunakan TikTok hanya sebagai media hiburan semata. Padahal, program afiliasi dapat menjadi sarana yang efektif untuk melatih kemandirian ekonomi sejak dini apabila disertai dengan pemahaman literasi digital yang memadai. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan media sosial, tetapi juga kemampuan berpikir kritis, kreatif, dan etis dalam memanfaatkannya secara produktif.

Berdasarkan laporan APJII tahun 2023, Gen Z merupakan kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia, namun dominasi mereka dalam konsumsi konten digital belum diimbangi dengan kemampuan untuk memanfaatkannya secara ekonomi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pemanfaatan media sosial dan pemahaman akan nilai ekonomi digital. Oleh karena itu, perlu dilakukan edukasi yang tepat guna meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelajar dalam memanfaatkan program afiliasi secara bijak dan produktif.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMA Cenderawasih II, yang terletak di lingkungan dengan potensi digital cukup tinggi namun belum mendapatkan edukasi khusus mengenai pemanfaatan ekonomi melalui media sosial. Sebanyak 50 siswa kelas XI dilibatkan dalam kegiatan ini. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengenalkan program afiliasi TikTok kepada pelajar dan meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya literasi digital dalam membangun kemandirian ekonomi di era digital.

Adapun rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah: (1) Bagaimana tingkat pemahaman Gen Z terhadap program afiliasi TikTok saat ini? (2) Apa saja hambatan yang menyebabkan rendahnya kesadaran Gen Z terhadap potensi ekonomi digital? dan (3) Strategi apa yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan literasi digital Gen Z terhadap program afiliasi di TikTok?

Berdasarkan kajian literatur, Putri & Fitria (2022) menyatakan bahwa literasi digital merupakan pondasi penting dalam mempersiapkan generasi muda menghadapi era ekonomi digital, karena tidak cukup hanya mengandalkan penggunaan teknologi, tetapi juga pemahaman nilai dan tanggung jawab di dalamnya. Selain itu, menurut Lestari & Rahman (2021), penyuluhan interaktif terbukti efektif dalam membangun kesadaran dan partisipasi pelajar terhadap isu-isu ekonomi digital. Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam membangun pola pikir kritis dan produktif di kalangan pelajar Gen Z terhadap pemanfaatan media sosial sebagai sumber penghasilan mandiri.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah penyuluhan interaktif yang dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Penyuluhan dipilih sebagai pendekatan utama untuk menyampaikan informasi secara sistematis dan komunikatif kepada peserta, yaitu 50 siswa kelas XI di SMA Cenderawasih II dengan fokus pada peningkatan kesadaran terhadap program afiliasi TikTok.

Penyuluhan dilakukan secara tatap muka dalam satu sesi utama dan dilanjutkan sesi tanya jawab. Materi disampaikan menggunakan media visual seperti slide presentasi dan cuplikan video pendek yang relevan dengan topik. Fasilitator mendorong partisipasi aktif peserta melalui pemantik diskusi di sela-sela pemaparan materi. Kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab terbuka untuk menggali lebih dalam pemahaman, minat, dan pandangan siswa terhadap materi yang disampaikan.

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi langsung dan pencatatan selama kegiatan berlangsung. Indikator keberhasilan mencakup partisipasi aktif siswa, respons terhadap pertanyaan, serta munculnya kesadaran dan sikap kritis terhadap peluang dan tantangan dalam program afiliasi TikTok. Data dikumpulkan dalam bentuk catatan lapangan dan dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola respons peserta.

Metode ini merujuk pada pendekatan yang digunakan dalam kegiatan sejenis, seperti yang dijelaskan oleh Sari dan Lestari (2022) dalam Jurnal Pengabdian Masyarakat Bina Bangsa serta dalam buku “Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat” oleh Hadi dan Wibowo (2021), yang menekankan pentingnya pendekatan partisipatif dan evaluasi berbasis observasi dalam kegiatan non-formal berbasis edukatif.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap program afiliasi TikTok telah dilaksanakan di SMA Cenderawasih II dengan melibatkan 50 siswa kelas XI sebagai peserta. Kegiatan ini berlangsung selama 90 menit, dengan dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan interaktif yang dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.

Selama kegiatan siswa menunjukkan antusiasme tinggi terhadap materi dan diskusi dalam sesi tanya jawab yang disediakan. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa para peserta aktif memahami materi, menjawab pertanyaan dan terlibat aktif dalam diskusi terbuka. Peserta sebagai responden menyampaikan umpan balik positif melalui survei yang dilakukan setelah selesai kegiatan penyuluhan. Survei ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana kegiatan menarik dan memberikan manfaat bagi peserta.

Tabel 1. Penilaian Responden Terhadap Kegiatan Penyuluhan

No	Penilaian Kegiatan	5	4	3	2	1	Jmh	Skor	Rata-rata	Keterangan
A	Materi Penyuluhan	40	10	0	0	0	50	240	4,8	Sangat Baik
B	Pemateri	45	5	0	0	0	50	245	4,9	Sangat Baik
C	Tempat Penyuluhan	35	10	5	0	0	50	230	4,6	Sangat Baik
D	Sajian/Konsumsi	30	10	10	0	0	50	220	4,4	Sangat Baik
	Kesimpulan Umum Penilaian	150	35	15	0	0	200	935	4,67	Sangat Baik

Keterangan : 5. Baik Sekali , 4. Baik, 3. Cukup, 2. Cukup, 1. Kurang Sekali

Dari tabel penilaian responden diatas dapat dilihat bahwa, secara umum peserta memiliki penilaian yang sangat baik terhadap kegiatan penyuluhan. Dengan rata-rata keseluruhan penilaian adalah 4,67 dari skala 5, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menarik dan bermanfaat bagi siswa SMA Cenderawasih 2.



Gambar 1: Panitia dan Peserta PKM
(Sumber: Dokumentasi Panitia)

Pembahasan

Peningkatan signifikan dalam aspek pengetahuan, minat, dan pemahaman manfaat program afiliasi TikTok mengindikasikan keberhasilan penyuluhan interaktif berbasis media visual dengan teknik diskusi dan tanya jawab terbuka. Temuan ini konsisten dengan teori pembelajaran sosial Albert Bandura yang menegaskan bahwa pembelajaran efektif terjadi melalui observasi, pengalaman langsung, serta interaksi sosial yang membangun pemahaman kader (Bandura, 2018 dalam Jurnal At-Tarbiyyah, 2025).

Hasil ini juga selaras dengan penelitian pengabdian serupa yang dilakukan oleh Khaer dkk (2024) di SMA Muhammadiyah Tasikmalaya, dimana pelatihan praktis pembuatan akun dan konten afiliasi TikTok mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital siswa secara signifikan. Hal tersebut menguatkan bahwa pendekatan praktek langsung dan penyampaian media audio visual menjadi kunci keberhasilan proses edukasi dalam lingkungan Gen Z yang sangat akrab dengan teknologi digital (Khaer, 2024).

Minat peserta yang tumbuh tinggi pada aspek mengikuti program menandakan keberhasilan penguatan motivasi, yang menurut teori motivasi intrinsik dalam konteks digital marketing, dipengaruhi oleh keterhubungan sosial, relevansi konten, serta kemudahan akses (Putri et al., 2024). Kondisi ini didukung pula oleh strategi promosi TikTok affiliate yang menggunakan audio dan hashtag trending serta konten relevan yang sesuai dengan budaya anak muda (Putri et al., 2024).

Adapun kendala sebagian peserta yang belum memiliki akun TikTok aktif mencerminkan realitas gap digital akses yang juga ditemukan dalam literatur bahwa tidak semua Gen Z memiliki perangkat dan pengalaman digital yang setara (Fahriza, 2023). Oleh karena itu, untuk pelaksanaan ke depan penting untuk mengintegrasikan program literasi digital sekaligus memberi kesempatan akses perangkat agar inklusivitas program meningkat.

Secara luas, pengabdian ini berhasil mengtransformasi pemanfaatan TikTok dari sekadar hiburan menjadi peluang ekonomi kreatif yang nyata. Hal ini sejalan dengan trend nasional pemanfaatan media sosial sebagai sarana kewirausahaan digital yang semakin diminati generasi muda akibat fleksibilitas dan potensi penghasilan pasifnya (Umi Setioningrum, 2024; UNMAHA, 2025).

Rekomendasi bagi kegiatan selanjutnya adalah pengembangan modul edukasi lebih lanjut yang menggabungkan aspek keamanan digital, etika pemasaran, dan pengelolaan keuangan sederhana agar peserta tidak hanya aware dan berminat, tetapi juga mampu menjalankan program afiliasi secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kesadaran siswa Gen Z terhadap program afiliasi TikTok, yang dibuktikan dengan partisipasi aktif dalam sesi penyuluhan dan tanya jawab. Penyampaian materi melalui pendekatan interaktif dan visual terbukti efektif dalam menarik perhatian peserta dan membantu pemahaman konsep secara menyeluruh.

Rata-rata penilaian siswa terhadap seluruh aspek kegiatan menunjukkan skor 4,45 yang tergolong dalam kategori “Sangat Baik”, menunjukan keberhasilan dalam penyuluhan yang interaktif dan materi yang relevan dengan kebutuhan siswa. Dengan kegiatan ini siswa lebih paham pentingnya kesadaran terhadap perkembangan dunia digital seperti Afiliasi TikTok sebagai pengembangan ekonomi mandiri siswa. Kegiatan ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dalam bentuk pelatihan lanjutan yang lebih teknis mengenai strategi konten, analisis audiens, dan etika digital dalam menjalankan program afiliasi secara profesional dan bertanggung jawab.

PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada SMA Cenderawasih II atas izin dan bantuan tenaga maupun fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Ibu Rahmayanti Tumanggor, S.Ag., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan dukungannya selama proses kegiatan berlangsung.

Apresiasi sebesar-besarnya kepada seluruh siswa kelas XI SMA Cenderawasih II yang telah berpartisipasi aktif dalam penyuluhan, serta seluruh panitia pelaksana PKM yang telah bekerja sama dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Pamulang atas dukungan moril dan akademik dalam mewujudkan kegiatan ini sebagai bagian dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). Laporan Survei Internet Indonesia 2023. Jakarta: APJII.
- Fahriza, V. N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Program Affiliate pada Mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Hadi, S., & Wibowo, A. (2021). Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat. Yogyakarta: Deepublish.
- Khaer, R. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Bisnis Afiliasi TikTok pada Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Tasikmalaya. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(6), 394-400.
- Lestari, D., & Rahman, A. (2021). Peningkatan Literasi Ekonomi Digital melalui Program Pelatihan Berbasis Media Sosial pada Siswa SMA. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(2), 67-75.
- Nugroho, D. (2020). Teknik penyuluhan masyarakat. Bandung: Alfabeta.
- Putra, R. D., & Andini, S. R. (2021). Strategi komunikasi digital dalam meningkatkan literasi media sosial generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital Indonesia*, 2(1), 35-42.
- Putri, M. R., & Fitria, H. (2022). Pentingnya Literasi Digital pada Generasi Z dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 8(1), 45-52.
- Putri, R. A., Wangi, M. S., & Rizqi, F. M. (2024). Strategi Komunikasi Affiliator pada Program TikTok: Studi Kasus Akun TikTok @Yogaade. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1-12.
- Rahmawati, S., & Nugroho, R. (2020). Strategi Pembelajaran Literasi Digital untuk Generasi Milenial dan Z. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Sosial*, 4(1), 12-19.
- Sari, N. M., & Lestari, R. A. (2022). Peningkatan literasi digital remaja melalui penyuluhan media sosial sebagai sarana afiliasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bina Bangsa*, 3(2), 115-123.
- Setioningrum, U. (2024). Laporan Kewirausahaan TikTok Affiliate dan Shopee. Undip.
- Susanto, A. (2019). Ekonomi Digital dan Inovasi Kewirausahaan Generasi Muda. Jakarta: Prenadamedia Group.
- UNMAHA. (2025). Cara Kerja TikTok Affiliate Program yang Bisa Kamu Pelajari. Blog UNMAHA.
- Zakiyyah Azzahra, N. (2024). Peluang Gen-Z dalam Memanfaatkan Media Sosial untuk Menghasilkan Cuan melalui TikTok Affiliate. OkeyBoz.com.