Krepa: Kreativitas Pada Abdimas **Vol 7 No 6 Tahun 2026**
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

EMPOWERING GEN Z THROUGH DIGITAL CREATIVITY : CONTENT CREATION DAN PERSONAL BRANDING UNTUK KEMANDIRIAN EKONOMI

Zunatun Nadiva[1], Firda Rahmayanti[2], Sabrina Amandatya Saidi[3]
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email : ip109395@gmail.com, latifaummami@gmail.com, sabrinatya9@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital membuka peluang baru bagi Generasi Z untuk mencapai kemandirian ekonomi melalui pemanfaatan kreativitas digital. Namun, masih banyak pelajar Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan memadai dalam content creation dan personal branding sebagai modal ekonomi di era digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMKN 18 Jakarta dengan tujuan memberdayakan siswa Generasi Z melalui pelatihan content creation dan personal branding guna meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan berbasis praktik, diskusi interaktif, serta pendampingan pembuatan konten digital dan strategi personal branding. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep personal branding, teknik pembuatan konten kreatif, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana peluang ekonomi. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan mampu menghasilkan konten digital yang mencerminkan identitas diri serta potensi profesional mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong kemandirian ekonomi siswa SMK melalui penguatan kreativitas dan literasi digital.

Kata Kunci : Generasi Z, content creation, personal branding, kemandirian ekonomi, pengabdian kepada masyarakat

ABSTRACT

The development of the digital economy has created new opportunities for Generation Z to achieve economic independence through the utilization of digital creativity. However, many vocational high school (SMK) students still lack adequate understanding and skills in content creation and personal branding as economic capital in the digital era. This community service activity was conducted at SMKN 18 Jakarta with the aim of empowering Generation Z students through training in content creation and personal branding to enhance their digital entrepreneurial skills. The implementation methods included socialization activities, practice-based training, interactive discussions, and mentoring in digital content creation and personal branding strategies. The results of the program indicate an improvement in participants' understanding of personal branding concepts, creative content production

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism Checker No 234.KK.443
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

techniques, and the use of social media as a medium for economic opportunities. In addition, participants demonstrated high enthusiasm and were able to produce digital content that reflects their personal identity and professional potential. This activity is expected to serve as an initial step in encouraging the economic independence of vocational high school students through the strengthening of creativity and digital literacy.
***Keywords**: Generation Z, content creation, personal branding, economic independence, community service*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada bidang ekonomi dan ketenagakerjaan. Era ekonomi digital membuka peluang baru bagi masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk menciptakan sumber penghasilan secara mandiri melalui pemanfaatan teknologi dan media digital. Generasi Z yang dikenal sebagai digital native memiliki kedekatan tinggi dengan teknologi, namun kedekatan tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan kemampuan strategis dalam mengelola potensi digital menjadi nilai ekonomi yang berkelanjutan.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang siap kerja dan siap berwirausaha. Namun, berdasarkan hasil observasi awal di SMKN 18 Jakarta, masih terdapat keterbatasan pemahaman siswa terkait pemanfaatan content creation dan personal branding sebagai peluang ekonomi. Sebagian besar siswa menggunakan media sosial hanya sebagai sarana hiburan dan komunikasi, belum sebagai media produktif yang dapat mendukung kemandirian ekonomi.

Content creation dan personal branding merupakan dua elemen penting dalam membangun eksistensi dan daya saing individu di era digital. Content creation tidak hanya berfokus pada pembuatan konten visual atau audiovisual, tetapi juga pada kemampuan menyampaikan pesan, nilai, dan identitas diri secara kreatif dan konsisten. Sementara itu, personal branding berperan dalam membentuk citra profesional individu yang dapat meningkatkan kepercayaan audiens serta membuka peluang kerja maupun kewirausahaan digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan memberdayakan siswa Generasi Z di SMKN 18 Jakarta melalui pelatihan content creation dan personal branding. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, kreativitas, serta jiwa kewirausahaan siswa, sehingga mampu mendorong kemandirian ekonomi sejak usia sekolah dan mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan dunia kerja dan industri kreatif digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif dan partisipatif, yang menempatkan siswa sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kesadaran siswa terhadap pemanfaatan content creation dan personal branding sebagai peluang

kemandirian ekonomi di era digital.

Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di SMKN 18 Jakarta dengan sasaran utama siswa SMK yang memiliki ketertarikan terhadap media sosial, kreativitas digital, serta potensi kewirausahaan. Peserta dipilih berdasarkan minat dan kesiapan mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan.

Pendekatan dan Teknik Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan menggunakan kombinasi metode penyampaian materi dan praktik langsung. Adapun teknik yang diterapkan meliputi:

- Pengenalan konsep creativepreneur dan pentingnya personal branding di era digital
- Pelatihan interaktif mengenai pembuatan konten digital yang kreatif dan bernilai ekonomi
- Diskusi kelompok dan analisis studi kasus terkait pemanfaatan media sosial
- Simulasi dan praktik langsung pembuatan konten serta perancangan identitas personal branding

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan efektif dan tepat sasaran. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

- Koordinasi dengan pihak sekolah terkait waktu, tempat, dan teknis pelaksanaan
- Pemetaan kebutuhan serta karakteristik peserta kegiatan
- Penyusunan materi pelatihan content creation dan personal branding
- Persiapan sarana, media, dan perangkat pendukung kegiatan

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan secara langsung, antara lain:

- Penyampaian materi mengenai peran Generasi Z dalam ekonomi kreatif digital
- Pengenalan jenis-jenis konten digital serta strategi membangun personal branding
- Diskusi interaktif dan pembahasan contoh konten kreatif di media sosial
- Praktik pembuatan konten digital dan penyusunan konsep personal branding sesuai minat siswa

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk mendorong siswa agar tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dalam pengembangan potensi diri dan kemandirian ekonomi.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas **Vol 7 No 6 Tahun 2026**
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa



Gambar 1.1 Kegiatan Edukasi Pencegahan Hoaks dan Disinformasi
Sumber : Dokumentasi Penulis,2025

c. Tahap Evaluasl

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas kegiatan pengabdian dan tingkat pemahaman peserta. Teknik evaluasi meliputi:

- Tanya jawab dan diskusi reflektif
- Observasi keaktifan dan hasil praktik siswa
- Pengumpulan umpan balik peserta

d. Tahap Tindak Lanjut

Tahap tindak lanjut dilakukan dengan:

- Penyusunan rekomendasi pengembangan keterampilan digital siswa
- Penyampaian hasil kegiatan kepada pihak sekolah
- Perencanaan program lanjutan berbasis literasi digital dan kewirausahaan

e. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

- Peningkatan pemahaman konsep creativepreneur
- Meningkatnya keterampilan content creation
- Meningkatnya kesadaran pentingnya personal branding
- Partisipasi aktif dan respons positif peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

1. Hasil Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMKN 18 Jakarta menunjukkan respons yang sangat positif dari para siswa. Antusiasme peserta terlihat jelas terutama pada sesi praktik pembuatan konten digital dan diskusi mengenai personal branding. Melalui kegiatan ini, siswa mulai menyadari bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai media pengembangan potensi diri dan sumber peluang ekonomi.

Setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, siswa mampu mengenali potensi dan minat pribadi, merancang konsep personal branding yang sesuai dengan karakter masing-masing, serta menghasilkan konten digital sederhana yang memiliki nilai kreatif. Capaian ini menunjukkan adanya peningkatan baik dari sisi pemahaman konseptual maupun keterampilan praktis siswa dalam bidang content creation dan personal branding.

2. Pembahasan

Pendekatan partisipatif yang diterapkan melalui praktik langsung dan diskusi interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi digital siswa. Kegiatan content creation tidak hanya mendorong kreativitas, tetapi juga melatih kemampuan berpikir kritis, komunikasi visual, serta kepercayaan diri dalam menampilkan identitas diri di ruang digital. Sementara itu, pemahaman mengenai personal branding membantu siswa membangun citra diri yang positif dan konsisten sesuai dengan tujuan pengembangan karier mereka.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan konsep creativepreneur, yang menekankan pentingnya kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai sumber nilai ekonomi. Dengan pembekalan keterampilan ini, siswa SMK tidak hanya dipersiapkan sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai individu yang memiliki potensi untuk menciptakan peluang usaha secara mandiri di era digital.

NO	Aspek yang di nilai	Sebelum Kegiatan (%)	Sesudah Kegiatan (%)
1	Pemahaman konsep creativepreneur	45	85
2	Pengetahuan content creation	40	82
3	Pemahaman personal branding	38	80
4	Kreativitas dalam membuat konten	50	88
5	Kepercayaan diri menampilkan diri di media digital	55	90

Tabel 1.1 Perbandingan Tingkat Pemahaman Peserta Sebelum dan Sesudah Kegiatan 90
Sumber : Hasil Kegiatan Pengabdian,2025

Penjelasan Tabel 1.1

Berdasarkan Tabel 1, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator yang diukur setelah kegiatan pengabdian dilaksanakan. Sebelum kegiatan berlangsung, tingkat pemahaman siswa terhadap konsep creativepreneur, content creation, dan personal branding masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana produktif belum optimal.

Setelah pelaksanaan kegiatan, terjadi peningkatan yang cukup tinggi pada seluruh aspek, khususnya pada pemahaman konsep creativepreneur, kemampuan menciptakan konten digital, serta kesadaran akan pentingnya personal branding. Peningkatan tertinggi terlihat pada aspek kepercayaan diri siswa dalam menampilkan diri di media digital, yang mengindikasikan bahwa metode praktik langsung mampu mendorong siswa menjadi lebih aktif, kreatif, dan percaya diri.
Secara keseluruhan, hasil ini membuktikan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan edukatif dan partisipatif efektif dalam meningkatkan keterampilan digital, kreativitas, serta kesiapan siswa SMK untuk berperan sebagai creativepreneur di era ekonomi digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMKN 18 Jakarta melalui pelatihan content creation dan personal branding berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta kesadaran siswa terhadap pemanfaatan media digital sebagai sarana pengembangan diri dan kemandirian ekonomi. Siswa tidak hanya memahami konsep creativepreneur secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya melalui praktik pembuatan konten dan perancangan personal branding.

Pendekatan edukatif dan partisipatif yang diterapkan terbukti efektif dalam mendorong kreativitas, kepercayaan diri, serta pola pikir kewirausahaan siswa. Hal ini tercermin dari meningkatnya kemampuan siswa dalam menciptakan konten digital yang sesuai dengan karakter dan tujuan personal, serta meningkatnya keberanian dalam menampilkan identitas diri di media digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam mempersiapkan siswa SMK menghadapi tantangan dan peluang di era ekonomi digital. Penguatan keterampilan content creation dan personal branding sejak dini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi siswa untuk mengembangkan potensi diri, menciptakan peluang usaha, dan mencapai kemandirian ekonomi secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianti, N., & Marlina, E. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana personal branding bagi generasi milenial. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 176-189.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Bergerak dari tradisional ke digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kusumaningrum, D. I., & Hidayat, Z. (2020). Strategi content creation dalam meningkatkan brand awareness di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 45-58.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.

Rampersad, H. K. (2008). *Authentic personal branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand*. Charlotte: Information Age Publishing.

Tapscott, D. (2019). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill Education.

Zimmerman, J., & Ng, D. (2021). *Social media marketing: Strategies for engaging in Facebook, Twitter & other social media*. Singapore: Cengage Learning Asia.