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

CREATIVEPRENEUR GEN Z: PENGUATAN KETERAMPILAN CONTENT CREATION DAN PERSONAL BRANDING DI ERA DIGITAL

Syakira Musdalifa Azhari[1] Agiel Muhammad[2] Elvina Julia Izzati[3]
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email : syakiraazhari56@gmail.com, agielmuhammad1@gmail.com, izzatielvina@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan content creation dan personal branding siswa SMK sebagai bagian dari penguatan jiwa creativepreneur di era digital. Perkembangan teknologi dan media sosial membuka peluang besar bagi generasi muda untuk berkarya dan berwirausaha secara kreatif. Namun, masih banyak siswa SMK yang belum memahami strategi pembuatan konten digital yang efektif serta pentingnya personal branding dalam membangun citra diri dan peluang karier.

Kegiatan ini dilaksanakan pada siswa SMK dengan metode edukatif dan partisipatif melalui sosialisasi, workshop interaktif, diskusi, studi kasus, serta praktik langsung pembuatan konten dan perancangan personal branding. Tahapan kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam membuat konten digital, mengenali potensi diri, serta membangun personal branding yang positif dan konsisten. Program ini diharapkan mampu mendorong siswa SMK menjadi generasi creativepreneur yang kreatif, adaptif, dan siap bersaing di era digital.

Kata Kunci : Creativepreneur, Gen Z, Content Creation, Personal Branding, Era Digital.

ABSTRACT

This community service activity aims to enhance vocational high school students' skills in content creation and personal branding as part of strengthening the creativepreneur mindset in the digital era. The rapid development of technology and social media has opened significant opportunities for young generations to create and engage in creative entrepreneurship. However, many vocational high school students still lack an understanding of effective digital content creation strategies and the importance of personal branding in building self-image and career opportunities.

This program was implemented for vocational high school students using an educative and participatory approach through socialization, interactive workshops, discussions, case studies, and hands-on practice in content creation and personal branding design. The stages of the activity included preparation, implementation, evaluation, and follow-up. The results indicate

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

an improvement in students' understanding and skills in producing digital content, identifying personal potential, and developing positive and consistent personal branding. This program is expected to encourage vocational high school students to become a generation of creativepreneurs who are creative, adaptive, and competitive in the digital era..
***Keywords**: Creativepreneur, Generation Z, Content Creation, Personal Branding, Digital Era*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah pola komunikasi, pemasaran, dan dunia kerja secara signifikan. Generasi Z sebagai generasi yang tumbuh di era digital memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku creativepreneur melalui pemanfaatan platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan media sosial lainnya. Melalui konten digital, individu dapat mengekspresikan kreativitas, membangun citra diri, serta membuka peluang ekonomi secara mandiri.

Siswa SMK sebagai generasi yang dipersiapkan untuk siap kerja dan berwirausaha dituntut memiliki keterampilan tambahan di luar kompetensi keahlian formal. Namun, pada kenyataannya masih banyak siswa yang menggunakan media sosial hanya sebagai sarana hiburan tanpa memahami potensi strategisnya untuk pengembangan diri dan karier. Kurangnya pemahaman tentang content creation yang berkualitas serta personal branding menyebabkan siswa belum mampu memaksimalkan peluang di era digital.

Personal branding menjadi aspek penting dalam membangun identitas dan kepercayaan publik, terutama di dunia digital yang kompetitif. Melalui personal branding yang baik, siswa dapat menampilkan keunikan, nilai, dan kompetensi diri secara konsisten. Oleh karena itu, penguatan keterampilan content creation dan personal branding perlu diberikan sejak dini agar siswa SMK mampu menjadi creativepreneur yang kreatif, inovatif, dan berdaya saing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada penguatan keterampilan content creation dan personal branding bagi siswa SMK sebagai upaya membekali generasi muda dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan pendekatan edukatif dan partisipatif untuk mendorong keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran.

1. Lokasi dan Subjek Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di salah satu SMK dengan subjek kegiatan berupa siswa SMK yang memiliki minat terhadap media sosial, kreativitas digital, dan kewirausahaan.

2. Pendekatan dan Metode

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Metode yang digunakan meliputi:

- Sosialisasi konsep creativepreneur dan personal branding
- Workshop interaktif content creation
- Diskusi kelompok dan studi kasus
- Praktik langsung pembuatan konten digital

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi:

- Koordinasi dengan pihak sekolah
- Identifikasi kebutuhan dan minat siswa
- Penyusunan materi content creation dan personal branding
- Penyiapan media dan alat pendukung

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui beberapa kegiatan, antara lain:

- Penyampaian materi tentang creativepreneur Gen Z
- Pengenalan jenis konten digital dan strategi personal branding
- Diskusi dan studi kasus konten kreatif di media sosial
- Praktik pembuatan konten dan penyusunan konsep personal branding



Gambar 1.1 Kegiatan Edukasi Creativepreneur Gen Z: Penguatan Keterampilan Content Creation dan Personal Branding di Era Digital
Sumber : Dokumentasi Penulis,2025

c. Tahap Evaluasi

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

4. 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

1. Hasil Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian menunjukkan antusiasme tinggi dari siswa SMK, terutama pada sesi praktik pembuatan konten dan diskusi personal branding. Siswa mulai memahami bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pengembangan diri dan peluang usaha.

Setelah kegiatan berlangsung, siswa mampu mengidentifikasi potensi diri, menentukan konsep personal branding, serta membuat konten sederhana yang sesuai dengan karakter dan tujuan masing-masing. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan siswa dalam bidang content creation dan personal branding.

2. Pembahasan

Pendekatan partisipatif melalui praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital siswa. Content creation dan personal branding tidak hanya meningkatkan kreativitas, tetapi juga membentuk pola pikir wirausaha dan kepercayaan diri siswa. Program ini sejalan dengan konsep creativepreneur yang menekankan kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai peluang ekonomi.

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

No	Aspek yang Dinilai	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
Sumber : Hasil Kegiatan Pengabdian,2025

Penjelasan Tabel 1.1

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek yang dinilai setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pemahaman siswa SMK terhadap konsep creativepreneur, content creation, dan personal branding masih tergolong rendah hingga sedang. Hal ini menunjukkan bahwa siswa belum sepenuhnya memahami potensi media digital sebagai sarana pengembangan diri dan peluang usaha.

Setelah mengikuti kegiatan penguatan keterampilan, terjadi peningkatan pada pemahaman konsep creativepreneur, kemampuan dalam membuat konten digital, serta kesadaran akan pentingnya personal branding. Peningkatan paling menonjol terlihat pada aspek kepercayaan diri siswa dalam menampilkan diri di media digital, yang menunjukkan bahwa kegiatan praktik langsung mampu mendorong siswa lebih berani, kreatif, dan percaya diri.

Secara keseluruhan, data pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian dengan pendekatan edukatif dan partisipatif efektif dalam meningkatkan keterampilan digital, kreativitas, serta kesiapan siswa SMK untuk menjadi creativepreneur di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Creativepreneur Gen Z memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan content creation dan personal branding siswa SMK. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai potensi media digital sebagai sarana pengembangan diri dan kewirausahaan.

Program ini mampu meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, serta kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja dan peluang usaha di era digital. Oleh karena itu, kegiatan serupa diharapkan dapat dikembangkan secara berkelanjutan dengan jangkauan peserta yang lebih luas.

baik mengenai konsep hoaks dan disinformasi, ciri-ciri informasi palsu, serta pentingnya verifikasi dan etika dalam menggunakan media digital.

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, kemampuan berpikir kritis, serta sikap bertanggung jawab peserta dalam menyikapi informasi yang beredar di media digital. Program ini juga memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah dalam upaya membangun lingkungan pendidikan yang lebih sadar literasi digital.

Dengan demikian, kegiatan pencegahan hoaks dan disinformasi melalui pendidikan literasi digital dapat menjadi langkah strategis dan berkelanjutan dalam membekali siswa menghadapi tantangan informasi di era digital. Program serupa diharapkan dapat terus dikembangkan dengan jangkauan peserta yang lebih luas serta metode evaluasi yang lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management. Pearson Education.
Nasrullah, R. (2017). Literasi digital: Teori dan praktik. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
Putri, L. P., & Prasetyo, A. (2021). Personal branding generasi muda di media sosial. Jurnal Komunikasi Digital, 5(2), 45–56.
Suryani, L., & Wibowo, A. (2022). Penguatan creativepreneur melalui media digital. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 6(1), 30–40.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework. Strasbourg: Council of Europe