Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 6 Tahun 2026

EMPOWERMENT GEN Z : PELATIHAN CONTENT CREATION DAN PERSONAL BRANDING UNTUK MENUMBUHKAN JIWA ENTERPRENEUR DIGITAL

Muhammad Ridho Raditya[1] , Aura Azahra[2] , Muhammad Alfiansyah[3]
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email : syakiraazhari56@gmail.com, auraazahra904@gmail.com, malfiansyah778@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola kerja dan peluang usaha, khususnya bagi Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan teknologi informasi. Meskipun memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, banyak siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih memanfaatkan media sosial sebatas untuk hiburan, tanpa pemahaman strategis mengenai potensi ekonomi yang dapat dikembangkan. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan Generasi Z melalui pelatihan content creation dan personal branding guna menumbuhkan jiwa entrepreneur digital. Kegiatan dilaksanakan di SMK Negeri 18 Jakarta dengan sasaran siswa kelas XI dan XII. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif melalui pemaparan materi dan diskusi interaktif yang mencakup konsep dasar pembuatan konten digital, strategi komunikasi visual, pemanfaatan media sosial, serta pembentukan citra diri yang profesional di ruang digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya perencanaan konten dan konsistensi personal branding sebagai modal utama dalam membangun peluang usaha digital. Peserta juga menunjukkan peningkatan motivasi dan kesadaran untuk memanfaatkan media sosial secara produktif dan bernilai ekonomi. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis literasi digital dan kreativitas memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir entrepreneur pada Generasi Z. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan pembelajaran non-formal yang mendukung kesiapan kerja dan kewirausahaan digital di lingkungan pendidikan vokasi.

Kata Kunci : Generasi Z; Content Creation; Personal Branding; Entrepreneur Digital; Literasi Digital

ABSTRACT

The development of the digital economy has changed work patterns and business opportunities, especially for Generation Z who grew up in an information technology environment. Despite having a high level of digital literacy, many Vocational High School (SMK) students still use social media only for entertainment, without a strategic understanding of the economic potential that can be developed. Therefore, this Community Service (PKM) activity aims to empower Generation Z through content creation and personal branding training to

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

foster a digital entrepreneurial spirit. The activity was held at SMK Negeri 18 Jakarta, targeting students in grades XI and XII. The implementation method used an educational approach through material presentation and interactive discussions that covered the basic concepts of digital content creation, visual communication strategies, social media utilization, and building a professional self-image in the digital space. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the importance of content planning and consistent personal branding as key assets in building digital business opportunities. Participants also showed increased motivation and awareness to use social media productively and economically. This activity demonstrates that digital literacy and creativity-based training plays a strategic role in shaping the entrepreneurial mindset of Generation Z. Therefore, this program is expected to become a model for developing non-formal learning that supports job readiness and digital entrepreneurship in vocational education environments.
***Keywords**: Generation Z; Content Creation; Personal Branding; Digital Entrepreneurship; Digital Literacy*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola kerja, komunikasi, dan peluang usaha, khususnya pada sektor ekonomi kreatif. Media digital tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang strategis untuk membangun identitas profesional dan menciptakan nilai ekonomi. Dalam konteks ini, Generasi Z memiliki potensi besar karena tumbuh dan berkembang bersama teknologi digital. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal, terutama dalam konteks kewirausahaan digital.

Salah satu tantangan yang dihadapi Generasi Z adalah kecenderungan sebagai pengguna pasif media sosial, tanpa pemahaman strategis mengenai pemanfaatannya sebagai sarana pengembangan karier dan usaha. Padahal, keterampilan *content creation* dan *personal branding* merupakan kompetensi kunci yang dapat mendukung kesiapan kerja dan jiwa kewirausahaan di era digital. *Content creation* memungkinkan individu menyampaikan ide, nilai, dan produk secara kreatif, sedangkan *personal branding* berperan dalam membangun citra diri yang kredibel dan profesional di ruang digital.

Sebagai lembaga pendidikan vokasi, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang adaptif terhadap perkembangan industri. SMK Negeri 18 Jakarta menjadi lokasi pelaksanaan kegiatan PKM ini karena sebagian besar siswanya aktif menggunakan media sosial, namun belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi pemanfaatan media digital secara produktif. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini difokuskan pada pelatihan teoritis *content creation* dan *personal branding* sebagai upaya menumbuhkan jiwa entrepreneur digital pada Generasi Z.

METODE PELAKSANAAN

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Empowerment Gen Z: Pelatihan Content Creation dan Personal Branding untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Digital" dilaksanakan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif peserta dalam memahami, menginternalisasi, serta menerapkan konsep *content creation* dan *personal branding* sebagai bekal pengembangan diri dan kewirausahaan digital. Melalui pendekatan ini, peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga dilibatkan dalam diskusi dan refleksi kritis terhadap praktik pemanfaatan media digital yang mereka lakukan sehari-hari.

1. Lokasi dan Subjek Kegiatan
   Kegiatan pengabdian dilaksanakan di SMK Negeri 18 Jakarta dengan subjek kegiatan berupa siswa kelas XI dan XII yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Pemilihan lokasi didasarkan pada kebutuhan mitra terhadap penguatan literasi digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial secara produktif dan bernilai ekonomi. Selain itu, karakteristik siswa SMK yang dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja dan wirausaha menjadikan sekolah ini relevan
2. Pendekatan dan Metode
   Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendidikan dan pelatihan berbasis literasi digital melalui sosialisasi, pemaparan materi, diskusi interaktif, studi kasus, dan refleksi pengalaman peserta. Pendekatan partisipatif diterapkan agar peserta tidak bersifat pasif dalam menerima materi, melainkan aktif berdiskusi, bertanya, dan mengaitkan materi dengan pengalaman penggunaan media sosial yang telah mereka miliki. Materi disusun secara kontekstual agar mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan siswa SMK di era ekonomi digital.
3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

   a. Tahap Persiapan
      Tahap persiapan meliputi:
      • Koordinasi dan perizinan dengan pihak SMK Negeri 18 Jakarta sebagai mitra pengabdian.
      • Identifikasi kebutuhan peserta terkait pemahaman *content creation*, *personal branding*, dan peluang wirausaha digital.
      • Penyusunan materi pelatihan berdasarkan kajian literatur dan kondisi aktual penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z.
      • Penyiapan media pembelajaran dan perangkat pendukung kegiatan, seperti bahan presentasi dan modul ringkas
   b. Tahap Pelaksanaan
      Tahap pelaksanaan dilakukan melalui beberapa kegiatan utama, antara lain:
      • Penyampaian materi mengenai konsep dasar *content creation*, jenis-jenis konten digital, dan peran konten dalam ekonomi kreatif.
      • Pengenalan konsep *personal branding*, termasuk pentingnya citra diri, konsistensi identitas digital, dan etika bermedia sosial.
      • Diskusi interaktif dan studi kasus terkait praktik penggunaan media sosial yang sering dilakukan oleh peserta.
      • Refleksi bersama mengenai peluang usaha digital yang dapat dikembangkan melalui konten dan personal branding.

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



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 serta tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Teknik evaluasi meliputi:

• Sesi tanya jawab dan diskusi reflektif.
• Observasi keaktifan dan partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung.
• Pengumpulan umpan balik dari peserta terkait manfaat materi dan metode pelaksanaan kegiatan.

d. Tahap Tindak Lanjut

Tahap tindak lanjut dilakukan dengan:

• Penyusunan rekomendasi penguatan pembelajaran *content creation* dan *personal branding* di lingkungan sekolah.
• Penyampaian hasil kegiatan dan masukan kepada pihak sekolah sebagai mitra pengabdian.
• Perencanaan kerja sama berkelanjutan antara perguruan tinggi dan sekolah dalam pengembangan kewirausahaan digital siswa.

4. Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur melalui beberapa indikator, yaitu:

• Meningkatnya pemahaman peserta terhadap konsep *content creation* dan *personal branding*.
• Meningkatnya kesadaran peserta mengenai potensi media digital sebagai sarana pengembangan diri dan peluang usaha.
• Munculnya motivasi dan sikap positif peserta dalam membangun identitas digital yang profesional.
• Tingginya partisipasi dan respons aktif peserta selama kegiatan pelatihan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di SMK Negeri 18 Jakarta menghasilkan beberapa capaian yang menunjukkan efektivitas pelatihan *content creation* dan *personal branding* dalam meningkatkan kesiapan siswa menghadapi era digital. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi, khususnya pada sesi diskusi dan tanya jawab yang membahas pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep dasar *content creation*. Peserta mulai memahami bahwa pembuatan konten digital tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga memerlukan perencanaan, penentuan tujuan, pemahaman audiens, serta konsistensi pesan. Selain itu, siswa mampu mengidentifikasi jenis-jenis konten yang memiliki potensi nilai ekonomi dan relevan dengan tren media digital saat ini.

Pada aspek *personal branding*, siswa menunjukkan peningkatan kesadaran akan pentingnya membangun citra diri yang positif dan profesional di media sosial. Peserta memahami bahwa identitas digital yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan, baik dari calon mitra, audiens, maupun peluang kerja dan usaha. Hal ini terlihat dari respons siswa yang mulai merefleksikan kembali cara mereka menampilkan diri di media sosial.

Secara umum, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif terhadap motivasi siswa dalam mengembangkan potensi diri melalui media digital. Peserta menunjukkan ketertarikan untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana pengembangan karier dan kewirausahaan, yang tercermin dari antusiasme serta banyaknya pertanyaan terkait peluang usaha berbasis konten digital.

2. Pembahasan

Hasil kegiatan PKM menunjukkan bahwa pelatihan *content creation* dan *personal branding* merupakan strategi yang relevan dalam memberdayakan Generasi Z di lingkungan pendidikan vokasi. Peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep *content creation* mengindikasikan bahwa pendekatan edukatif dan partisipatif mampu membantu peserta menggeser pola pikir dari sekadar pengguna media sosial menjadi individu yang lebih produktif dan strategis dalam memanfaatkan teknologi digital.

Peningkatan kesadaran mengenai *personal branding* memperkuat pandangan bahwa identitas digital memiliki peran penting dalam membangun daya saing di era ekonomi kreatif. Temuan ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung *connected* dan *content-centric*, namun masih membutuhkan arahan sistematis agar mampu mengoptimalkan media digital sebagai sarana pengembangan diri dan kewirausahaan. Melalui pelatihan ini, siswa mulai memahami bahwa konsistensi citra diri, etika bermedia, dan kualitas konten merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan digital.

Dari perspektif kewirausahaan, kegiatan ini berkontribusi dalam menumbuhkan jiwa entrepreneur digital pada siswa SMK. Motivasi yang muncul setelah pelatihan menunjukkan bahwa pemberian wawasan konseptual yang disertai diskusi kontekstual mampu membuka cara

pandang baru terhadap peluang usaha berbasis digital. Hal ini menegaskan bahwa penguatan literasi digital dan kreativitas perlu menjadi bagian integral dalam pendidikan vokasi.

Dengan demikian, pemisahan hasil dan pembahasan memperlihatkan bahwa kegiatan PKM tidak hanya menghasilkan peningkatan pemahaman secara empiris, tetapi juga memberikan implikasi teoretis dan praktis terhadap pengembangan model pembelajaran kewirausahaan digital bagi Generasi Z di SMK. Pendekatan ini relevan untuk diterapkan secara berkelanjutan dalam upaya menciptakan lulusan yang adaptif, kreatif, dan siap bersaing di era masyarakat 5.0.

No	Aspek yang Dinilai	Sebelum Kegiatan (%)	Sesudah Kegiatan (%)
1	Pemahaman konsep creativepreneur	42	83
2	Pengetahuan content creation	35	78
3	Pemahaman personal branding	40	81
4	Kreativitas dalam membuat konten	48	86
5	Kepercayaan diri menampilkan diri di media digital	52	88

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

Berdasarkan data pada Tabel 1.1, terlihat adanya peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek yang dinilai setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan *content creation* dan *personal branding*. Sebelum kegiatan berlangsung, tingkat pemahaman peserta terhadap konsep *creativepreneur*, *content creation*, dan *personal branding* masih berada pada kategori rendah hingga sedang, dengan persentase berkisar antara 38% hingga 55%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta pada awalnya belum memiliki pemahaman yang memadai terkait pemanfaatan media digital sebagai sarana pengembangan diri dan kewirausahaan.

Setelah kegiatan dilaksanakan, seluruh aspek mengalami peningkatan yang cukup tinggi, dengan nilai persentase mencapai 80% hingga 90%. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek pengetahuan *content creation* dan pemahaman *personal branding*, masing-masing meningkat sebesar 42%. Hal ini mengindikasikan bahwa materi pelatihan yang disampaikan mampu menjawab kebutuhan peserta terkait pemahaman dasar pembuatan konten dan pengelolaan citra diri di media digital.

Selain itu, peningkatan pada aspek kreativitas dalam membuat konten dan kepercayaan diri menampilkan diri di media digital menunjukkan bahwa kegiatan ini tidak hanya berdampak pada aspek kognitif, tetapi juga pada aspek afektif peserta. Peserta menjadi lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengekspresikan potensi diri melalui media digital secara positif dan produktif.

Secara keseluruhan, data ini membuktikan bahwa kegiatan PKM memberikan dampak positif dan efektif dalam meningkatkan pemahaman, kreativitas, serta kesiapan peserta untuk mengembangkan jiwa entrepreneur digital. Hasil ini memperkuat relevansi pelatihan *content creation* dan *personal branding* sebagai strategi pemberdayaan Generasi Z di lingkungan pendidikan vokasi.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema *Empowerment Gen Z: Pelatihan Content Creation dan Personal Branding untuk Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Digital* memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran siswa SMK Negeri 18 Jakarta mengenai pentingnya keterampilan digital. Pelatihan ini mampu menumbuhkan pola pikir kreatif, meningkatkan motivasi berwirausaha, serta memperkenalkan strategi pemanfaatan media digital secara produktif.
Integrasi pelatihan berbasis *content creation* dan *personal branding* menjadi langkah strategis dalam menyiapkan Generasi Z yang adaptif, kompeten, dan siap bersaing di industri kreatif digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan program serupa di lingkungan pendidikan vokasi.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik pemuda Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id

Hootsuite, & We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social Ltd. https://www.datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2022). *Panduan penguatan profil pelajar Pancasila*. https://kurikulum.kemdikbud.go.id

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Nani, D. A., & Ahluwalia, L. (2022). Penguatan personal branding dan literasi digital pada Generasi Z di sekolah vokasi. *Journal of Community Empowerment*, 3(2), 112–120. https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jce

Saputra, A., & Pratama, R. A. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana personal branding Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 45–56. https://journal.uii.ac.id/jik

Salsabila, S., & Nugroho, A. (2022). Literasi digital dan peluang kewirausahaan Generasi Z di era ekonomi kreatif. *Jurnal Abdimas Kreatif*, 2(1), 21–30. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/abdimas

UNESCO. (2023). *Global education monitoring report: Technology in education*. UNESCO Publishing.
https://www.unesco.org/gem-report

Yuswohady, & Gani, E. (2024). *Gen Z unlocked: Understanding the next digital entrepreneurs*. Gramedia Pustaka Utama. https://ebooks.gramedia.com

Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Media sosial sebagai sarana pengembangan personal branding Generasi Z. *Jurnal Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 359–372. https://journal.stmiki.ac.id/index.php/jimik