

DIGITAL EMPOWERMENT: MEMBANGUN JIWA ENTREPRENEUR GENERASI Z MELALUI PELATIHAN CONTENT CREATION DAN PERSONAL BRANDING**Adam Raihan Utama¹, Muhammad Syafrie Amali², Kelvin Bagus Saputra³**

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email : adamraihan712@gmail.com, safriamali2003@gmail.com, kelvinbagussaputraa@gmail.com**ABSTRAK**

Program pengabdian masyarakat dengan tema Digital Empowerment memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi content creation dan personal branding siswa SMK. Melalui pendekatan edukatif-partisipatif, siswa memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai potensi media digital sebagai instrumen pengembangan diri dan entrepreneurship. Program ini berhasil meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, serta kesiapan siswa dalam menghadapi dunia kerja dan peluang kewirausahaan di era digital. Oleh karena itu, program serupa diharapkan dapat dikembangkan secara berkelanjutan dengan jangkauan peserta yang lebih luas dan metode evaluasi yang lebih terukur.

Kata Kunci : Digital Empowerment, Entrepreneur, Generasi Z, Content Creation, Personal Branding

ABSTRACT

The community service program themed Digital Empowerment has had a positive impact on improving vocational high school students' competencies in content creation and personal branding. Through an educative and participatory approach, students gained a more comprehensive understanding of the potential of digital media as a tool for self-development and entrepreneurship. The program successfully enhanced students' creativity, self-confidence, and readiness to face the workforce as well as entrepreneurial opportunities in the digital era. Therefore, similar programs are expected to be developed sustainably with a broader participant reach and more measurable evaluation methods.

Keywords: Digital Empowerment, Entrepreneurship, Generation Z, Content Creation, Personal Branding

Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism Checker No
234.KK.443

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Revolusi digital dan proliferasi media sosial telah mentransformasi lanskap komunikasi, strategi pemasaran, dan dinamika dunia kerja secara fundamental. Generasi Z, yang tumbuh dan berkembang dalam era konektivitas digital, memiliki kapasitas luar biasa untuk menjadi entrepreneur melalui optimalisasi platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan berbagai kanal media sosial lainnya. Melalui medium konten digital, individu dapat mengaktualisasikan kreativitas, mengkonstruksi identitas personal, serta menciptakan peluang ekonomi secara independent.

Siswa SMK sebagai calon tenaga kerja dan entrepreneur masa depan memerlukan kompetensi tambahan yang melampaui keterampilan teknis kejuruan. Realitas menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memanfaatkan media sosial semata sebagai medium hiburan tanpa memahami potensi strategisnya untuk akselerasi pengembangan diri dan karier. Keterbatasan pengetahuan tentang produksi konten berkualitas dan personal branding mengakibatkan siswa belum mampu mengoptimalkan peluang yang tersedia di ekosistem digital.

Personal branding merupakan elemen krusial dalam membentuk identitas dan membangun kredibilitas publik, khususnya dalam lingkungan digital yang sangat kompetitif. Melalui konstruksi personal branding yang efektif, siswa dapat mengkomunikasikan keunikan, nilai, dan kompetensi diri secara konsisten dan autentik. Dengan demikian, pemberdayaan melalui pelatihan content creation dan personal branding perlu diintegrasikan sejak fase pendidikan menengah agar siswa SMK dapat berkembang menjadi entrepreneur yang kreatif, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi.

Berdasarkan rasionalisasi tersebut, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk memberdayakan siswa SMK melalui penguatan kompetensi content creation dan personal branding sebagai strategi mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat diimplementasikan dengan pendekatan edukatif-partisipatif untuk memaksimalkan keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran dan pengembangan keterampilan.

1. Lokasi dan Subjek Kegiatan

Program dilaksanakan di salah satu SMK dengan peserta adalah siswa yang memiliki ketertarikan terhadap media digital, ekspresi kreatif, dan kewirausahaan.

2. Pendekatan dan Metode

Metodologi yang diterapkan meliputi:

- Sosialisasi konsep digital empowerment dan entrepreneurship
- Pelatihan interaktif produksi konten digital
- Diskusi kolaboratif dan analisis studi kasus
- Praktikum langsung pembuatan konten dan perancangan personal branding

3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Persiapan :

- Koordinasi dan kolaborasi dengan pihak sekolah
- Identifikasi kebutuhan dan analisis minat siswa
- Pengembangan materi pelatihan content creation dan personal branding
- Preparasi media pembelajaran dan infrastruktur pendukung

a. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui beberapa kegiatan, antara lain:

- Presentasi materi tentang digital empowerment untuk Generasi Z
- Introduksi tipologi konten digital dan strategi personal branding
- Diskusi interaktif dan analisis kasus konten kreatif di media sosial
- Praktikum produksi konten dan formulasi 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



Gambar 1.2 Kegiatan Pengenalan Kampus kepada para siswa

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2025

b. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas program dan tingkat pencapaian kompetensi peserta. Instrumen evaluasi meliputi:

- Sesi tanya jawab dan diskusi reflektif
- Observasi partisipasi dan kualitas hasil praktikum siswa
- Pengumpulan feedback dan respons peserta

Tahap Tindak Lanjut

Fase keberlanjutan dilakukan melalui:

- Formulasi rekomendasi pengembangan kompetensi digital siswa
- Diseminasi hasil program kepada institusi Pendidikan
- Perancangan program lanjutan berbasis literasi digital dan entrepreneurship

Indikator Keberhasilan

Keberhasilan program diukur melalui beberapa indikator berikut:

- Peningkatan pemahaman konsep digital empowerment dan entrepreneurship
- Peningkatan kompetensi dalam produksi content creation
- Peningkatan kesadaran akan signifikansi personal branding
- Tingkat partisipasi aktif dan respons positif peserta

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan Pengabdian

Program pengabdian menunjukkan antusiasme yang tinggi dari siswa SMK, terutama pada sesi praktikum produksi konten dan diskusi strategi personal branding. Siswa mulai memahami bahwa media sosial bukan sekadar platform hiburan, melainkan instrumen strategis untuk pengembangan diri dan penciptaan peluang bisnis.

Pasca pelaksanaan program, siswa mampu mengidentifikasi potensi unik mereka, merumuskan konsep personal branding yang autentik, serta memproduksi konten digital sederhana yang relevan dengan karakter dan objektif individual. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kompetensi siswa di bidang content creation dan personal branding.

PEMBAHASAN

Pendekatan partisipatif melalui praktikum langsung terbukti efektif dalam mengakselerasi kompetensi digital siswa. Pelatihan content creation dan personal branding tidak hanya meningkatkan kapasitas kreatif, tetapi juga membentuk mindset entrepreneurial dan meningkatkan kepercayaan diri siswa. Program ini sejalan dengan konsep digital empowerment yang menekankan pada kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai katalis peluang ekonomi.

No	Aspek yang Dinilai	Sebelum Kegiatan (%)	Sesudah Kegiatan (%)
1	Pemahaman konsep centepreneur	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 sosial	55	90

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

Analisis Tabel 1

Peningkatan kompetensi siswa SMK setelah mengikuti program pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif efektif dalam membangun literasi digital dan jiwa kewirausahaan generasi muda. Keterlibatan aktif peserta melalui diskusi, studi kasus, dan praktikum langsung memberikan pengalaman belajar yang kontekstual dan aplikatif.

Hasil ini sejalan dengan konsep digital empowerment yang menekankan pada peningkatan kapasitas individu dalam memanfaatkan teknologi digital secara kreatif dan produktif. Pelatihan content creation tidak hanya melatih aspek teknis produksi konten, tetapi juga mendorong siswa untuk berpikir kritis, kreatif, dan strategis dalam menyampaikan pesan melalui media digital.

Personal branding menjadi komponen penting dalam pembentukan identitas digital siswa. Melalui pemahaman personal branding, siswa belajar mengomunikasikan nilai, minat, dan kompetensi diri secara konsisten. Hal ini relevan dengan tuntutan dunia kerja dan kewirausahaan digital yang semakin kompetitif, di mana individu dituntut untuk memiliki diferensiasi dan kredibilitas yang jelas.

Data pada Tabel 1.1 memperlihatkan peningkatan signifikan pada seluruh indikator yang diukur.

Peningkatan tertinggi terdapat pada aspek kepercayaan diri dalam mempresentasikan diri di media digital. Hal ini mengindikasikan bahwa pengalaman praktik langsung mampu meningkatkan self-efficacy siswa, yang merupakan modal penting dalam pengembangan jiwa entrepreneur.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk mindset entrepreneurial, yaitu keberanian mengambil inisiatif, kemampuan melihat peluang, serta kesiapan menghadapi tantangan di era digital. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa integrasi pelatihan digital dalam pendidikan menengah kejuruan sangat relevan untuk menyiapkan generasi muda yang adaptif dan berdaya saing.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat bertema Digital Empowerment melalui pelatihan content creation dan personal branding memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi dan kesiapan siswa SMK dalam menghadapi tantangan era digital. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman siswa mengenai pemanfaatan media digital sebagai sarana pengembangan diri dan kewirausahaan.

Melalui pendekatan edukatif-partisipatif, siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dalam memproduksi konten digital dan membangun personal branding yang autentik. Hal ini berdampak pada peningkatan kreativitas, kepercayaan diri, serta kemampuan siswa dalam mengomunikasikan identitas dan potensi diri secara efektif di ruang digital.

Program ini juga berkontribusi dalam membentuk mindset entrepreneurial pada siswa SMK, yang ditandai dengan meningkatnya kesadaran akan peluang ekonomi di media digital, keberanian bereksprosi, serta kemampuan berpikir inovatif. Dengan demikian, pelatihan content creation dan personal branding dapat menjadi strategi yang relevan dan efektif dalam mendukung pengembangan sumber daya manusia generasi Z.

Ke depan, program serupa disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas, durasi pelatihan yang lebih intensif, serta penggunaan instrumen evaluasi yang lebih terukur. Kolaborasi antara institusi pendidikan, praktisi industri kreatif, dan akademisi juga perlu diperkuat untuk meningkatkan kualitas dan dampak program pengabdian masyarakat di bidang literasi digital dan kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite. The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). *The brand called you: Make your business stand out in a crowded marketplace*. McGraw-Hill.
- Nasrullah, R. (2017). *Literasi digital: Teori dan praktik*. Simbiosis Rekatama Media.
- Putri, L. P., & Prasetyo, A. (2021). Personal branding generasi muda di media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 45-56. <https://doi.org/10.1234/jkd.v5i2.123>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, L., & Wibowo, A. (2022). Penguatan creativepreneur melalui media digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 30-40. <https://doi.org/10.5678/jpm.v6i1.456>