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

Vol 7 No 6 Tahun 2026

CREATIVEPRENEUR GEN Z : PENGARUH KETERAMPILAN PELATIHAN CONTENT CREATOR DAN PERSONAL BRANDING DI ERA DIGITAL

Jaifar Adhiputranto[1], Alfina Laili Fauziah[2], Elisa Kusuma Wardani[3]

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia
Email : ifar.adp@gmail.com, alfinalailif.16@gmail.com, elisakusuma574@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang yang luas bagi Generasi Z untuk mengembangkan kreativitas, membangun personal branding, serta menciptakan peluang usaha di sektor ekonomi kreatif. Namun demikian, pemanfaatan media digital oleh generasi muda masih belum optimal dan cenderung bersifat konsumtif, sehingga potensi yang dimiliki belum dimanfaatkan secara produktif. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir creativepreneur siswa SMK Negeri 18 Jakarta melalui pelatihan content creation dan personal branding di era digital. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi secara teoritis, diskusi interaktif, praktik pembuatan konten digital sederhana, serta pendampingan dalam membangun identitas digital yang positif dan profesional. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap konsep creativepreneur, peningkatan kemampuan dalam merancang dan memproduksi konten digital. Kegiatan ini diharapkan mampu mendorong siswa untuk lebih kreatif, mandiri, dan siap bersaing di lingkungan digital.

Kata Kunci : Creativepreneur, Generasi Z, Content Creation, Personal Branding, Media Digital

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has created broad opportunities for Generation Z to develop creativity, build personal branding, and create business opportunities in the creative economy sector. However, the utilization of digital media by young people remains suboptimal and tends to be consumptive, causing their potential to be underutilized in a productive manner. This Community Service Program (Pengabdian kepada Masyarakat/PKM) aims to enhance the knowledge, skills, and creativepreneur mindset of students at SMK Negeri 18 Jakarta through training in content creation and personal branding in the digital era. The implementation methods include theoretical material delivery, interactive discussions, hands-on practice in creating simple digital content, and mentoring in building a positive and professional digital identity. The results of the program indicate an improvement in students' understanding of the creativepreneur concept as well as an enhancement in their ability to design and produce digital

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

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

content. This activity is expected to encourage students to become more creative, independent, and competitive in the digital environment.
***Keywords**: Creativepreneur, Generation Z, Content Creation, Personal Branding, Digital Media*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telahmembawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan dan kewirausahaan. Media digital saat ini tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media pengembangan diri, promosi, serta penciptaan peluang usaha. Kondisi tersebut memberikan peluang besar bagi Generasi Z yang dikenal sebagai generasi digital native.

Generasi Z memiliki karakteristik kreatif, adaptif terhadap teknologi, dan aktif menggunakan media sosial. Namun, dalam praktiknya, penggunaan media digital oleh siswa masih didominasi untuk keperluan hiburan dan konsumsi konten, bukan untuk kegiatan produktif yang dapat meningkatkan nilai ekonomi. Kurangnya pemahaman mengenai content creation dan personal branding menjadi salah satu faktor yang menyebabkan potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal.

Content creation merupakan kemampuan menciptakan konten digital yang menarik, Informatif, dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Sementara itu, personal branding berperan penting dalam membangun citra diri yang positif, konsisten, dan profesional di media digital. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan edukatif berupa pelatihan dan pendampingan untuk membekali siswa dengan keterampilan tersebut. Kegiatan PKM ini dilaksanakan sebagai upaya untuk menumbuhkan pola pikir creativepreneur bagi siswa SMK Negeri 18 Jakarta agar mampu memanfaatkan media digital secara produktif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan pendekatan edukatif dan partisipatif, yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir creativepreneur Generasi Z melalui pelatihan content creation dan personal branding di era digital. Metode ini dipilih karena dinilai efektif dalam mendorong keterlibatan aktif peserta dan memudahkan pemahaman materi secara teoritis maupun praktis.

1. Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan PKM ini adalah siswa SMK Negeri 18 Jakarta yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan memiliki minat terhadap penggunaan media digital. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada karakteristik siswa SMK yang dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja dan kewirausahaan sejak dini.

2. Pendekatan dan Teknik Pelaksanaan

Metode yang digunakan meliputi:

- Pengenalan wawasan tentang kewirausahaan kreatif serta pembentukan citra diri.
- Pelatihan singkat yang membahas teknik dasar pembuatan konten.
- Sesi tukar pendapat dalam kelompok melalui pembahasan kasus.
- Latihan langsung membuat konten digital sesuai arahan.

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan meliputi:

- Menjalin kerja sama dengan pihak sekolah sebagai langkah awal pelaksanaan kegiatan.
- Menggali kebutuhan serta minat siswa untuk menyesuaikan program yang akan diberikan.
- Menyusun bahan ajar mengenai content creation dan personal branding.
- Mempersiapkan sarana, media, dan perlengkapan pendukung kegiatan.
-

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 Pengabdian Kepada Masyarakan SMK Negeri 18 Jakarta
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 pesert.

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 kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan melalui pelatihan content creation dan personal branding menunjukkan hasil yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa SMK Negeri 18 Jakarta. Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari penyampaian materi hingga praktik pembuatan konten digital.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai konsep creativepreneur. Siswa mulai memahami bahwa media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan secara produktif untuk mengekspresikan kreativitas dan menciptakan peluang usaha. Selain itu, siswa mampu mengenali potensi diri serta memahami pentingnya membangun citra diri yang positif melalui media digital.

Dalam praktik content creation, siswa berhasil menghasilkan konten digital sederhana berupa foto, video pendek, dan caption media sosial yang lebih terstruktur dan memiliki tujuan yang jelas. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kemampuan teknis dan kreativitas siswa dalam memanfaatkan media digital.

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan PKM ini sejalan dengan konsep Generasi Z sebagai generasi yang memiliki potensi besar dalam pemanfaatan teknologi digital. Namun, tanpa adanya pendampingan dan edukasi yang tepat, potensi tersebut cenderung digunakan secara konsumtif. Melalui pelatihan content creation, siswa dibekali pemahaman bahwa konten digital harus memiliki nilai, pesan, dan sasaran audiens yang jelas.

Menurut Yuliana dan Putra (2023), pelatihan content creation yang disertai praktik langsung dapat meningkatkan kreativitas serta kemampuan peserta dalam menghasilkan konten yang relevan dan menarik. Hal ini terbukti dari kemampuan siswa dalam menyusun konten digital yang lebih terarah setelah mengikuti pelatihan.

Selain itu, pelatihan personal branding memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesadaran siswa akan pentingnya membangun identitas digital yang positif. Widodo dan Nugroho (2022) menyatakan bahwa personal branding yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan diri dan daya saing individu di era digital. Dalam kegiatan ini, siswa mulai memahami pentingnya konsistensi konten, sikap profesional, serta nilai diri yang ingin ditampilkan di media digital.

Dengan demikian, pelatihan content creation dan personal branding terbukti efektif dalam mendukung penguatan keterampilan creativepreneur Generasi Z, khususnya siswa SMK, sebagai bekal menghadapi dunia kerja dan kewirausahaan di era digital.

ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Tabel 1.1

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

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

Penjelasan 1.1

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat adanya peningkatan yang sangat signifikan pada seluruh aspek yang dinilai setelah kegiatan dilaksanakan. Pemahaman konsep creativepreneur meningkat dari 45% menjadi 85%, pengetahuan tentang content creation naik dari 40% menjadi 82%, serta pemahaman personal branding bertambah dari 38% menjadi 80%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan mampu memberikan dampak positif terhadap wawasan dan pengetahuan peserta dalam bidang kewirausahaan kreatif dan pemanfaatan media digital.

Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan ini juga berdampak pada aspek keterampilan dan sikap peserta. Kreativitas dalam membuat konten meningkat dari 50% menjadi 88%, sedangkan kepercayaan diri dalam menampilkan diri di media digital mengalami kenaikan paling tinggi, yaitu dari 55% menjadi 90%.

Hal ini membuktikan bahwa kegiatan tidak hanya memperkaya pemahaman peserta, tetapi juga berhasil mendorong mereka untuk lebih percaya diri, kreatif, dan siap berpartisipasi aktif di dunia digital.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melalui pelatihan content creation dan personal branding telah memberikan dampak positif bagi siswa SMK Negeri 18 Jakarta sebagai bagian dari Generasi Z. Pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep creativepreneur serta mengubah pola pikir siswa dalam memanfaatkan media digital secara lebih produktif.

Siswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkan pembuatan konten digital sederhana dan mulai menyadari pentingnya membangun identitas digital yang positif dan profesional. Selain itu, kegiatan ini turut meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, serta minat siswa untuk mengembangkan potensi diri sebagai bekal memasuki dunia kerja maupun wirausaha di era digital. Dengan demikian, pelatihan content creation dan personal branding dapat menjadi strategi efektif dalam menumbuhkan jiwa creativepreneur di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

Pratama, R., & Lestari, D. (2020). Pemanfaatan media digital dalam membangun personal branding mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 8*(2), 90–101.

Rahman, A., & Fitriani, N. (2023). Pengaruh pelatihan kewirausahaan kreatif terhadap minat berwirausaha siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 9*(1), 60–72.

Sari, P. A., & Hidayat, T. (2021). Peran creativepreneur dalam pengembangan ekonomi kreatif generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif, 4*(1), 33–44.

Widodo, A., & Nugroho, R. (2022). Pengaruh personal branding terhadap kepercayaan diri generasi muda di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Media, 6*(2), 115–128.

Yuliana, D., & Putra, M. R. (2023). Pelatihan content creation sebagai upaya meningkatkan kreativitas siswa SMK. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 11*(1), 45–56.