

# Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Personal Branding dan Visual Identity Bagi Siswa SMK Negeri 45 Jakarta Untuk Peningkatan Kompetensi Produksi Konten Digital

Valdez Dwi Hapsah O\*, Abdul Aziz, Anastasya Destiara Pranata, Arya Wiratama, Billahi Alfa Aqsama, Elsa Finda Rahmastuti, Irman Saleh, Nurman Surachman, Rainna Dwi Handayani, Rini Sudarmanti

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

Email: [Valdez.dwi@students.paramadina.ac.id](mailto:Valdez.dwi@students.paramadina.ac.id)

## Abstrak

Pelatihan konten kreatif berbasis personal branding dan visual identity dilaksanakan sebagai program pengabdian masyarakat di SMK Negeri 45 Jakarta dengan tujuan meningkatkan kompetensi produksi konten digital siswa. Kegiatan ini melibatkan 36 siswa kelas XII jurusan Produksi Siaran Program Televisi (PSPT) dan dilaksanakan melalui lokakarya interaktif, praktik langsung, serta kompetisi pembuatan konten berbasis proyek. Evaluasi program menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, penilaian karya, kuesioner, wawancara, serta umpan balik peserta. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta (sekitar 75–83%) menyatakan sangat setuju terhadap relevansi materi, kejelasan penyampaian, dan manfaat pelatihan, tanpa adanya respon negatif. Secara kualitatif, pelatihan ini meningkatkan kepercayaan diri, pemahaman strategi personal branding, serta orientasi karier siswa di bidang industri kreatif digital, sementara pemanfaatan karya siswa pada media sosial sekolah turut berkontribusi dalam memperkuat citra digital institusi. Program ini menunjukkan bahwa pelatihan konten kreatif berbasis partisipatif dan experiential learning efektif dalam mendukung pemberdayaan digital siswa pendidikan vokasi.

**Kata Kunci:** Konten Kreatif, Personal Branding, Identitas Visual, Pendidikan Vokasi, Pemberdayaan Digital, Media Sosial.

## Abstract

A creative content training program based on personal branding and visual identity was conducted as a community service initiative at SMK Negeri 45 Jakarta to enhance students' digital content production competencies. The program involved 36 twelfth-grade students from the Broadcasting (PSPT) program and was implemented through interactive workshops, hands-on practice, and a project-based content creation competition. Program evaluation employed descriptive qualitative and quantitative approaches using observation, content assessment, questionnaires, interviews, and participant feedback. The results indicate that most participants (approximately 75–83%) strongly agreed on the relevance of the material, clarity of delivery, and overall benefits of the training, with no negative responses reported. Qualitative findings reveal improvements in students' confidence, understanding of personal branding strategies, and career orientation in the digital creative industry, while the use of students' work on the school's social media contributed to strengthening the institution's digital presence. Overall, this program demonstrates that participatory and experiential creative content training effectively supports digital empowerment in vocational education.

**Keywords:** Creative Content, Personal Branding, Visual Identity, Vocational Education, Digital Empowerment, Social Media

DOI:  
<https://doi.org/10.47134/comdev.v6i2.1856>

\*Correspondensi: Valdez Dwi Hapsah O

Email:

[Valdez.dwi@students.paramadina.ac.id](mailto:Valdez.dwi@students.paramadina.ac.id)

Received: 27-11-2025

Accepted: 16-12-2025

Published: 30-12-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif digital di Indonesia dalam satu dekade terakhir mendorong generasi muda untuk semakin aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana ekspresi, pembelajaran, dan peluang karier. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo, 2024) menunjukkan bahwa lebih dari 80% remaja Indonesia aktif menggunakan media sosial. Namun, tingginya intensitas penggunaan tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan teknis dan pemahaman strategi komunikasi digital yang memadai. Banyak pelajar mampu mengoperasikan gawai dan platform media sosial, tetapi masih terbatas dalam menghasilkan konten yang berkualitas, beretika, dan bernilai strategis.

SMK Negeri 45 Jakarta merupakan sekolah menengah kejuruan yang memiliki Program Studi Produksi Siaran Program Televisi (PSPT) yang relevan dengan industri kreatif digital. Observasi awal menunjukkan bahwa siswa PSPT telah memiliki kompetensi dasar di bidang fotografi, videografi, dan penyiaran. Oleh karena itu, pelatihan yang dilaksanakan tidak difokuskan pada pengulangan materi dasar, melainkan pada pendalaman keterampilan aplikatif yang sesuai dengan kebutuhan industri terkini, khususnya penguatan personal branding dan visual identity melalui konten digital.

Penguatan personal branding dipandang penting agar siswa mampu menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki pesan komunikasi dan citra yang konsisten. Konten digital diharapkan dapat merepresentasikan karakter positif siswa sekaligus institusi sekolah. Momentum pelaksanaan pelatihan pada Desember 2025 juga relevan karena berdekatan dengan pelaksanaan uji kompetensi keahlian dan sertifikasi konten kreator bagi siswa kelas XII, sehingga pelatihan berfungsi sebagai sarana persiapan portofolio dan kesiapan profesional.

Didukung oleh fasilitas multimedia yang memadai, program ini dirancang sebagai bentuk pemberdayaan digital generasi muda melalui pendekatan hands-on learning. Pelatihan konten kreatif ini menjadi intervensi pendidikan yang menjembatani potensi kreativitas siswa dengan standar industri kreatif digital serta etika komunikasi daring, sehingga siswa mampu berpartisipasi secara produktif dan bertanggung jawab dalam ekosistem digital.

Berbagai program dan pelatihan konten kreatif yang telah dilaksanakan sebelumnya umumnya masih berfokus pada penguasaan keterampilan teknis produksi, seperti pengambilan gambar, penyuntingan video, dan penggunaan perangkat lunak, tanpa disertai pendalaman strategi komunikasi, konsistensi pesan, serta pembentukan citra profesional peserta secara berkelanjutan. Pendekatan tersebut membuat pelatihan sering berhenti pada aspek “mampu membuat konten”, namun belum sepenuhnya membekali siswa dengan kemampuan membangun identitas digital yang terarah dan relevan dengan kebutuhan industri. Bagi siswa SMK, khususnya yang berorientasi pada bidang industri kreatif digital, personal branding dan visual identity menjadi kebutuhan khusus karena keduanya berperan sebagai pembeda kompetensi, sarana representasi profesional, serta fondasi pembentukan portofolio dan jejak digital yang kredibel dalam menghadapi sertifikasi, dunia kerja, dan kewirausahaan digital.

Kebaruan program ini terletak pada pelatihan konten kreatif berbasis personal branding dan visual identity yang menempatkan siswa SMK sebagai subjek pemberdayaan digital, tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada pembentukan citra profesional dan penguatan identitas digital sekolah.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberdayakan siswa SMK Negeri 45 Jakarta melalui peningkatan kompetensi produksi konten digital berbasis personal branding dan visual identity, agar siswa mampu menerapkan keterampilan konten kreatif secara praktis, membangun citra positif sekolah, memiliki kesiapan menghadapi dunia kerja dan kewirausahaan digital, serta menumbuhkan literasi dan etika komunikasi daring melalui kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan.

Pelaksanaan kegiatan ini memberikan manfaat bagi siswa SMK Negeri 45 Jakarta berupa peningkatan keterampilan praktis produksi konten kreatif, kepercayaan diri, dan kemampuan komunikasi digital sebagai bekal praktik kerja dan dunia profesional, bagi sekolah melalui penguatan citra digital institusi serta pengelolaan media sosial yang lebih kreatif dan profesional sekaligus perluasan jejaring kolaborasi dengan perguruan tinggi, serta bagi Universitas Paramadina sebagai wujud pelaksanaan pengabdian masyarakat dan tanggung jawab sosial di bidang pendidikan dan komunikasi digital berbasis praktik dan teknologi.

Kajian pustaka program pelatihan ini berpijak pada konsep pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan yang menekankan peningkatan kapasitas individu agar mampu berpartisipasi aktif dalam pembangunan sosial dan ekonomi (Ife & Tesoriero, 2014), dengan memosisikan siswa SMK sebagai subjek pemberdayaan digital untuk meningkatkan daya saing di industri kreatif, serta didukung pendekatan komunikasi partisipatif yang melibatkan siswa secara aktif dalam proses belajar (Servaes, 1999), konsep experiential learning yang menekankan pembelajaran berbasis pengalaman langsung (Kolb, 1984), kerangka literasi digital yang menekankan etika dan tanggung jawab bermedia (Nasution, 2019), serta temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan konten kreatif berperan strategis dalam pengembangan kompetensi remaja dan pemanfaatan media sosial secara produktif (Kaplan & Haenlein, 2010; BPSDM, 2021).

## II. METODE



Gambar 1. Diagram Alur Metode Pelaksanaan Pelatihan Konten Kreatif

Gambar 1 menunjukkan diagram alur pelaksanaan kegiatan pelatihan konten kreatif yang diawali dengan tahap persiapan dan kesiapan peserta serta tim pelaksana, kemudian dilanjutkan dengan rangkaian kegiatan workshop partisipatif yang mencakup penyampaian materi melalui ceramah interaktif dan demonstrasi, diskusi dan tanya jawab, praktik langsung berbasis proyek, hingga evaluasi hasil kegiatan yang dilaksanakan secara terstruktur dalam satu hari pelatihan di SMK Negeri 45 Jakarta.

Pendekatan pelatihan dalam kegiatan ini mengintegrasikan experiential learning, yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung dan proses refleksi peserta (Kolb, 1984), serta project-based learning yang diterapkan melalui penugasan pembuatan konten digital sebagai proyek nyata pembelajaran. Penerapan metode berbasis proyek ini mendorong keterlibatan aktif peserta dalam menghasilkan luaran konkret dan kontekstual sesuai tujuan pelatihan (Zahro' & Wahyuni, 2020). Kombinasi kedua pendekatan tersebut memungkinkan siswa tidak hanya memahami konsep secara kognitif, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis, kreativitas, dan kemampuan pemecahan masalah yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif digital.

### **Sasaran Peserta**

Peserta kegiatan berjumlah 36 siswa kelas XII Program Studi Produksi dan Siaran Program Televisi (PSPT), didampingi oleh beberapa guru pengelola media sosial sekolah. Pemilihan peserta didasarkan pada pertimbangan bahwa siswa PSPT telah memiliki kompetensi dasar di bidang multimedia, sehingga pelatihan difokuskan pada pendalaman keterampilan yang lebih aplikatif dan strategis. Selain itu, kegiatan ini dirancang sebagai penguatan kompetensi menjelang pelaksanaan uji kompetensi keahlian dan sertifikasi konten kreator yang akan diikuti siswa pada Januari 2026.

### **Materi dan Tahapan Pelaksanaan**

Materi pelatihan disusun secara bertahap dan terintegrasi, terdiri atas dua sesi penyampaian materi utama dan satu sesi praktik terpadu sebagai berikut:

#### ***Sesi 1: Personal Branding dan Strategi Konten***

Pemateri menyampaikan konsep *personal branding*, *unique selling point* (USP), dan cara membangun citra diri maupun institusi (citra sekolah) di era digital. Sesi ini bertujuan membuka wawasan siswa bahwa konten kreatif harus dimulai dari ide dan identitas yang kuat. Metode ceramah interaktif digunakan, dilengkapi studi kasus konten berhasil milik kreator muda.

#### ***Sesi 2: Visual Identity for Young Creators***

Sesi ini berfokus pada keterampilan teknis visual yaitu fotografi dan videografi untuk mendukung ide konten. Topik mencakup komposisi visual, pencahayaan, teknik pengambilan gambar dengan smartphone/kamera, dasar-dasar *editing* dan *color grading*, serta penggunaan aplikasi kreatif sederhana. Penyaji menyampaikan materi dengan demonstrasi langsung (live demo) dan menampilkan contoh konten

visual yang menarik. Penyaji juga menekankan bahwa “*Konten is The King and Packaging is The Queen*” Hal ini menjadi Tema utama bagi penyaji.

### ***Sesi 3: Praktik dan Kompetisi “Visual Challenge”***

Setelah memperoleh materi, siswa diminta membuat konten kreatif dalam waktu yang ditentukan ( $\pm 2$  jam). Tema konten ditetapkan seputar promosi diri atau promosi sekolah sesuai materi personal branding. Setiap individu menghasilkan satu konten video pendek berdurasi 1 menit lengkap dengan narasi/teks pendukung. Hasil karya kemudian dikumpulkan untuk dinilai oleh tim pelatih. Dalam sesi ini metode *project-based learning* diterapkan, di mana siswa belajar sambil bekerja dalam proyek nyata pembuatan konten.

### **Evaluasi Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan tingkat partisipasi siswa yang tinggi, terlihat dari keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi pelatihan, mulai dari penyampaian materi hingga praktik pembuatan konten.



**Gambar 2.** Partisipasi aktif siswa dalam Kegiatan Pelatihan Konten Kreatif

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan tingkat partisipasi siswa yang tinggi, yang tercermin dari keterlibatan aktif peserta dalam setiap sesi pelatihan, mulai dari penyampaian materi hingga praktik pembuatan konten, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2 Tingkat partisipasi ini menjadi indikator penting dalam evaluasi proses pelatihan karena menunjukkan keterlibatan siswa sebagai subjek pembelajaran aktif, bukan sekadar penerima materi.

Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk menilai ketercapaian tujuan program serta dampaknya terhadap peserta. Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan digunakan untuk menggambarkan persepsi peserta terhadap pelaksanaan dan manfaat program pelatihan, tanpa melakukan pengujian hipotesis

maupun analisis inferensial. Instrumen evaluasi yang digunakan meliputi observasi partisipatif, penilaian produk konten, kuesioner, wawancara, serta umpan balik peserta.. Evaluasi difokuskan pada proses pelaksanaan dan hasil kegiatan, dengan menekankan perubahan pemahaman, keterampilan, serta partisipasi siswa dalam produksi konten digital.

Instrumen kuesioner dalam evaluasi kegiatan menggunakan skala Likert 1–5, dengan kriteria sebagai berikut: 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = cukup setuju, 4 = setuju, 5 = sangat setuju. Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi peserta terhadap kualitas pelaksanaan pelatihan, kejelasan materi, relevansi dengan kebutuhan siswa, serta manfaat kegiatan dalam meningkatkan kompetensi dan kesiapan profesional. Data kuesioner dianalisis secara deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan kecenderungan respons peserta tanpa melakukan analisis inferensial.

Instrumen evaluasi yang digunakan meliputi:

1. Observasi partisipatif, dilakukan selama pelatihan berlangsung untuk mengamati tingkat keterlibatan siswa, keaktifan dalam diskusi, serta kemampuan peserta dalam mengaplikasikan materi saat praktik dan kompetisi pembuatan konten.
2. Penilaian produk konten, yaitu analisis terhadap karya foto dan video yang dihasilkan siswa berdasarkan kriteria sederhana yang meliputi kreativitas ide, kualitas visual, kesesuaian dengan konsep *personal branding*, dan kejelasan pesan komunikasi.
3. Wawancara singkat dan umpan balik peserta, dilakukan setelah kegiatan untuk menggali persepsi siswa dan guru pendamping terkait manfaat, relevansi materi, serta pengalaman belajar selama pelatihan.

Keberhasilan program ditentukan berdasarkan beberapa indikator utama, yaitu: (1) meningkatnya partisipasi aktif siswa selama proses pelatihan, (2) kemampuan siswa menghasilkan konten kreatif yang mencerminkan identitas diri atau institusi secara visual dan naratif, serta (3) adanya pemanfaatan hasil karya siswa dalam pengelolaan media sosial sekolah. Untuk meningkatkan validitas temuan, hasil observasi, penilaian karya, dan umpan balik peserta dianalisis secara triangulatif.

Bagian ini berisi tahapan pelaksanaan kegiatan, teknik atau bentuk kegiatan, serta gambaran pelaksanaannya. Metode sebaiknya dibuat dalam bentuk flowchart atau diagram serta dijelaskan. Jika metode yang digunakan berasal dari sumber lain agar mencantumkan sitasinya sesuai style harvard (Zahro' and Wahyuni, 2020)

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pelatihan konten kreatif berlangsung sesuai dengan rancangan metode yang telah ditetapkan, di mana seluruh siswa peserta mengikuti setiap tahapan kegiatan secara penuh. Keterlibatan siswa dalam diskusi, praktik, dan kompetisi pembuatan konten menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik mampu menciptakan situasi belajar yang aktif dan kontekstual, sehingga materi *personal branding* dan *visual identity* dapat langsung diterapkan dalam proyek nyata berbasis lingkungan sekolah.

## Peningkatan Kompetensi Siswa



**Gambar 3.** Pemenang lomba konten Positif untuk Sekolahku

Peningkatan kemampuan produksi konten kreatif siswa tercermin dari hasil karya yang dihasilkan dalam lomba konten *Positif untuk Sekolahku* pascapelatihan sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3. Beberapa karya terbaik dipilih sebagai pemenang dan dijadikan representasi capaian pembelajaran siswa. Setelah kegiatan, terjadi peningkatan kemampuan siswa dalam merancang dan memproduksi konten kreatif, yang terukur melalui kualitas karya lomba serta pengakuan diri peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar siswa mengaku belum terbiasa melakukan perencanaan konten secara terstruktur dan cenderung membuat unggahan secara spontan tanpa strategi komunikasi yang jelas.

Pasca pelatihan, peserta memahami pentingnya perencanaan konten, elemen *opening hook*, serta penyesuaian pesan dengan target audiens. Salah satu materi yang paling menarik perhatian siswa adalah teknik membangun *hook* pada video TikTok agar mampu menarik perhatian audiens sejak detik pertama. Mereka juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kesesuaian antara pesan, visual, dan nilai personal branding yang ingin disampaikan. Temuan ini selaras dengan Marwanta (2024) yang menekankan bahwa kreativitas dan inovasi generasi muda di era digital perlu didukung oleh pemahaman konseptual agar berdaya guna.

Dari sisi keterampilan teknis, peserta memperoleh pengetahuan baru mengenai teknik pengolahan visual sederhana menggunakan aplikasi seperti Adobe Lightroom untuk *color grading* dan Canva untuk desain visual. Sebelumnya, penggunaan aplikasi tersebut masih terbatas pada fitur dasar. Setelah mendapatkan bimbingan singkat dalam pelatihan, siswa mampu mempraktikkan penyesuaian warna dan elemen visual untuk membangun nuansa tertentu yang mendukung personal branding masing-masing. Hasil karya lomba menunjukkan peningkatan kreativitas dan konsistensi visual, misalnya melalui penggunaan palet warna *cinematic moody* yang diterapkan secara konsisten untuk menegaskan karakter dan identitas konten. Hal ini menandakan bahwa tujuan peningkatan kompetensi produksi konten digital dalam program pelatihan ini telah tercapai.

Peningkatan kompetensi siswa dalam perencanaan konten, penguatan pesan komunikasi, serta konsistensi visual dapat dijelaskan melalui pendekatan *experiential learning*, di mana pembelajaran berlangsung melalui pengalaman langsung, refleksi, dan penerapan konsep dalam konteks nyata (Kolb, 1984). Kegiatan berbasis proyek mendorong siswa untuk mengintegrasikan aspek teknis dan strategis secara simultan, sehingga konsep personal branding tidak dipahami secara abstrak, tetapi diwujudkan dalam karya yang memiliki arah komunikasi dan identitas visual yang jelas. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman efektif dalam meningkatkan keterampilan aplikatif siswa vokasi yang berorientasi pada kebutuhan industri kreatif digital.

## Pemanfaatan Media Sosial Sekolah



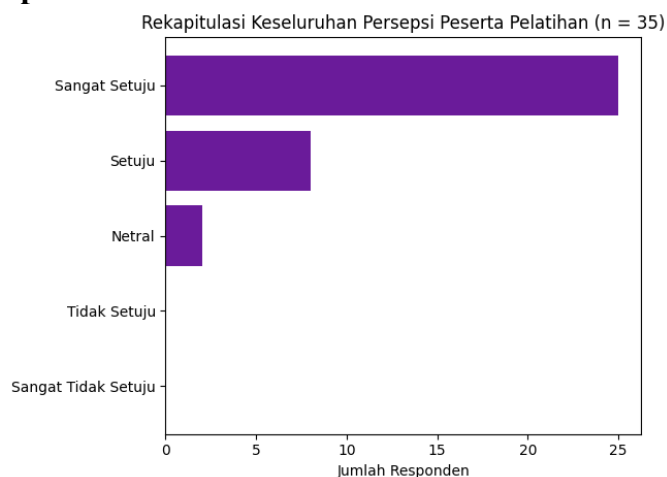
**Gambar 4.** Publikasi konten dan dokumentasi kegiatan hasil pemberdayaan siswa pada akun media sosial resmi SMK Negeri 45 Jakarta.

Salah satu luaran penting dari program pengabdian masyarakat ini adalah pemanfaatan konten dan dokumentasi kegiatan hasil pemberdayaan siswa yang dipublikasikan melalui media sosial resmi SMK Negeri 45 Jakarta, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.2. Beberapa konten yang diunggah merupakan hasil karya siswa dari kegiatan pelatihan dan kompetisi konten kreatif, yang kemudian dijadikan materi publikasi sekolah. Unggahan tersebut memperoleh tanggapan positif dari warga sekolah dan berkontribusi pada penguatan citra sekolah di ranah digital. Melalui publikasi ini, sekolah menengah kejuruan dapat menampilkan karya siswa sebagai portofolio institusional yang merepresentasikan kompetensi di bidang multimedia dan konten kreatif.

### Dampak Pelatihan terhadap Siswa

Berdasarkan kuesioner, wawancara, serta umpan balik peserta, pelatihan konten kreatif memberikan dampak positif terhadap pemahaman, kepercayaan diri, dan kesiapan siswa dalam memproduksi konten digital yang terarah dan profesional. Instrumen kuesioner diisi oleh 35 dari 36 peserta, dan data yang diperoleh dinilai representatif untuk menggambarkan persepsi peserta terhadap kualitas pelatihan serta dampaknya terhadap motivasi belajar, kepercayaan diri, dan aspirasi karier di bidang industri kreatif digital.

### Analisis Kuantitatif Deskriptif Hasil Kuesioner Pelatihan



**Gambar 5.** Rekapitulasi Keseluruhan Persepsi Peserta Pelatihan

Hasil analisis kuantitatif deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas peserta memberikan penilaian sangat positif pada seluruh indikator evaluasi. Pada sepuluh indikator yang diukur meliputi penguasaan materi pemateri, kejelasan dan keterstrukturannya penyampaian, relevansi dan kemudahan pemahaman materi, efektivitas media pembelajaran, manfaat workshop, peningkatan pemahaman personal branding, peningkatan kepercayaan diri, dukungan fasilitas, serta kepuasan keseluruhan. pada gambar 5. dijelaskan bahwa sekitar 75–83% responden menyatakan *sangat setuju*, sementara 17–25% menyatakan *setuju*. Respon netral hanya muncul pada sebagian kecil indikator ( $\leq 10\%$ ), dan tidak terdapat penilaian negatif pada seluruh aspek.

Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan dinilai efektif baik dari sisi substansi materi maupun metode penyampaian. Materi personal branding, visual identity, dan konten kreatif dipersepsikan relevan dengan kebutuhan siswa kelas XII yang sedang mempersiapkan diri menghadapi uji kompetensi, dunia kerja, serta pengembangan portofolio. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik, demonstrasi langsung, dan penggunaan media visual dinilai membantu siswa memahami konsep yang relatif aplikatif dan meningkatkan keberanian mereka untuk bereksperimen dalam produksi konten kreatif.

Tingginya persepsi positif peserta terhadap materi dan metode pelatihan menunjukkan kesesuaian pendekatan pembelajaran partisipatif dengan karakteristik siswa vokasi, sebagaimana ditegaskan dalam teori komunikasi partisipatif yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran (Servaes, 1999).

### Analisis Kualitatif Kritik dan Saran Peserta



**Gambar 6.** Word cloud tanggapan terbuka peserta terhadap pelaksanaan pelatihan konten kreatif.

Berdasarkan isian kritik dan saran pada kuesioner terbuka, mayoritas peserta menyampaikan apresiasi positif terhadap pelaksanaan pelatihan, sebagaimana tercermin pada visualisasi *word cloud* pada Gambar 6. Kata-kata seperti “keren”, “bagus”, “seru”, dan “pelatihannya sangat bagus” muncul dominan, yang menunjukkan bahwa kegiatan ini diterima dengan baik dan memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan bagi siswa.

Selain apresiasi, peserta juga menyampaikan masukan konstruktif yang relevan untuk pengembangan program ke depan. Beberapa siswa menilai durasi lomba pembuatan konten masih terlalu singkat, sementara masukan lain menyoroti perlunya penambahan waktu *ice breaking* dan pendalaman materi pelatihan. Terdapat pula harapan agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan lebih sering, dengan cakupan peserta yang lebih luas serta peningkatan bentuk apresiasi. Secara keseluruhan, kritik dan saran yang disampaikan bersifat membangun dan mencerminkan tingginya minat serta keterlibatan siswa, sehingga dapat dijadikan dasar evaluasi untuk penyempurnaan desain program di masa mendatang.

## Analisis Kualitatif Hasil Wawancara Peserta Pelatihan



**Gambar 7.** Respons dan kepercayaan diri siswa dalam sesi wawancara dan presentasi hasil pelatihan konten kreatif.

Hasil wawancara dengan peserta dan pemangku kepentingan menunjukkan bahwa pelatihan ini memberikan dampak signifikan terhadap cara pandang siswa mengenai potensi diri dan peluang karier di industri kreatif digital. Sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 7, siswa mengungkapkan bahwa mereka memandang pelatihan ini sebagai pengalaman belajar baru yang aplikatif dan relevan dengan praktik industri. Kepala Sekolah SMK Negeri 45 Jakarta menilai kegiatan ini tepat sasaran dan mendukung kompetensi kejuruan siswa, sementara dosen Universitas Paramadina menekankan pentingnya pelatihan ini dalam membangun literasi media, etika digital, dan kualitas konten.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan konten kreatif tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan diri, orientasi karier, serta inisiatif kolaboratif di lingkungan sekolah. Pelatihan ini berkontribusi pada pemberdayaan siswa sebagai generasi muda yang kreatif, adaptif, dan siap menghadapi tantangan industri kreatif digital, sekaligus memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan.

## Respons Institusional dan Implikasi Kemitraan Pendidikan



**Gambar 8.** Sambutan dan apresiasi Kepala SMK Negeri 45 Jakarta pada penutupan kegiatan pelatihan konten kreatif.

Pihak sekolah, termasuk kepala sekolah dan para guru, memberikan apresiasi yang tinggi terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan ini, sebagaimana ditunjukkan dalam sambutan penutup yang disampaikan oleh Kepala SMK Negeri 45 Jakarta, Ibu Desnila Sari, M.Pd. (lihat Gambar 4.4). Dalam sambutannya, beliau menyampaikan bahwa materi pelatihan dinilai relevan dan selaras dengan perkembangan industri kreatif digital. Kepala sekolah juga mengamati antusiasme siswa yang tinggi serta kemampuan mereka dalam mengikuti materi yang relatif padat dalam waktu pelaksanaan yang terbatas. Pihak sekolah berharap program serupa dapat dilanjutkan dan dikembangkan di masa mendatang karena dinilai berdampak positif terhadap kesiapan dan kompetensi siswa.

Bagi Universitas Paramadina selaku mitra pelaksana, keberhasilan kegiatan ini menjadi contoh implementasi program Corporate Social Responsibility (CSR) di bidang pendidikan digital. Kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan terbukti efektif dalam menjawab kebutuhan penguatan kompetensi praktis siswa serta mendorong sinergi berkelanjutan antara dunia pendidikan dan kebutuhan industri.

### Analisis Temuan Program dalam Perspektif Teoretis dan Pemberdayaan



**Gambar 9.** Partisipasi aktif siswa dalam sesi diskusi, presentasi, dan praktik selama pelatihan konten kreatif.

Temuan program menunjukkan bahwa penerapan pendekatan partisipatif dan pembelajaran berbasis pengalaman berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kapasitas dan agency siswa. Keterlibatan siswa dalam diskusi, presentasi, dan praktik langsung mencerminkan prinsip komunikasi partisipatif yang menekankan dialog dan keterlibatan aktif peserta (Servaes, 1999), serta experiential learning yang memandang pengalaman sebagai inti proses belajar (Kolb, 1984). Dari perspektif pemberdayaan, peningkatan kepercayaan diri dan inisiatif siswa dalam berkarya menunjukkan bertambahnya kapasitas individu untuk berpartisipasi secara produktif dalam ekosistem industri kreatif digital (Ife & Tesoriero, 2014).

Meskipun demikian, beberapa tantangan tetap ditemukan, terutama keterbatasan waktu pelaksanaan dan variasi tingkat kemampuan siswa dalam mengoperasikan perangkat dan perangkat lunak. Tantangan tersebut diatasi melalui penyampaian materi yang terfokus, penyediaan modul ringkas, serta dukungan fasilitas dari pihak sekolah. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kompetensi konten kreatif siswa, memberikan nilai tambah bagi sekolah melalui konten promosi yang berkualitas, serta memperkuat kemitraan antara sekolah dan universitas sebagai upaya pemberdayaan berkelanjutan.

#### IV. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat berupa pelatihan konten kreatif berbasis personal branding dan visual identity bagi siswa SMK Negeri 45 Jakarta berkontribusi pada penguatan kapasitas siswa sebagai subjek pemberdayaan digital melalui pendekatan pembelajaran partisipatif dan berbasis pengalaman. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan produksi konten digital, tetapi juga membangun kepercayaan diri, orientasi karier, serta kemampuan siswa dalam merepresentasikan identitas diri dan institusi secara profesional di ruang digital. Secara praktis, kegiatan ini memberikan nilai tambah bagi sekolah melalui penguatan citra digital dan keterlibatan siswa dalam pengelolaan media sosial, sekaligus menunjukkan efektivitas kolaborasi antara perguruan tinggi dan sekolah menengah kejuruan dalam menjembatani kebutuhan pendidikan vokasi dengan tuntutan industri kreatif digital. Temuan ini menegaskan bahwa model pelatihan konten kreatif yang terintegrasi dengan personal branding dan visual identity relevan untuk dikembangkan secara berkelanjutan sebagai strategi pemberdayaan generasi muda di lingkungan pendidikan vokasi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada SMK Negeri 45 Jakarta, khususnya kepada Kepala Sekolah, jajaran guru, serta seluruh siswa yang telah memberikan dukungan penuh, keterbukaan, dan partisipasi aktif sehingga kegiatan Pemberdayaan Masyarakat “Pelatihan Konten Kreatif Berbasis *Personal Branding* dan *Visual Identity*” dapat terlaksana dengan lancar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada dosen pengampu mata kuliah komunikasi korporat dan pemberdayaan social, Dr. Rini Sudarmanti dan sivitas akademika Program Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, atas arahan, pendampingan, dan dukungan akademik yang diberikan sepanjang perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Kontribusi tersebut menjadi fondasi penting dalam memastikan kegiatan ini tidak hanya bersifat aplikatif, tetapi juga memiliki landasan akademik yang kuat dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Kami berharap kolaborasi antara Universitas Paramadina dan SMK Negeri 45 Jakarta dapat terus berlanjut dan berkembang dalam program-program pengabdian masyarakat berikutnya, sebagai bentuk komitmen bersama dalam meningkatkan kapasitas generasi muda menghadapi tantangan industri kreatif digital yang terus berkembang.

#### REFERENSI

- Baccarella, C. V. (2019). Every picture tells a story – exploring personal branding communication activities on social media. Lecture Notes in Computer Science Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics, 11579, 22–33. ISSN 0302-9743. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-21905-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-21905-5_2)
- Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia ESDM. (2021, August 3). Pentingnya kompetensi membuat konten di era digital. Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral Republik Indonesia. <https://ppsdmaparatur.esdm.go.id/berita/pentingnya-kompetensi-membuat-konten-di-era-digital>

- Berndt, A. (2020). The brand identity of a football manager: The case of Arsène Wenger: An abstract. *Developments in Marketing Science Proceedings of the Academy of Marketing Science*, 315–316. ISSN 2363-6165. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-39165-2\\_126](https://doi.org/10.1007/978-3-030-39165-2_126)
- Deller, M. (2023). The same self/ie: Blurring academic, creative, and personal identity through the taking and sharing of self-portraits. In *Career Narratives and Academic Womanhood in the Spaces Provided* (pp. 237–252). <https://doi.org/10.4324/9781003240501-16>
- Foltyn, J. L. (2020). Enid Collins handbags: Branding, nostalgia and the power of the purse. In *Fashion Exploring Critical Issues* (pp. 231–240). [https://doi.org/10.1163/9781848881488\\_023](https://doi.org/10.1163/9781848881488_023)
- Habibi, Z. (2020). Book, craft and vintage suitcase: Everyday media practice in creative collectives. *Continuum*, 34(1), 117–132. ISSN 1030-4312. <https://doi.org/10.1080/10304312.2019.1703901>
- Hill, J. (2021). The metaphysical quality that gives a visual identity mark its sway. *Southern Semiotic Review*, 2021(15), 8–34. ISSN 2202-2783. <https://doi.org/10.33234/SSR.15.1>
- Hong, J. W. (2023). The politics of colors: The chronicle of colors for South Korean political parties and their leaders. *Archives of Design Research*, 36(1), 341–355. ISSN 1226-8046. <https://doi.org/10.15187/ADR.2023.02.36.1.341>
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2014). *Community development: Community-based alternatives in an age of globalisation* (4th ed.). Pearson Education.
- 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>
- Karamullaoglu, N. (2019). A sociohistorical analysis of packaging design: A case study of the Turkish pasta brand Piyale. *Journal of Historical Research in Marketing*, 11(3), 317–338. ISSN 1755-750X. <https://doi.org/10.1108/JHRM-04-2018-0016>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024). Laporan statistik pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2024. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/47937/laporan-statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-2024/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/47937/laporan-statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-2024/0/berita_satker)
- Khamis, S. (2021). Sonic branding and the aesthetic infrastructure of everyday consumption. *Popular Music*, 40(2), 281–296. ISSN 0261-1430. <https://doi.org/10.1017/S0261143021000118>
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kurniawan, D., & Pratiwi, A. (2021). Pengaruh personal branding terhadap minat berkarier di bidang industri kreatif digital pada generasi muda. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(2), 123–134. <https://doi.org/10.46937/19202141234>
- Marwanta, Y. Y. (2024, December 13). Kreativitas dan inovasi di era digital: Modal generasi masa depan. *Kedaulatan Rakyat*, 10.

- Nasution, A. (2019). Literasi digital untuk siswa di era 4.0. Rajawali Pers.
- Poon, S. T. F. (2022). Preliminary report on doodling's cultural role as intentional art: A study of youth perceptions of aesthetic self-expression and idea helper in branding. *International Symposium on Graphic Engineering and Design*, 717–719. ISSN 2620-1429. <https://doi.org/10.24867/GRID-2022-p78>
- Rahmawati, N., & Suryadi, K. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan kreativitas dan literasi digital siswa sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(3), 315–324. <https://doi.org/10.21831/jpv.v10i3.34567>
- Servaes, J. (1999). *Communication for development: One world, multiple cultures*. Hampton Press.
- Tullio-Pow, S. (2022). Clothing taskscape as an approach toward assessment of user needs. *Clothing and Textiles Research Journal*, 40(1), 19–36. ISSN 0887-302X. <https://doi.org/10.1177/0887302X20968818>