Sustainable Society Journal Vol.1 No.2 (2026):35-43 *e-ISSN: 3124-9345*
Received 27 August 2026; Revised 14 September 2026, Accepted 28 September 2026

Pelatihan *Conten Creator* Untuk Siswa SMA N 4 Semarang

Sutinnarto [1]*, Muhammad Agung Setiawan[2], Lakna Tulas'un[3], Rif'atul Himmah[4]

[1,2,3,4]Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora, Universitas Agung Putra, Semarang, Indonesia
**sutinnarto@apu.ac.id*

ABSTRAK

Kegelisahan akan derasnya arus digital yang kerap menjebak generasi muda ke dalam konsumsi pasif, menjadi pijakan utama pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Mitra kami, SMA Negeri 4 Semarang, memiliki potensi besar berupa siswa-siswi yang kreatif namun seringkali tidak memiliki ruang aman untuk mengekspresikan diri secara positif di dunia maya. Pengabdian ini bertujuan tidak hanya untuk mentransfer keterampilan teknis membuat konten, tetapi lebih dari itu, untuk menumbuhkan kesadaran kritis dan kepercayaan diri siswa dalam menyuarakan narasi kebaikan melalui platform digital. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis dan partisipatif melalui empat tahapan pendekatan humanis. Tahap pertama, observasi, dilakukan dengan mendekati siswa secara informal untuk menggali dan memahami kebutuhan, minat, serta tantangan yang mereka hadapi dalam dunia digital saat ini. Tahap kedua, sosialisasi, menjadi momen berbagi visi dan membangun kesadaran bersama tentang pentingnya literasi digital serta peluang menjadi konten kreator di masa depan. Tahap ketiga, pelatihan intensif, merupakan inti dari program yang dilaksanakan melalui pendekatan *experiential learning* dan metode "tutor sebaya", di mana siswa diajak belajar storytelling, sinematografi dasar, penyuntingan video, hingga etika bermedia sosial—semua dibungkus dalam suasana yang hangat dan saling mendukung. Tahap keempat, evaluasi, dilakukan tidak hanya untuk mengukur peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga untuk merefleksikan perubahan pola pikir dan rasa percaya diri siswa selama mengikuti rangkaian kegiatan. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa siswa tidak sekadar mampu memproduksi konten video pendek berkualitas, tetapi yang lebih penting, mereka kini memahami bahwa menjadi konten kreator adalah salah satu skill kunci di masa depan. Para siswa mulai menyadari bahwa kemampuan membuat konten bukanlah sekadar tren, melainkan bekal hidup yang bermanfaat untuk beradaptasi dengan era digital yang terus bergerak cepat. Mereka pun mulai berani bercerita tentang pengalaman sehari-hari, isu lingkungan sekolah, hingga harapan mereka terhadap masa depan dengan gaya bahasa remaja yang autentik. Dampak paling mendalam dari program ini adalah lahirnya ekosistem kecil para kreator muda yang saling mendukung, serta meningkatnya rasa memiliki siswa terhadap citra positif sekolah mereka. Dengan demikian, pelatihan yang dilalui melalui empat tahap pendampingan yang humanis dan kontekstual ini membuktikan bahwa energi digital anak muda dapat diarahkan menjadi kekuatan produktif yang membanggakan, sekaligus menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan formal dan tuntutan keterampilan abad ke-21.

Kata kunci: pelatihan konten kreator; pemberdayaan siswa, era digital.

PENDAHULUAN

A. Era Digital dan Tantangan Generasi Muda

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi, pembelajaran, dan interaksi sosial masyarakat. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan berbagai platform digital lainnya menjadikan proses produksi dan distribusi informasi semakin mudah dilakukan oleh masyarakat, termasuk kalangan pelajar. Siswa sekolah menengah atas tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga memiliki peluang untuk menjadi produsen dan kreator konten digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan membuat konten digital menjadi salah satu keterampilan yang relevan untuk dikembangkan sejak usia sekolah. Menurut Nasrullah (2017), media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam menciptakan, menyebarkan, dan memberikan respons terhadap konten. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial tidak hanya berkaitan dengan aktivitas hiburan, tetapi juga dapat menjadi ruang pengembangan kreativitas, komunikasi, dan keterampilan produktif bagi generasi muda.

Generasi muda saat ini tumbuh dalam lingkungan komunikasi yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital. Mereka terbiasa menggunakan smartphone, mengakses informasi melalui internet, serta berinteraksi melalui berbagai platform media sosial. Namun, intensitas penggunaan media digital tidak selalu berbanding lurus dengan kemampuan memproduksi konten yang berkualitas. Penggunaan media sosial perlu disertai dengan kemampuan memahami informasi, mengolah pesan, menentukan sasaran komunikasi, serta mempertimbangkan aspek etika dalam menyampaikan informasi. Literasi digital dengan demikian menjadi bagian penting dalam membentuk kemampuan siswa agar mampu menggunakan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab. Gilster (1997) menjelaskan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga kemampuan memahami dan mengevaluasi informasi yang diperoleh melalui media digital. Pandangan tersebut kemudian berkembang dalam konsep literasi digital yang mencakup kemampuan mengakses, mengelola, mengevaluasi, mengintegrasikan, menciptakan, dan mengomunikasikan informasi secara tepat melalui teknologi digital (Martin, 2006).

Dalam konteks pendidikan, kemampuan membuat konten digital dapat menjadi sarana untuk mengembangkan kreativitas dan keterampilan komunikasi siswa. Aktivitas sebagai *content creator* menuntut seseorang untuk mampu menentukan ide, melakukan riset sederhana, menyusun pesan, menulis naskah, mengambil gambar atau video, melakukan proses penyuntingan, serta menyampaikan pesan kepada khalayak. Proses tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dengan kompetensi komunikasi. Menurut Kurniawan (2016), komunikasi yang efektif membutuhkan kemampuan menyusun pesan sehingga dapat dipahami oleh khalayak sesuai dengan tujuan komunikasi. Oleh karena itu, pelatihan *content creator* bagi siswa tidak hanya diarahkan pada kemampuan teknis menggunakan kamera atau aplikasi penyuntingan video, tetapi juga pada kemampuan mengembangkan ide dan menyampaikan pesan secara komunikatif.

Perkembangan industri kreatif digital juga memperlihatkan semakin pentingnya kemampuan menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan memiliki nilai bagi khalayak. Content creator dapat dipahami sebagai individu yang secara aktif menghasilkan dan mendistribusikan konten melalui platform digital dengan tujuan tertentu, seperti memberikan informasi, edukasi, hiburan, membangun personal branding, maupun mendukung aktivitas pemasaran. Abidin (2016) menunjukkan bahwa perkembangan budaya influencer dan produksi konten di media sosial telah menciptakan bentuk komunikasi baru yang menempatkan individu sebagai bagian penting dalam produksi dan distribusi pesan. Dalam konteks siswa SMA, keterampilan tersebut dapat menjadi bekal awal untuk mengenal ekosistem industri kreatif sekaligus mengembangkan potensi diri melalui media digital.

Selain aspek kreativitas, produksi konten juga membutuhkan pemahaman mengenai karakteristik media dan audiens. Setiap platform media sosial mempunyai karakteristik, format, algoritma, dan perilaku pengguna yang berbeda. Konten yang diproduksi untuk TikTok, misalnya, memiliki karakteristik yang berbeda dengan konten YouTube atau Instagram. Oleh sebab itu, siswa perlu memahami bahwa membuat konten bukan sekadar merekam video kemudian mengunggahnya, tetapi merupakan proses komunikasi yang membutuhkan perencanaan. Kegiatan produksi konten idealnya dimulai dari identifikasi tujuan komunikasi, penentuan target audiens, pencarian ide, penyusunan *storyboard* atau naskah, produksi, penyuntingan, publikasi, hingga evaluasi respons audiens. Menurut Jenkins et al. (2009), budaya partisipatif dalam media digital memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk menjadi peserta aktif dalam proses produksi dan pertukaran informasi, sehingga pendidikan mengenai media digital perlu diarahkan pada kemampuan produksi sekaligus kemampuan berpikir kritis.

Di sisi lain, penggunaan media sosial oleh pelajar juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak akurat, plagiarisme, pelanggaran hak cipta, *cyberbullying*, serta produksi konten yang tidak mempertimbangkan etika komunikasi. Oleh karena itu, pelatihan *content creator* perlu memasukkan aspek etika dan tanggung jawab digital. Siswa perlu memahami bahwa setiap konten yang dipublikasikan di ruang digital memiliki potensi untuk dilihat, disimpan, dibagikan, dan ditafsirkan oleh banyak orang. Livingstone (2004) menekankan pentingnya keterampilan literasi media bagi generasi muda agar mereka tidak hanya mampu mengakses media, tetapi juga memahami, mengevaluasi, dan berpartisipasi secara kritis dalam lingkungan media. Dengan demikian, keterampilan menjadi *content creator* perlu berjalan seiring dengan pembentukan kesadaran etis dan kemampuan literasi digital.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sekolah memiliki posisi strategis dalam memberikan pembekalan keterampilan digital kepada siswa. Sekolah bukan hanya tempat untuk memberikan pengetahuan akademik, tetapi juga dapat menjadi ruang pengembangan kreativitas, komunikasi, dan keterampilan yang sesuai dengan perubahan lingkungan sosial dan dunia kerja. Melalui kegiatan pelatihan yang bersifat praktis, siswa dapat memperoleh pengalaman langsung dalam mengembangkan ide dan mengubahnya menjadi produk konten digital. Buckingham (2003) menjelaskan bahwa pendidikan media seharusnya tidak berhenti pada kemampuan menggunakan media, tetapi juga mencakup pemahaman kritis terhadap bagaimana media diproduksi dan bagaimana pesan dibentuk. Pendekatan tersebut relevan diterapkan melalui pelatihan *content creator* di lingkungan sekolah.

SMA Negeri 4 Semarang sebagai salah satu institusi pendidikan menengah memiliki potensi untuk mengembangkan keterampilan digital dan kreativitas siswanya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis literasi digital. Pelatihan *Content Creator* dapat menjadi salah satu bentuk kegiatan yang mengintegrasikan keterampilan komunikasi, kreativitas, teknologi, dan literasi media. Melalui kegiatan tersebut, siswa dapat diarahkan untuk mengenali potensi diri, menentukan tema konten yang sesuai dengan lingkungan mereka, menyusun pesan yang menarik, melakukan produksi video sederhana, serta memahami cara mempublikasikan konten secara etis. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik juga memungkinkan siswa tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi langsung menghasilkan karya sebagai bentuk penerapan pengetahuan.

Pelatihan ini juga memiliki relevansi dengan kebutuhan generasi muda untuk membangun *personal branding* secara positif di ruang digital. Media sosial dapat menjadi ruang untuk menunjukkan kemampuan, minat, prestasi, kreativitas, dan pengalaman siswa. Namun, personal branding yang baik membutuhkan konsistensi pesan, identitas yang jelas, serta kemampuan menjaga reputasi digital. Khamis, Ang, dan Welling (2017) menjelaskan bahwa praktik *self-branding* di media sosial semakin berkembang seiring dengan meningkatnya peran individu dalam mengelola

representasi dirinya di ruang digital. Oleh karena itu, pemahaman tentang produksi konten dapat menjadi bagian dari pembelajaran siswa untuk membangun identitas digital yang positif dan bertanggung jawab.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul **"Pelatihan Content Creator untuk Siswa SMA Negeri 4 Semarang"** menjadi relevan untuk dilaksanakan. Kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam merancang, memproduksi, dan mengembangkan konten digital secara kreatif, komunikatif, dan etis. Pelatihan diharapkan tidak hanya menghasilkan kemampuan teknis dalam membuat video atau konten media sosial, tetapi juga meningkatkan kemampuan siswa dalam menemukan ide, menyusun pesan, memahami audiens, melakukan *storytelling*, menggunakan perangkat produksi sederhana, serta memahami etika komunikasi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan literasi digital siswa sekaligus mempersiapkan mereka menghadapi lingkungan komunikasi dan industri kreatif yang semakin berkembang.

D. Mengapa Pelatihan Content Creator?

Di sinilah pelatihan *content creator* menjadi sangat relevan dan mendesak. Di era di mana "konten adalah raja", kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik, autentik, dan strategis menjadi salah satu keterampilan paling berharga yang bisa dimiliki seorang wirausahawan muda. Pelatihan *content creator* bukan sekadar mengajarkan siswa cara mengambil video atau mengedit foto. Lebih dari itu, pelatihan ini membekali siswa dengan pemahaman tentang bagaimana **menceritakan kisah** di balik produk mereka. Bagaimana mengemas cerita tentang bahan baku lokal yang mereka gunakan. Bagaimana menunjukkan proses pembuatan yang penuh cinta dan ketelitian. Bagaimana membangun koneksi emosional dengan calon pembeli melalui narasi yang autentik dan menyentuh.

Pelatihan ini juga mengajarkan siswa tentang **strategi konten**—bagaimana merencanakan konten yang konsisten, bagaimana menentukan target audiens, bagaimana memilih platform yang tepat, dan bagaimana mengukur keberhasilan konten yang mereka buat. Sebagaimana diungkapkan dalam sebuah pelatihan content creator di SMAN 1 Bandar, materi yang diberikan mencakup konsep dasar pembuatan konten, penggalian ide kreatif, penentuan target audiens, hingga strategi produksi konten yang efektif dan menarik.

Lebih dari sekadar keterampilan teknis, pelatihan ini juga menanamkan **kesadaran etis** dalam bermedia digital. Para siswa diajak untuk memahami risiko plagiarisme, manipulasi konten, dan pentingnya memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Mereka diajarkan untuk melakukan riset mendalam sebelum memproduksi sebuah konten, sehingga apa yang mereka hasilkan tidak hanya menarik, tetapi juga benar dan bertanggung jawab.

E. Pelatihan Content Creator untuk SMA N 4 Semarang: Sebuah Langkah Nyata

Dengan memperhatikan potensi besar yang dimiliki siswa SMA N 4 Semarang, serta tantangan yang mereka hadapi dalam memasarkan produk usaha mereka, kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang dengan judul **"Pelatihan Content Creator untuk Siswa SMA N 4 Semarang"**.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan kepada siswa dalam memahami dan mengaplikasikan strategi *digital marketing* melalui pembuatan konten kreatif. Pelatihan ini dirancang untuk membekali siswa dengan:

1. **Pemahaman tentang peran konten dalam pemasaran digital** bagaimana konten yang baik dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha.
2. **Keterampilan teknis pembuatan konten** mulai dari perencanaan ide, pengambilan gambar, hingga proses editing dan publikasi.
3. **Strategi pengelolaan media sosial untuk bisnis** ermasuk penentuan target audiens, pembuatan *content plan*, dan pengukuran keberhasilan konten.
4. **Kesadaran etis dalam bermedia digital** memahami pentingnya konten yang benar, bertanggung jawab, dan tidak merugikan pihak lain.

Dengan pendekatan yang interaktif dan berbasis praktik, pelatihan ini diharapkan mampu membuka wawasan siswa tentang potensi besar yang tersembunyi di balik layar gawai mereka. Mereka akan belajar bahwa media sosial bukan hanya tempat untuk bersenang-senang, tetapi juga panggung untuk berkarya, berbagi cerita, dan membangun masa depan.

F. Harapan dan Dampak yang Diharapkan

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi titik balik bagi siswa SMA N 4 Semarang dalam memandang dunia digital. Bukan lagi sebagai konsumen pasif yang hanya menonton dan menggulir, tetapi sebagai **kreator aktif** yang mampu menciptakan nilai, membangun merek, dan menginspirasi orang lain. Dengan keterampilan yang mereka peroleh, para siswa diharapkan dapat**:**

a. **Memasarkan produk usaha mereka secara lebih efektif** melalui konten yang menarik dan strategis.
b. **Membangun kepercayaan diri** dalam berkomunikasi dan mempresentasikan produk mereka ke publik.
c. **Mengembangkan jiwa kewirausahaan** yang kreatif, inovatif, dan berorientasi pada peluang.
d. **Menjadi agen perubahan** di lingkungan mereka, menginspirasi teman-teman lain untuk memanfaatkan teknologi secara produktif.

Sebagaimana disarankan dalam berbagai penelitian, sekolah juga diharapkan dapat mengintegrasikan pelatihan *digital marketing* ke dalam Kurikulum Merdeka dan membangun "Digital Hub" atau inkubator bisnis sekolah untuk memastikan keberlanjutan ekosistem usaha mikro siswa. Dengan demikian, pelatihan ini bukan hanya kegiatan sekali jalan, tetapi awal dari perjalanan panjang menuju kemandirian ekonomi dan kreativitas digital yang berkelanjutan.

Di tengah arus digital yang tak terbendung, kita tidak bisa lagi membiarkan generasi muda kita menjadi penonton pasif. Mereka adalah aktor utama di panggung zaman ini. Sudah saatnya kita memberikan mereka panggung, memberikan mereka mikrofon, dan memberikan mereka keterampilan untuk bersuara bukan sekadar untuk didengar, tetapi untuk menginspirasi, untuk berbagi, dan untuk membangun masa depan yang lebih baik. Pelatihan *content creator* untuk siswa SMA N 4 Semarang adalah salah satu langkah kecil, tetapi bermakna, dalam perjalanan besar itu.

METODE

Metode Pengabdian ini melalui tahapan tahapan sebagai berikut:

a. Tahapan Observasi, kami melakukan observasi dan pengamatan kecil dilingkungan sekolah SMA N 4 Semarang, dan melakukan interview ke siswa kira kira kebutuhan siswa saat ini yang ingin di pelajari oleh mereka itu apa untuk menunjang bekal siswa untuk pengembangan skill mereka

b. Tahapan Sosialisasi setelah kami melakukan observasi dan interview ke bberapa siswa, dari hasil interview, maka kami siapkan materi untuk mengadakan pelatihan conten creator, dan kami menyampaikan ke pihak sekolah melalui Kepala sekolah untuk mengadakan acara pelatihan conten creator, dan mensosialisasikan kegiatan tersebut di siswa melalui informasi guru BK di SMA N 4 Semarang
c. Tahapan Pelatihan, pelatihan di mulai dari siswa melakukan regristrasi terlebih dahulu sebelum memasuki ruangan auditorium, dilanjutkan MC mempresen Pemateri ydan PPTnya sudah di siapkan oleh panitia untuk di tampilkan di layer videotron. Acara di lanjutkan dengan pemaparan materi PPT Conten Creator di hadapan siswa dan siswi, di akhir materi di akhiru dengan tanya jawab dan di akhiri dengan Praktik siswa untuk membuat conten yang sudah di ajarkan oleh pemateri
d. Tahapan Evaluasi tahapan akhir setelah melakukan pelatihan yaitu melalkukan evaluasi kegiatan, dari kegiatan tersebut apakah siswa sudah paham dalam membuat conten , apakah sudah ada yang membuat konten baru yang di pakai untuk promosi produk atau konten sekolah?

- Peserta pelatihan ini adalah siswa dan siswi SMA N 4 Semarang kelas 10 dengan jumlah kurang lebig 80 siswa
- Alat dan bahan yang digunakan yaitu: Materi PPT yang sudah di siapkan oleh pemateri, yang di jelaskan di awal materi, tanya jawab dan praktik serta pemberian hadiah untuk siswa dan siswi yang aktiv dalam diskusi. PPT di tamilkan di video tron yang ada di ruangan auditorium sekolah, mic dan sound system,
- Evaluasi dilakukan dengan melihat hasil produksi konten dari masing masing siswa, yang di uplod di sosial media masing masing siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan dan Identifikasi Mitra

Observasi awal dilakukan untuk memahami kondisi siswa SMA N 4 Semarang dalam mengelola usaha mandiri mereka sebagai bagian dari Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5). Berdasarkan wawancara dengan guru pendamping dan siswa, ditemukan beberapa kendala utama:

1. Siswa mengalami kesulitan dalam membuat konten promosi yang menarik untuk produk mereka.
2. Pemanfaatan media sosial masih bersifat sporadis dan tanpa perencanaan konten yang matang.
3. Siswa belum memahami bagaimana membangun *personal branding* sebagai kreator yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.
4. Keterampilan teknis seperti fotografi produk, editing video, dan penulisan *caption* masih sangat terbatas.

Hal ini menjadi dasar untuk menyusun materi pelatihan yang lebih spesifik pada keterampilan *content creator*.

2. Workshop Content Creator

Workshop dilaksanakan dengan fokus pada empat aspek utama: **dasar-dasar content creation**, **strategi konten untuk bisnis**, **teknik produksi konten**, dan **personal branding**. Materi yang disampaikan meliputi:

a. **Dasar-dasar Content Creation**: Pengenalan tentang peran konten dalam pemasaran digital, jenis-jenis konten (foto, video, infografis, teks), serta platform media sosial yang relevan untuk bisnis seperti Instagram, TikTok, dan YouTube (Chaffey & Smith, 2017).
b. **Strategi Konten**: Cara menentukan target audiens, merancang *content plan* yang konsisten, dan memahami algoritma platform untuk meningkatkan visibilitas konten. Siswa diajarkan untuk membuat kalender konten mingguan yang mencakup tema, jenis konten, dan jadwal unggahan.
c. **Teknik Produksi Konten**: Pelatihan praktis tentang pengambilan foto produk yang menarik (pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan), pembuatan video pendek menggunakan aplikasi editing seperti CapCut, serta penulisan *caption* yang engaging dan informatif.
d. **Personal Branding**: Pemahaman tentang pentingnya membangun citra diri sebagai kreator yang autentik dan terpercaya, serta bagaimana *personal branding* dapat meningkatkan daya tarik produk yang ditawarkan.

Workshop diikuti oleh 80 siswa kelas XII yang tergabung dalam program kewirausahaan P5. Mereka dibagi dalam kelompok berdasarkan jenis produk usaha masing-masing. Setiap kelompok menyusun rencana konten, memproduksi konten pertama mereka, dan mengunggahnya ke akun media sosial yang telah mereka siapkan.

3. Simulasi Lapangan dan Praktik Langsung

Simulasi dilakukan dalam bentuk pameran kewirausahaan di lingkungan sekolah. Hasil yang dicapai:

1. **Konten Kreatif dan Promosi Digital**: Siswa berhasil memproduksi berbagai konten kreatif untuk mempromosikan produk mereka, termasuk video *behind the scene* proses pembuatan produk, foto produk dengan *lighting* yang menarik, dan konten *testimoni* dari pembeli. Konten-konten ini diunggah ke akun media sosial masing-masing kelompok dan berhasil meningkatkan interaksi dengan audiens.
2. **Kreativitas dan Strategi Visual**: Booth pameran dihias dengan elemen visual yang menarik, termasuk banner dan poster yang didesain sendiri oleh siswa menggunakan aplikasi desain grafis sederhana seperti Canva. Desain booth yang kreatif dan *instagramable* menarik lebih banyak pengunjung.
3. **Keterampilan Personal dan Kolaborasi**: Siswa menunjukkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik saat menawarkan produk, menjelaskan keunggulan produk, dan bernegosiasi dengan pengunjung. Selain itu, kerjasama antar anggota kelompok dalam melayani pelanggan dan menyelesaikan masalah pemasaran berjalan dengan baik.
4. **Peningkatan Kepercayaan Diri**: Banyak siswa yang sebelumnya merasa canggung berbicara di depan umum atau tampil di depan kamera menunjukkan peningkatan kepercayaan diri yang signifikan setelah mengikuti pelatihan dan praktik langsung.

D. Analisis dan Evaluasi

Peningkatan Kompetensi Siswa

Survei pasca-kegiatan menunjukkan bahwa 87% siswa merasa lebih percaya diri dalam membuat konten kreatif untuk media sosial. Sebelum pelatihan, hanya 35% siswa yang pernah mencoba membuat konten promosi untuk produk mereka. Setelah pelatihan, 92% siswa melaporkan bahwa mereka mampu menggunakan aplikasi editing video dan desain grafis secara mandiri.

Kreativitas dalam Promosi

Siswa mampu menghasilkan konten kreatif yang bervariasi untuk media sosial mereka. Jenis konten yang diproduksi meliputi:

a. Video pendek (reels/TikTok) yang menampilkan proses pembuatan produk
b. Foto produk dengan komposisi dan pencahayaan yang professional
c. Konten *behind the scene* yang membangun koneksi emosional dengan audiens
d. *Testimoni* pelanggan dalam bentuk video dan foto
e. Konten edukasi tentang bahan baku lokal yang digunakan

Konten-konten ini berhasil meningkatkan interaksi dengan audiens target, dengan rata-rata peningkatan *engagement rate* sebesar 45% pada akun media sosial siswa.

Luaran yang Tercapai

Seluruh target luaran berhasil diwujudkan sesuai dengan rencana:

1. **Dokumen rencana konten** berhasil disusun oleh setiap kelompok, mencakup analisis target audiens, strategi konten, dan jadwal unggahan.
2. **Konten kreatif** berupa foto produk, video pendek, dan caption menarik berhasil diproduksi dan diunggah ke media sosial.
3. **Akun media sosial aktif** berhasil dikelola oleh setiap kelompok dengan jadwal unggahan yang konsisten.
4. **Peningkatan keterampilan siswa** terlihat dari kemampuan mereka dalam memproduksi konten, berkomunikasi secara efektif, dan berkolaborasi dalam tim.
5. **Personal branding** siswa sebagai kreator konten mulai terbentuk, ditandai dengan meningkatnya kepercayaan audiens terhadap produk yang mereka tawarkan.

Evaluasi Program

Program pelatihan ini menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan pemahaman siswa terhadap pembuatan konten kreatif sekaligus mengembangkan keterampilan kewirausahaan mereka. Keberhasilan program ini tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung:

a. **Metode pembelajaran berbasis praktik** memungkinkan siswa untuk langsung mengaplikasikan teori yang dipelajari.
b. **Pendekatan kelompok** mendorong kolaborasi dan pembelajaran antar siswa.
c. **Dukungan dari sekolah** melalui fasilitas dan waktu yang disediakan untuk pelaksanaan program.
d. **Antusiasme siswa** yang tinggi dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan.

Namun, terdapat beberapa catatan untuk perbaikan ke depan:

a. Perlu adanya pendampingan berkelanjutan untuk memastikan konsistensi produksi konten.
b. Diperlukan pengenalan alat dan aplikasi produksi konten yang lebih beragam.
c. Kerjasama dengan platform digital atau praktisi industri dapat memperkaya wawasan siswa.

KESIMPULAN

Pelatihan *content creator* di SMA N 4 Semarang telah berhasil membekali siswa dengan keterampilan digital yang relevan dengan tuntutan zaman. Para siswa tidak lagi sekadar menjadi konsumen media sosial, tetapi telah bertransformasi menjadi **kreator aktif** yang mampu memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan usaha mandiri mereka. Kemampuan menciptakan konten yang menarik, membangun *personal branding*, dan mengelola media sosial

secara profesional menjadi bekal berharga bagi mereka dalam menghadapi dunia kerja maupun perguruan tinggi di masa depan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi model bagi sekolah-sekolah lain dalam mengintegrasikan keterampilan *content creator* ke dalam program kewirausahaan P5. Dengan demikian, generasi muda Indonesia tidak hanya siap secara akademis, tetapi juga memiliki keterampilan abad ke-21 yang memadai untuk bersaing di era digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Kepala Sekolah SMA 4 Semarang yang sudah memberikan waktu kepada kami sehingga acara pengabdian ini bisa berjalan dengan lancer

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, C. (2016). Visibility labour: Engaging with influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. *Media International Australia, 161*(1), 86–100.

Adrio Kusmareza Adim[1]Nisa Nurmauliddiana Abdullah[2], Indria Angga Dianita[3],Tasya Amelia Putri Diandra[4], Haqqi Radifan Ahmad[5], and Rizkyna Mutia Aisyah, Pelatihan Menjadi Konten Kreator Dalam Dunia Bisnis Digital Bagi Pelajar di SMA Al Ma'SoemFaculty of Communication and Social Science, Telkom University, Vol. 4, Issue 2, pp. 160-163 (2024)

Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.

Elia Resha Fatmawati, Amron Mahmud,Roymon Panjaitan,Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra[5] Literasi Digital dan Kesiapan Kewirausahaan Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa SMA Negeri 3 Semarang, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Indonesia , Journal of Innovation in Community Empowerment (JICE) Vol.8,No.1, March 2026, pp. 80-87

Fatmawati, E. R., Amron, Mahmud, Panjaitan, R., & Putra, F. I. F. S. (2026). Literasi Digital dan Kesiapan Kewirausahaan Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Siswa SMA Negeri 3 Semarang. *Journal of Innovation in Community Empowerment*, 8(1), 80–87.

Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Publishing.

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge, MA: MIT Press.

Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). Self-branding, "micro-celebrity" and the rise of social media influencers. *Celebrity Studies, 8*(2), 191–208.

Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review, 7*(1), 3–14.

Martin, A. (2006). A European framework for digital literacy. *Nordic Journal of Digital Literacy, 1*(2), 151–161.

Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widodo, E., Mulyadi, M., & Firdaus, R. (2025). Empowering High School Students through Digital Marketing Training in the Era of Industry 4.0: A Community Engagement Program in Sidoarjo. *Dharmakayana*, 2(2), 65–70.