

# Implementasi Edukasi Literasi Digital melalui Pembelajaran *Content Management System* dan Algoritma Media Sosial Siswa

Ilham Adi Wicaksono<sup>a,1</sup>, Fatur Ramdan Hidayat<sup>a,2</sup>, Risna Nurul Octavani<sup>a,3</sup>, Ratih Purwasih<sup>a,4</sup>, Uut Uliyati Dewi<sup>a,5</sup>, Feby Charlos<sup>b,6</sup>

<sup>a</sup>Jl. Lintas Serang - Jakarta, Kampung Malandang, Kelurahan Kelodran, Kecamatan Walantaka, Kota Serang, Banten 42183.

<sup>1</sup> [ilhamadiwicaksono29@gmail.com](mailto:ilhamadiwicaksono29@gmail.com) <sup>2</sup> [faturh24@gmail.com](mailto:faturh24@gmail.com) <sup>3</sup> [risnanav30@gmail.com](mailto:risnanav30@gmail.com) <sup>4</sup> [ratihpur29@gmail.com](mailto:ratihpur29@gmail.com) <sup>5</sup> [uutuliyatidewi35@gmail.com](mailto:uutuliyatidewi35@gmail.com) <sup>6</sup> [dosen03351@unpam.ac.id](mailto:dosen03351@unpam.ac.id)

\*corresponding author : [dosen03351@unpam.ac.id](mailto:dosen03351@unpam.ac.id)

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima : 3 Juni 2026 Direvisi : 18 Juni 2026 Diterbitkan : 25 Juni 2026	Perkembangan teknologi digital menuntut institusi pendidikan dan siswa adaptif dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi strategis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital siswa kelas XI dan XII di SMAN 1 Petir melalui penguatan manajemen konten. Permasalahan utama mitra adalah adanya miskonsepsi siswa yang menganggap media sosial sebatas sarana hiburan dan pencarian pengikut secara instan. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi koordinasi, pemaparan materi strategi algoritma, serta demonstrasi audiovisual berbasis bedah video promosi perguruan tinggi, dengan evaluasi kognitif melalui <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> . Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman siswa secara signifikan, di mana nilai rata-rata kognitif peserta mencapai hasil sempurna pada tes akhir. Penerapan konsep gamifikasi dan <i>reward system</i> juga efektif menjaga fokus kognitif siswa di tengah kendala teknis keterbatasan audio dan kelelahan waktu. Kontribusi utama kegiatan ini adalah keberhasilan meluruskan miskonsepsi fungsi media sosial menjadi media penjenamaan ( <i>branding</i> ) institusi yang terstruktur. Sebagai bentuk keberlanjutan, diperlukan program pendampingan lanjutan mengenai produksi dan penyuntingan video bagi pengelola media sosial sekolah.
<b>Kata Kunci:</b> Literasi Digital Media Sosial Video Promosi Manajemen Konten Algoritma	

## I. Pendahuluan

### A. Analisis Situasi

Perkembangan teknologi informasi yang masif telah mengubah lanskap komunikasi global, di mana identitas digital kini menjadi aset krusial bagi institusi pendidikan untuk membangun branding dan kepercayaan publik [1]. Di era transformasi digital ini, penggunaan media sosial bukan sekadar tren gaya hidup, melainkan kebutuhan strategis untuk meningkatkan keterlibatan pemangku kepentingan, mulai dari siswa, orang tua, hingga masyarakat luas [2]. Tantangan utama bagi sekolah menengah saat ini adalah bagaimana mengelola kehadiran digital mereka agar tetap relevan di tengah persaingan institusi yang semakin kompetitif, di mana citra visual dan kecepatan informasi menjadi penentu daya tarik sebuah instansi pendidikan.

SMAN 1 Petir, yang berlokasi di Kabupaten Serang, merupakan salah satu institusi pendidikan yang memiliki potensi akademik dan non-akademik yang sangat besar. Berdasarkan observasi awal, lingkungan sekolah ini didominasi oleh generasi Z yang sangat lekat dengan perangkat seluler dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Namun, terdapat kontras yang cukup signifikan; meskipun siswa sangat aktif mengonsumsi konten di platform seperti Instagram dan TikTok, aktivitas tersebut mayoritas masih bersifat hiburan pribadi. Potensi besar siswa sebagai penggerak publikasi digital belum diarahkan secara terstruktur untuk mendukung narasi positif dan penguatan branding sekolah di ruang publik digital.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, terlihat dinamika yang unik di lapangan. Kegiatan ini melibatkan kolaborasi lintas disiplin yang cukup besar, terdiri dari 15 mahasiswa yang terbagi dalam tiga kelompok serta didampingi oleh empat orang dosen. Kondisi ini menciptakan atmosfer akademik yang sangat kental di lingkungan SMAN 1 Petir. Menariknya, selama interaksi berlangsung, antusiasme siswa tidak hanya terpaku pada materi teknis, tetapi juga sangat tinggi terhadap figur mahasiswa sebagai representasi masa depan mereka di jenjang perguruan tinggi. Banyaknya pertanyaan yang muncul mengenai kehidupan kampus dan cara

mencapainya menunjukkan adanya rasa ingin tahu yang besar, yang jika diarahkan dengan benar, dapat menjadi motivasi kuat bagi mereka untuk membangun personal branding sekaligus branding sekolah yang berkualitas.

Namun, tingginya intensitas penggunaan gawai oleh siswa tidak serta merta berbanding lurus dengan kemampuan manajemen konten yang produktif. Sebagian besar siswa masih merupakan konsumen pasif yang tunduk pada kendali algoritma media sosial tanpa memahami mekanisme di baliknya. Kesenjangan antara kemampuan teknis mengoperasikan gawai dengan pemahaman strategis mengenai cara kerja platform digital menjadi fokus utama dalam kegiatan ini. Tanpa pendampingan yang tepat, siswa hanya akan menjadi objek algoritma, alih-alih menjadi subjek kreatif yang mampu memanfaatkan teknologi untuk kepentingan edukasi dan promosi institusi [3].

### *B. Permasalahan Mitra*

Permasalahan utama yang diidentifikasi pada mitra adalah rendahnya tingkat literasi digital fungsional, di mana siswa belum mampu mentransformasi penggunaan media sosial dari aktivitas konsumtif menjadi produktif. Berdasarkan observasi di SMAN 1 Petir [4]. Meskipun penetrasi perangkat pintar sudah mencapai hampir seluruh siswa, terdapat kesenjangan pemahaman mengenai mekanisme kerja platform. Siswa cenderung berinteraksi dengan konten tanpa menyadari peran algoritma yang menentukan relevansi dan jangkauan informasi. Ketidaktahuan ini menyebabkan potensi kreatif siswa dalam mempromosikan prestasi sekolah menjadi terhambat, karena konten yang dihasilkan seringkali tidak memiliki strategi distribusi yang tepat sehingga gagal menjangkau audiens sasaran secara efektif [5].

Selanjutnya, ditemukan kendala pada aspek kualitas dan estetika produksi konten digital. Siswa/i di SMAN 1 Petir belum memiliki referensi visual yang memadai untuk membangun branding institusi yang profesional [6]. Media sosial sekolah, seperti Instagram dan TikTok, belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana komunikasi pemasaran terpadu karena kurangnya keterampilan dalam mengelola sistem manajemen konten (Content Management System). Hal ini sejalan dengan permasalahan yang sering dihadapi oleh sekolah menengah lainnya, di mana publikasi sekolah cenderung bersifat sporadis dan tidak memiliki konsistensi visual, sehingga citra digital sekolah belum mencerminkan kualitas pendidikan yang sebenarnya ditawarkan oleh institusi tersebut [7].

Terakhir, terdapat persoalan mengenai motivasi dan arah orientasi masa depan siswa yang belum terintegrasi dengan kecakapan digital. Fenomena banyaknya pertanyaan siswa mengenai kehidupan kampus dibandingkan materi teknis saat kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa siswa berada pada fase transisi yang membutuhkan bimbingan karir. Namun, mereka belum menyadari bahwa kemampuan mengelola identitas digital dan memahami teknologi terkini adalah salah satu kompetensi utama yang dibutuhkan untuk bersaing di jenjang pendidikan tinggi. Tanpa adanya edukasi yang menjembatani antara minat masuk perguruan tinggi dengan kemahiran manajemen konten, siswa berisiko tertinggal dalam kompetensi global yang menuntut kemandirian digital sejak dini [8], [9].

### *C. Solusi yang Ditawarkan*

Menanggapi kompleksitas permasalahan tersebut, tim pengabdian menawarkan solusi komprehensif melalui metode Demonstrasi Audiovisual dan Workshop Literasi Digital. Pendekatan ini dipilih berdasarkan keunggulan media visual dalam mentransformasi konsep-konsep teknis yang abstrak menjadi gambaran yang lebih konkret dan mudah dipahami oleh siswa usia remaja. Berbeda dengan pelatihan konvensional yang seringkali terjebak pada teori teknis, solusi ini menggunakan video promosi universitas sebagai instrumen stimulasi kreatif. Penggunaan model video tersebut bertujuan untuk memberikan standar kualitas (benchmark) mengenai bagaimana sebuah konten digital dirancang dengan mempertimbangkan aspek estetika, narasi, dan strategi komunikasi yang efektif [10], [11].

Implementasi solusi ini dilakukan melalui prosedur kerja yang terstruktur untuk memastikan tercapainya efektivitas edukasi. Tahapan pertama diawali dengan penayangan konten audiovisual yang telah dikalibrasi dengan strategi algoritma terkini. Selanjutnya, tim pelaksana melakukan bedah konten secara partisipatif, menjelaskan elemen-elemen kunci yang membuat sebuah informasi dapat tersebar luas di platform digital. Proses ini dirancang untuk mengubah pola pikir siswa dari penonton pasif menjadi produsen konten yang kritis. Melalui diskusi interaktif, siswa diajak untuk memahami bahwa keberhasilan sebuah publikasi digital sekolah sangat bergantung pada sinergi antara kreativitas visual dan pemahaman mendalam mengenai perilaku algoritma media sosial [12].

Selain aspek teknis, solusi ini juga mengintegrasikan penguatan motivasi karir melalui kolaborasi antara akademisi dan mitra sekolah. Kehadiran 15 mahasiswa dan 4 dosen dalam kegiatan ini dimanfaatkan sebagai

sarana pendampingan (peer-mentoring) yang menjembatani rasa ingin tahu siswa mengenai dunia perguruan tinggi dengan kebutuhan akan literasi digital. Partisipasi aktif mitra sekolah, terutama siswa, menjadi kunci utama dalam keberhasilan solusi ini. Dengan memberikan pemahaman bahwa kemahiran manajemen konten adalah salah satu modal utama dalam menghadapi dunia kerja dan pendidikan tinggi, diharapkan solusi ini mampu menciptakan dampak yang berkelanjutan bagi individu siswa maupun bagi penguatan citra institusi SMAN 1 Petir secara menyeluruh [13].

#### D. Target Luaran

Target luaran yang ingin dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup aspek kognitif dan aspek hilirisasi karya ilmiah. Secara kognitif, kegiatan ini menargetkan adanya peningkatan pemahaman siswa/i SMAN 1 Petir terhadap materi literasi digital dan manajemen konten yang diukur secara kuantitatif melalui selisih nilai pre-test dan post-test. Keberhasilan program ini tidak hanya dilihat dari tersampainya materi, tetapi juga dari sejauh mana siswa mampu mengidentifikasi peluang promosi sekolah melalui fitur-fitur algoritma media sosial yang telah didemonstrasikan. Peningkatan kapasitas ini diharapkan dapat menjadi fondasi bagi siswa untuk lebih bijak dan strategis dalam mengelola jejak digital mereka di masa depan.

Selain luaran berupa peningkatan kompetensi mitra, kegiatan ini juga memiliki target luaran akademik berupa publikasi artikel ilmiah pada jurnal nasional terakreditasi sebagai bentuk diseminasi hasil pengabdian[14]. Dokumentasi berupa video promosi sekolah yang dihasilkan selama workshop juga menjadi luaran tambahan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak SMAN 1 Petir sebagai instrumen branding institusi. Melalui sinergi antara edukasi teknis dan motivasi karir, diharapkan pengabdian ini mampu memberikan dampak berkelanjutan yang meningkatkan brand awareness SMAN 1 Petir sekaligus memperkuat kesiapan siswa dalam menghadapi persaingan di dunia pendidikan tinggi maupun industri kreatif[15].

## II. Pelaksanaan dan Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di SMAN 1 Petir yang beralamat di Jl. Raya Baros–Petir Km. 12, Desa Petir, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Sekolah ini memiliki Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 20605091 dan menyelenggarakan pendidikan pada jenjang Sekolah Menengah Atas dengan waktu pembelajaran pada pagi hari. Lokasi ini dipilih karena memiliki potensi strategis dalam pengembangan literasi digital bagi siswa di wilayah Kabupaten Serang, khususnya bagi siswa kelas XI dan XII yang mulai mempersiapkan diri menuju jenjang pendidikan tinggi.

### A. Tahap Pra-Pelaksanaan

Pada tahap ini, tim melakukan serangkaian persiapan sistematis guna memastikan kelancaran kegiatan, antara lain:

1. Koordinasi dan Pembagian Tugas: Melakukan pembagian peran spesifik di antara tim pelaksana yang terdiri dari 15 mahasiswa dan 4 dosen pendamping untuk mengelola aspek teknis, materi, dan dokumentasi kegiatan.
2. Perizinan dan Survei Lokasi: Mengurus perizinan resmi kepada pihak pimpinan sekolah SMAN 1 Petir sekaligus melakukan observasi sarana prasarana pendukung di lokasi kegiatan.
3. Analisis Kebutuhan Mitra: Melakukan wawancara dengan pihak guru untuk memetakan sejauh mana pemahaman siswa kelas XI dan XII mengenai manajemen konten dan penggunaan media sosial sebagai identitas digital sekolah.
4. Penyusunan Materi: Merancang materi edukasi literasi digital dan memilih video promosi perguruan tinggi sebagai bahan demonstrasi utama yang disesuaikan dengan minat siswa yang sedang dalam masa transisi menuju dunia perkuliahan.
5. Persiapan Teknis dan Evaluasi: Menyiapkan peralatan pendukung (proyektor dan sound system) serta menyusun instrumen evaluasi berupa soal pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas kegiatan.
6. Sosialisasi: Mendiseminasikan informasi jadwal pelaksanaan kegiatan kepada siswa kelas XI dan XII agar partisipasi berjalan maksimal sesuai dengan target luaran yang ditetapkan.

### B. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan workshop dilakukan secara terintegrasi dan sistematis dengan urutan tahapan sebagai berikut ini:

- 1) *Opening Ceremonial*
  - a) Pembukaan acara oleh moderator mahasiswa.
  - b) Sambutan oleh perwakilan pimpinan SMAN 1 Petir.
  - c) Sambutan oleh perwakilan Dosen Pendamping.
  - d) Sambutan oleh Ketua Pelaksana PkM.
  - e) Pembacaan doa bersama.

- f) Penyerahan cinderamata secara simbolis kepada pihak sekolah sebagai bentuk apresiasi kerjasama.
- 2) *Workshop Literasi Digital Terpadu*
- a) Sesi Edukasi Generative AI: Sesi pertama diisi oleh kelompok 1 dan 2 yang memaparkan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) melalui platform Gemini dan Canva AI untuk menunjang produktivitas akademik. Materi dilanjutkan dengan teknik merancang Curriculum Vitae (CV) berbasis AI guna mempersiapkan siswa menghadapi dunia kerja dan pendaftaran kampus.
  - b) Sesi Strategi Manajemen Konten (Sesi Inti): Sebagai sesi penutup dari rangkaian materi mahasiswa, kelompok kami memaparkan materi mengenai Manajemen Konten. Sesi ini menekankan pada strategi pengelolaan informasi digital sekolah agar lebih terstruktur dan menarik. Fokus utama adalah memberikan pemahaman bahwa konten yang baik bukan hanya soal visual, melainkan bagaimana pesan tersebut dikelola untuk mencapai target audiens yang tepat.
  - c) Sesi Demonstrasi Audiovisual: Dilakukan penayangan video promosi perguruan tinggi sebagai implementasi nyata dari manajemen konten. Siswa diajak melakukan bedah konten untuk menganalisis bagaimana sebuah video promosi dapat membangun citra positif institusi melalui teknik storytelling dan komposisi visual yang kuat.
  - d) Sesi Penguatan Akademik dan Sosialisasi Kampus: Pemaparan dari dua orang dosen pendamping mengenai pentingnya kesiapan mental dan penguasaan teknologi informasi di lingkungan universitas. Sesi ini sekaligus menjadi ajang diskusi interaktif antara 15 mahasiswa dengan siswa kelas XI dan XII mengenai pengalaman kuliah dan pengenalan berbagai program studi.

Penutupan dan Dokumentasi: Seluruh rangkaian acara diakhiri dengan pengerjaan post-test oleh peserta, diikuti dengan sesi foto bersama antara tim PkM dan mitra sekolah.

### C. Pasca pelaksanaan

Setelah seluruh rangkaian workshop selesai, kegiatan dilanjutkan dengan tahap evaluasi dan tindak lanjut. Tim melakukan pengolahan data yang diperoleh melalui instrumen pre-test dan post-test yang telah diisi oleh siswa kelas XI dan XII. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman peserta terhadap materi manajemen konten setelah diberikan stimulus berupa demonstrasi audiovisual. Selain evaluasi kognitif, tim mahasiswa juga melakukan observasi terhadap respon dan antusiasme siswa selama sesi diskusi interaktif mengenai dunia perkuliahan.

Tahap akhir ini juga mencakup koordinasi internal antara tim mahasiswa dan dosen pendamping. Sementara dosen pendamping melakukan koordinasi penutup dan evaluasi formal bersama pihak pimpinan SMAN 1 Petir terkait keberlanjutan program, tim mahasiswa fokus pada penyusunan dokumentasi dan laporan hasil kegiatan. Refleksi dilakukan untuk mengevaluasi dinamika kolaborasi antara 15 mahasiswa dari berbagai kelompok materi agar hasil pengabdian ini dapat dipublikasikan sebagai kontribusi ilmiah dalam bidang literasi digital. Seluruh rangkaian kegiatan ditutup dengan apresiasi kepada pihak sekolah yang telah memberikan izin dan fasilitas sehingga workshop ini dapat terlaksana dengan sukses.

## III. Hasil dan Pembahasan

### 1. Realisasi Pelaksanaan Workshop dan Dinamika Sesi Akhir

Pelaksanaan workshop literasi digital di SMAN 1 Petir dilakukan dengan menggunakan pendekatan paralel-tematik yang dibagi ke dalam tiga sesi kelompok mahasiswa dan satu sesi dosen pendamping. Berdasarkan arahan dari dosen pendamping, materi yang berkaitan dengan Artificial Intelligence (AI) seperti pengenalan platform Gemini AI, Canva AI, dan perancangan CV berbasis AI diselesaikan terlebih dahulu pada sesi awal oleh kelompok 1 dan kelompok 2. Strategi pengelompokan ini bertujuan agar fokus kognitif siswa kelas XI dan XII tidak terpecah dalam memahami rumpun teknologi kecerdasan buatan.

Sebagai konsekuensinya, kelompok kami yang mengusung tema Manajemen Konten dan Strategi Algoritma Media Sosial tampil pada sesi paling akhir sebagai penutup rangkaian pemaparan mahasiswa. Penempatan sesi di akhir ini memberikan tantangan tersendiri, di mana siswa mulai menunjukkan gejala kelelahan mental (mental fatigue) setelah menerima pasokan materi teknologi yang intensif pada sesi-sesi sebelumnya. Meskipun berada di jam rawan jenuh, seluruh alur kegiatan kelompok kami tetap dapat terdokumentasi dengan baik yang terbagi ke dalam tiga dokumentasi utama pada Gambar 1, 2, dan 3. Gambar 1 memperlihatkan suasana kondusif saat tim mahasiswa memaparkan materi teoretis di awal slide presentasi. Gambar 2 menunjukkan momen pengerjaan instrumen evaluasi oleh siswa, dan Gambar 3 mendokumentasikan sesi interaktif serta pembagian apresiasi di penghujung acara.;



Gambar 1 Sesi Pemaparan Materi Inti dan Diskusi Interaktif Bersama Kakak Narasumber



Gambar 2 Penyerahan Cenderamata Sebagai Bentuk Apresiasi Kepada Narasumber



Gambar 3 Pembukaan Resmi Kegiatan Yang Mengawali Seluruh Rangkaian Acara

Selain faktor kejenuhan waktu, tim pelaksana juga dihadapkan pada kendala teknis berupa tidak adanya dukungan sistem audio (sound system) di lokasi kelas pada saat sesi penayangan video promosi perguruan tinggi dilaksanakan. Menanggapi situasi tersebut, tim pelaksana menerapkan strategi improvisasi berupa live narration (narasi langsung). Mahasiswa bertindak sebagai pengisi suara manual untuk menjelaskan alur visual, pesan tersembunyi, dan teknik storytelling dalam video promosi kampus tersebut. Langkah tak terduga ini justru berhasil membalikkan situasi, mengubah tayangan satu arah menjadi ruang bedah konten yang interaktif.

## 2. Analisis Kuantitatif Efektivitas Materi (Pre-test dan Post-test)

Untuk mengukur efektivitas penyampaian materi di tengah berbagai dinamika lapangan, dilakukan evaluasi kognitif menggunakan instrumen pre-test dan post-test yang masing-masing terdiri dari 5 butir soal. Terdapat fenomena unik di lapangan saat pengisian tes pada sesi akhir ini, di mana beberapa siswa secara spontan berkolaborasi menggunakan satu gawai (HP) untuk dua orang akibat keterbatasan daya atau kuota di penghujung acara. Hal ini memicu terjadinya fluktuasi jumlah pengisi data secara kuantitatif. Dinamika nilai evaluasi siswa tanpa menyertakan identitas personal disajikan secara terperinci berdasarkan sebaran kelas pada Tabel 1. Pretest dan Posttest

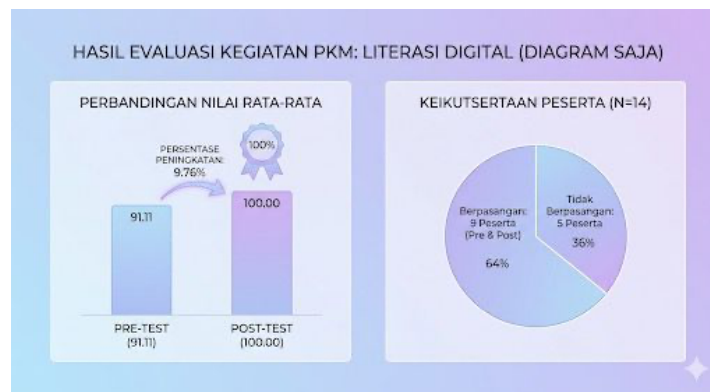
Table 1 Data Hasil Capaian (Pre-Test & Post-Test) Yang Menjadi Dasar Visualisasi Grafik

No	Kelas	Nilai Pre Test	Nilai Post Test	Keterangan
1	XII	100	100	Lengkap
2	XI 3A	100	100	Lengkap
3	XI 3A	100	100	Lengkap
4	XII 4B	100	100	Lengkap
5	XII	100	100	Lengkap
6	XI 4B	40	100	Peningkatan Signifikat
7	XII 4B	100	100	Lengkap
8	XII 4B	80	100	Peningkatan
9	XII	100	100	Lengkap

10	XI 3A	100	-	Hanya Pre-Test
11	XII 4B	100	-	Hanya Pre-Test
12	XI 3A	100	-	Hanya Pre-Test
13	XII 4B	100	-	Hanya Pre-Test
14	XII 4B	-	100	Hanya Post-Test

Berdasarkan data pada Tabel 1, rata-rata nilai pre-test dari 13 peserta yang berpartisipasi di awal sesi adalah sebesar 93,85, sedangkan rata-rata nilai post-test dari 10 peserta di akhir sesi mencapai angka sempurna yaitu 100. Untuk menjaga validitas analisis dan menghindari bias akibat fenomena siswa yang meninggalkan sesi atau terkendala gawai, perhitungan persentase peningkatan difokuskan secara berpasangan (paired) pada 9 peserta yang konsisten mengikuti kedua sesi tes. Dari 9 peserta tersebut (yang tersebar di kelas XI dan XII), tercatat peningkatan poin absolut sebesar 8,89 poin, bergerak dari baseline nilai awal 91,11 menjadi 100. Secara persentase, terjadi kenaikan pemahaman sebesar 9,76% dari nilai awal. Lompatan ini dikategorikan sangat baik mengingat baseline pemahaman awal siswa SMAN 1 Petir sebenarnya sudah berada pada kategori tinggi, namun berhasil disempurnakan hingga menyentuh batas maksimum lewat intervensi materi kelompok kami.

Terdapat fenomena unik di lapangan saat pengisian tes pada sesi akhir ini, di mana beberapa siswa secara spontan berkolaborasi menggunakan satu gawai (HP) untuk dua orang akibat keterbatasan daya atau kuota di penghujung acara. Hal ini memicu terjadinya fluktuasi jumlah pengisi data secara kuantitatif. Dinamika nilai evaluasi siswa tanpa menyertakan identitas personal disajikan secara terperinci berdasarkan sebaran kelas pada Tabel 1. Selanjutnya, untuk melihat visualisasi tren kenaikan nilai rata-rata peserta antara sebelum dan sesudah intervensi materi secara lebih jelas, diagram peningkatan tersebut juga digambarkan pada Gambar 4.



Gambar 4 Grafik Tren Pertumbuhan Pretest dan Posttest

### 3. Analisis Kualitatif Jawaban dan Pemecahan Miskonsepsi

Jika dibedah secara mendalam per butir soal, pada aspek Pemahaman Dasar (Soal 1 dan 2), seluruh peserta dari kedua jenjang kelas sejak awal sudah memiliki pemahaman yang sangat kuat mengenai definisi teoritis literasi digital dan konsep dasar algoritma media sosial. Tidak ditemukan satu pun kesalahan pada kedua soal tersebut pada lembar jawaban pre-test. Akan tetapi, titik balik pemahaman baru terlihat pada aspek Fungsi Lanjutan dan Manajemen Konten (Soal 3, 4, dan 5). Pada saat pre-test, terdeteksi adanya miskonsepsi nyata dari beberapa peserta (seperti yang ditemukan pada lembar kerja acak siswa kelas XI dan XII). Media sosial sempat disalahartikan secara sempit sekadar sebagai media penyimpanan data pribadi atau sarana hiburan pelepas penat semata. Lebih dari itu, tujuan dari manajemen konten sempat dianggap sebagai jalan pintas untuk "menambah jumlah pengikut (followers) secara instan".

Setelah dilakukan pemaparan materi strategi konten serta bedah visual menggunakan video promosi kampus, hasil post-test menunjukkan tingkat kebenaran mutlak 100% pada semua soal lanjutan tersebut. Intervensi materi terbukti sukses meluruskan miskonsepsi peserta. Siswa akhirnya memahami fungsi strategis media sosial sebagai media penjenamaan (branding) institusi, esensi manajemen konten yang terstruktur, serta faktor riil yang menggerakkan algoritma modern seperti retensi durasi tonton dan interaksi organik (like, comment, share).

### 4. Penerapan Gamifikasi dan Sistem Reward terhadap Respon Siswa

Menyadari posisi kelompok yang berada di akhir acara dengan risiko kejenuhan audiens yang tinggi, tim pelaksana berinisiatif menerapkan konsep gamifikasi melalui sesi ice breaking interaktif yang dikombinasikan dengan sistem hadiah (reward system). Strategi ini sengaja dirancang unik dan hanya diterapkan oleh kelompok kami pada sesi mahasiswa untuk mengembalikan konsentrasi siswa. Dampak penerapan strategi ini sangat signifikan dalam mendorong kembali grafik antusiasme (audience engagement) peserta. Pada sesi permainan kelompok, tim menyediakan hadiah berupa boneka gantungan kunci yang dikemas dalam satu paket untuk satu kelompok pemenang yang terdiri dari 4 orang siswa. Pemberian apresiasi ini berhasil memicu kembali kerja sama tim dan komunikasi aktif antar-siswa setelah penat menyerap materi teoritis.

Respon paling impresif ditunjukkan pada sesi tanya jawab berbasis materi PPT. Didorong oleh motivasi mendapatkan hadiah utama berupa satu unit polo shirt, siswa menunjukkan daya kompetitif yang tinggi. Terbukti terdapat satu orang siswa yang menunjukkan ekspresi sangat excited dan berhasil menjawab 4 poin penjelasan secara komprehensif, melampaui target minimal yang ditetapkan tim pelaksana yaitu 3 poin jawaban. Fenomena ini membuktikan secara empiris bahwa pendekatan stimulus fisik berupa reward system dikombinasikan dengan materi yang aplikatif (seperti pengenalan program studi kampus pada sesi akhir) sangat efektif dalam menjaga daya tangkap instan siswa di tengah keterbatasan fasilitas audio dan faktor kelelahan waktu.

Secara teoretis, keberhasilan peningkatan pemahaman siswa SMAN 1 Petir dalam workshop ini sejalan dengan lanskap literasi digital dan komunikasi strategis modern. Tingginya baseline nilai awal peserta mengonfirmasi teori bahwa penetrasi teknologi yang masif saat ini telah membentuk fondasi literasi digital dasar yang kuat pada ekosistem pendidikan, namun tetap memerlukan manajemen yang terarah agar pemanfaatannya menjadi lebih kritis dan produktif [16]. Lebih lanjut, keberhasilan intervensi materi dalam meluruskan miskonsepsi siswa mengenai fungsi media sosial juga diperkuat oleh literatur komunikasi digital lainnya. Ditekankan bahwa efektivitas komunikasi strategis di era digital sangat bergantung pada penguasaan metrik keterikatan (content engagement rate) dan pengelolaan konten secara struktural, bukan sekadar bertumpu pada kuantitas visual satu arah atau pencarian pengikut secara instan [17]. Dengan demikian, sintesis antara fondasi literasi digital siswa yang kuat dan pelurusan konsep manajemen konten yang terstruktur menjadi faktor kunci dalam mendorong siswa agar mampu membangun citra positif institusi sekolah secara berkelanjutan.

#### IV. Kesimpulan

Kegiatan edukasi literasi digital di SMAN 1 Petir berhasil menyelaraskan miskonsepsi siswa kelas XI dan XII yang awalnya menganggap media sosial sebatas sarana hiburan menjadi media penjenamaan (*branding*) institusi dan manajemen konten yang strategis. Keberhasilan kognitif ini dibuktikan dengan peningkatan pemahaman siswa secara signifikan melalui intervensi materi strategi algoritma dan metode demonstrasi audiovisual. Kelancaran kegiatan didukung oleh koordinasi tim yang solid serta tingginya antusiasme siswa melalui penerapan konsep gamifikasi. Meskipun demikian, tim menghadapi faktor penghambat berupa kelelahan mental siswa karena jadwal di sesi akhir serta kendala teknis tidak adanya sistem audio di ruang kelas.

Luaran kegiatan menunjukkan keunggulan pada penguatan pemahaman teoretis siswa mengenai fungsi strategi media sosial dan manajemen konten terstruktur. Namun, keterbatasan alokasi waktu dan kendala gawai membuat siswa belum sempat melakukan praktik produksi, penyuntingan, dan publikasi konten secara mandiri. Sebagai bentuk keberlanjutan program (*sustainability*), direkomendasikan adanya kemitraan berseri di masa mendatang yang berfokus pada pelatihan teknis tingkat lanjut seperti lokakarya *copywriting* dan *video editing*. Pendampingan berkelanjutan ini diharapkan dapat menginisiasi terbentuknya komunitas pengelola konten kreatif mandiri untuk menaikkan citra positif akun media sosial resmi milik sekolah.

#### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang Kampus Kota Serang atas dukungan akademis dan fasilitas yang diberikan selama perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi yang tinggi juga penulis sampaikan kepada pihak SMAN 1 Petir, khususnya kepala sekolah, dewan guru, serta seluruh siswa kelas XI dan XII yang telah bersedia menjadi mitra pengabdian dan berpartisipasi aktif selama rangkaian workshop berlangsung. Akhir kata, terima kasih pula kepada seluruh anggota tim pelaksana dan dosen pendamping yang telah berkolaborasi dengan solid sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dan diselesaikan dengan baik.

#### Daftar Pustaka

- [1] S. Sudirman, A. Fauzan, R. Amalia, and W. Mustakim, "Membangun Identitas Digital: Branding dan Promosi Sekolah melalui Teknologi Website di SMKN 7 Takalar INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK," *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 52–59, 2023.
- [2] F. Natsir, A. Kurnia Solihin, and G. Krisna Dewanti, "PEMANFAATAN APLIKASI CMS WORDPRESS SEBAGAI MEDIA WEB GURU DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI DIGITAL TENAGA PENDIDIK SMP AL QALAM," 2025.
- [3] W. Andriani, M. Raychan, A. Rosyid, M. Sya'bani, R. A. Farkhani, and R. Khulatul Jannah, "Peningkatan Literasi Machine Learning dan Big Data di SMK Negeri 1 Adiwerna Tegal," *Debang Kulon, Kec. Tegal Selatan*, vol. 6, no. 2, pp. 69–77, 2025.
- [4] F. Fattah, A. Wahab, L. Nur Hayati, B. Nurul Huda, and L. J. Bora, "Pendampingan dan Penerapan Augmented Reality (AR) dalam Meningkatkan Kompetensi Guru TK/TPA Nurul Iman Pannara pada Pengajaran Huruf Hijaiyah," *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, vol. 6, no. 2, pp. 48–54, 2025.

- [5] N. Aisyah Mukhtar and D. Rezky Anandari Sulaiman, "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Cyberbullying di Kalangan Pengguna Media Sosial Pada Siswa SMA Negeri 5 Makassar," vol. 2, no. 3, 2025, [Online]. Available: <https://journal.unm.ac.id/index.php/CIVE/>
- [6] S. Mulyani, A. Idi, I. P. Pratama, and Y. Yuniar, "Transformasi Branding Sekolah melalui Digital Marketing: Studi di SMA Negeri 3 Prabumulih," *Jurnal Ilmiah Global Education*, vol. 6, no. 3, pp. 2079–2093, 2025, doi: 10.55681/jige.v6i3.3911.
- [7] M. Fatih *et al.*, "ANALISIS TEORI KEBENARAN PENGETAHUAN DAN DAMPAK ALGORITMA TERHADAP PENYEBARAN HOAKS DI MEDIA SOSIAL," *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTik)*, vol. 8, no. 2, 2024.
- [8] M. S. Amin, "Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Narasi keislaman di Ruang Digital," *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, vol. 3, no. 1, pp. 148–158, May 2025, doi: 10.61693/elwasathy.vol3i1.2025.148-158.
- [9] A. Bakhrun, A. Ekawijana, Y. Aditya Permana, and B. Noviansyah, "PENGEMBANGAN WEBSITE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI DAN PROMOSI SMK WAHIDIN ARJAWINANGUN KEPADA MASYARAKAT," *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, vol. 13, no. 3, pp. 287–293, 2024, doi: 10.24198/dharmakarya.v13i2.49714.
- [10] S. M. Abdullah and A. Sumardin, "PKM PENGUATAN KOMPETENSI SANTRIPRENEUR DALAM MUAMALAH ISLAM DAN TEKNOLOGI DI PESANTREN MELALUI BUDIDAYA AYAM," *Ilmu Komputer Untuk Masyarakat*, vol. 6, no. 2, pp. 78–84, 2025.
- [11] I. Darmayanti, N. Hermanto, R. Sadewo, L. F. Adhimah, and I. Nurhafiyah, "PEMANFAATAN TEKNOLOGI WORDPRESS UNTUK MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL SISWA," vol. 7, 2023.
- [12] J. M. Pendidikan, R. Nurhidayati, and A. Thaufani, "MENDORONG LITERASI DIGITAL GURU MELALUI MANAJEMEN PENDIDIKAN: TINJAUAN LITERATUR," vol. 10, no. 3, 2025, doi: 10.34125/jmp.v10i3.926.
- [13] D. Kurniawati, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital melalui Media Sosial dalam Membangun Brand Awareness," *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, vol. 2, no. 1, pp. 15–24, 2022.
- [14] D. A. Salma and C. U. Albab, "Strategi Konten TikTok @jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement," *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, vol. 5, no. 2, pp. 163–175, 2023.
- [15] N. Nuzulita *et al.*, "PENINGKATAN KUALITAS KONTEN PADA MEDIA SOSIAL SEKOLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN BRANDING SEKOLAH DI SURABAYA," *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, vol. 6, no. 2, pp. 395–405, 2022, doi: 10.20473/jlm.v6i2.2022.395-405.
- [16] J. Rowley, "Social media marketing strategies in higher education," *International Journal of Educational Management*, 2022.
- [17] M. Mustikaningsih and A. Fahrudin, "Tantangan dan Peluang Dunia PR di Era Kecerdasan Buatan : Sebuah Tinjauan Literatur," 2024. [Online]. Available: <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/>