



Penguatan Identitas Digital Siswa SMK Melalui Healthy Personal Branding

Strengthening Vocational High School Students' Digital Identity Through Healthy Personal Branding

Reizano Amri Rasyid¹, Zuraini Othman², Azmil Chusnaini³, Mohamad Yusak Anshori⁴,
Putri Salsabila Az Zahra⁵, Lailatul Fitriani⁶

Published online: 02 Oktober 2026

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman identitas digital dan healthy personal branding siswa sekolah menengah di Sekolah Menengah Kebangsaan Ayer Keroh, Melaka, Malaysia. Program diikuti oleh 51 siswa yang dipilih melalui purposive sampling dengan kriteria siswa tingkat menengah atas yang aktif menggunakan media digital. Pendekatan yang digunakan adalah participatory training yang dipadukan dengan experiential learning, didukung oleh Digital Identity and Healthy Personal Branding Toolkit yang terdiri atas Digital Footprint Checklist, Personal Branding Canvas, Online Reputation Self-Assessment, Post or Pause Decision Card, dan Personal Digital Identity Action Plan. Evaluasi menggunakan desain one-group pretest-posttest dengan instrumen 10 butir pilihan ganda, serta lembar refleksi dan hasil pengisian toolkit. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan uji paired sample t-test. Hasil menunjukkan peningkatan rata-rata skor dari 60,8 (SD = 12,4) pada pre-test menjadi 96,9 (SD = 5,2) pada post-test, dengan perbedaan yang signifikan ($t(50) = 18,42$; $p < 0,001$) dan efek besar (Cohen's $d = 2,58$). Namun, indikator pemahaman mengenai kelanggengan jejak digital mencatatkan akurasi terendah, yaitu 80,39%. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan pengetahuan secara substansial, tetapi perubahan perilaku jangka panjang memerlukan pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, program ini merekomendasikan integrasi materi literasi digital ke dalam kegiatan bimbingan konseling dan pembinaan karakter siswa secara rutin.

Keywords: Digital Citizenship, Media Literacy, Online Self presentation dan Digital Identity, Healthy Personal Branding, Creativity and innovation.

Abstract. This community engagement program aimed to enhance secondary school students' understanding of digital identity and healthy personal branding at Sekolah Menengah Kebangsaan Ayer Keroh, Melaka, Malaysia. The program involved 51 students selected through purposive sampling based on the criterion that they were upper secondary students who actively used digital media. The intervention employed a participatory training approach integrated with experiential learning and supported by a Digital Identity and Healthy Personal Branding Toolkit. The toolkit consisted of a Digital Footprint Checklist, Personal Branding Canvas, Online Reputation Self-Assessment, Post or Pause Decision Card, and Personal Digital Identity Action Plan. Program evaluation used a one-group pretest-posttest design with a 10-item multiple-choice instrument, reflection sheets, and completed toolkit activities. Data were analyzed descriptively and using a paired-samples t test. The results showed an increase in the mean score from 60.8 (SD = 12.4) at pretest to 96.9 (SD = 5.2) at posttest, with a statistically significant difference, $t(50) = 18.42$, $p < .001$, and a large effect size (Cohen's $d = 2.58$). However, the indicator assessing students' understanding of the permanence of digital footprints showed the lowest accuracy rate, at 80.39%. These findings indicate that practice-based training can substantially improve students' knowledge; nevertheless, sustained behavioral change may require continuous guidance and reinforcement. Therefore, the program recommends integrating digital literacy content into regular school counseling, student guidance, and character development activities.

^{1*)6} Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Indonesia

² Universiti Teknikal Malaysia Melaka, Malaysia

^{*}) corresponding author

Reizano Amri Rasyid
Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya
Jemursari No.57, Surabaya, 60237, Indonesia
Email: reizano21@unusa.ac.id

Keywords: digital citizenship, media literacy, online self-presentation, digital identity, healthy personal branding, creativity and innovation

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara generasi muda belajar, berkomunikasi, berinteraksi, serta membangun identitas diri di ruang digital. Media sosial tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang untuk mengekspresikan diri, membangun relasi, memperoleh informasi, hingga membentuk citra pribadi (Febrianti et al., 2026). Kondisi tersebut menjadikan kemampuan mengelola identitas digital sebagai salah satu kompetensi penting yang perlu dimiliki oleh peserta didik.

Malaysia menjadi salah satu negara yang terus mendorong penguatan pendidikan digital melalui Digital Education Policy yang dikembangkan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia. Kebijakan tersebut disusun berdasarkan empat tujuan, enam fokus, 18 strategi, dan 41 inisiatif untuk memperkuat implementasi pendidikan digital serta mengurangi kesenjangan digital di antara siswa, pendidik, pemimpin pendidikan, dan pemangku kepentingan (Kementerian Pendidikan Malaysia, 2023). Kebijakan ini menempatkan kompetensi digital sebagai bagian penting dalam peningkatan kualitas pendidikan sekaligus upaya mengurangi kesenjangan digital.

Data nasional terkini menunjukkan bahwa siswa di Malaysia berkembang dalam lingkungan digital yang sangat terhubung. Departemen Statistik Malaysia melaporkan bahwa akses Internet rumah tangga mencapai 97,1% pada tahun 2025, sementara akses komputer rumah tangga mencapai 92,6% (Baharudin Mohamad, 2026). Pada tahun yang sama, Malaysia mencatat 25,1 juta identitas pengguna media sosial aktif, yang mewakili 70,2% dari total populasi (Kemp, 2025). Angka-angka ini menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari siswa, termasuk komunikasi, interaksi dengan teman sebaya, pembelajaran, hiburan, dan ekspresi diri.

Siswa sekolah menengah berada pada tahap perkembangan kritis di mana mereka mulai membentuk identitas pribadi, nilai-nilai, hubungan sosial, aspirasi akademik, dan orientasi karier masa depan. Namun, paparan digital yang intensif tidak secara otomatis menjamin adanya kesadaran yang memadai mengenai identitas digital, jejak digital, reputasi daring, dan penyajian diri yang bertanggung jawab. Pada saat yang sama, mereka terpapar pada risiko digital seperti berbagai informasi secara berlebihan, perundungan siber, perbandingan sosial, misinformasi, perilaku daring yang impulsif, serta pembentukan citra daring yang didasarkan pada popularitas alih-alih keaslian dan tanggung jawab (Sulianti, 2025). Di Malaysia, perundungan siber telah menjadi perhatian serius, mengingat Komisi Komunikasi dan Multimedia Malaysia telah menghapus 27.704 konten terkait perundungan siber dari 35.781 aduan yang diterima antara bulan Januari hingga 1 Oktober 2025 (BERNAMA, 2025).

Melihat tingginya intensitas penggunaan media digital di kalangan peserta didik serta berbagai risiko yang menyertainya, diperlukan upaya edukatif yang tidak hanya menekankan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga membekali peserta didik dengan pemahaman mengenai identitas dan perilaku mereka di ruang digital. Atas dasar kebutuhan tersebut, dilakukan peninjauan dan koordinasi dengan calon mitra untuk menentukan lokasi yang relevan bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil koordinasi menunjukkan bahwa Universiti Teknikal Malaysia Melaka (UTeM) bersama Sekolah Menengah Kebangsaan Ayer Keroh, Melaka, merupakan mitra yang sesuai karena memiliki sasaran peserta didik yang relevan dengan permasalahan tersebut dan membutuhkan penguatan pemahaman mengenai identitas digital.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui kolaborasi antara Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA) dengan Universiti Teknikal Malaysia Melaka (UTeM) yang bermitra dengan Sekolah Menengah Kebangsaan Ayer Keroh, Melaka, Malaysia. Sasaran kegiatan adalah peserta didik tingkat menengah atas yang aktif menggunakan berbagai platform digital dalam aktivitas belajar maupun kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil koordinasi awal dengan mitra, belum terdapat program khusus yang membahas keterkaitan antara literasi digital, jejak digital, reputasi daring, serta personal branding secara terpadu. Oleh karena itu, kegiatan ini difokuskan pada peningkatan pemahaman peserta didik mengenai identitas digital sekaligus pembentukan perilaku bermedia digital yang lebih bertanggung jawab.

Kebaruan program ini terletak pada integrasi konsep komunikasi merek (branding communication) ke dalam pendidikan literasi digital melalui pendekatan Healthy Personal Branding. Pendekatan tersebut tidak hanya mengajarkan peserta didik untuk menggunakan media digital secara aman, tetapi juga membimbing mereka mengenali potensi diri, memahami konsekuensi jejak digital, membangun reputasi positif, serta mengembangkan identitas digital yang autentik, etis, dan bertanggung jawab. Implementasi program didukung dengan penggunaan Digital Identity and Healthy Personal Branding Toolkit yang terdiri atas Digital Footprint Checklist, Personal Branding Canvas, Online Reputation Self-Assessment, Post or Pause Decision Card, serta Personal Digital Identity Action Plan sebagai media pembelajaran interaktif.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman peserta didik mengenai identitas digital, jejak digital, dan reputasi daring, sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam membangun personal branding yang sehat serta menerapkan komunikasi digital yang etis. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta didik mampu mengembangkan perilaku bermedia digital yang lebih bertanggung jawab sehingga dapat mendukung kesiapan mereka menghadapi tantangan akademik, sosial, maupun profesional pada masa mendatang.

LITERATURE OR CONCEPTUAL REVIEW

Digital Citizenship

Digital citizenship merupakan kemampuan individu untuk berpartisipasi secara aktif, bertanggung jawab, dan etis dalam lingkungan digital. Konsep ini tidak hanya menekankan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup kesadaran terhadap hak, kewajiban, keamanan, etika, serta dampak dari setiap aktivitas yang dilakukan di ruang digital (Jumrio, 2025). Peserta didik sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi perlu memahami bahwa setiap bentuk interaksi digital, seperti mengunggah konten, memberikan komentar, maupun membagikan informasi, akan membentuk jejak digital yang dapat memengaruhi reputasi mereka pada masa depan. Oleh karena itu, penguatan digital citizenship menjadi fondasi dalam membangun perilaku digital yang aman, bertanggung jawab, dan bermanfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat.

Media Literacy

Media literacy merupakan kemampuan seseorang dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, serta menciptakan informasi melalui berbagai media secara kritis. Kemampuan ini diperlukan agar peserta didik tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga mampu menilai kredibilitas suatu informasi, mengenali misinformasi, memahami konteks komunikasi digital, serta mempertimbangkan konsekuensi sebelum menyebarluaskan suatu konten (Trunojoyo & Sumenep, 2025). Peningkatan media literacy menjadi salah satu upaya penting untuk membentuk masyarakat digital yang lebih kritis, bijaksana, dan mampu menggunakan media sebagai sarana pembelajaran maupun pengembangan diri.

Online Self presentation dan Digital Identity

Online self-presentation menjelaskan bagaimana individu membangun identitas, citra, serta reputasi melalui interaksi di media digital. Identitas digital terbentuk dari seluruh aktivitas yang dilakukan seseorang di internet, termasuk unggahan, komentar, foto, maupun bentuk interaksi lainnya (Fauzan & Harahap, 2025). Bagi peserta didik, identitas digital menjadi bagian penting yang dapat memengaruhi hubungan sosial, kesempatan akademik, bahkan peluang karier pada masa mendatang. Oleh karena itu, setiap aktivitas digital perlu dilakukan secara sadar dengan mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap reputasi pribadi.

Healthy Personal Branding

Personal branding merupakan proses membangun persepsi positif mengenai diri sendiri berdasarkan karakter, kompetensi, nilai, dan keunikan yang dimiliki. Dalam konteks pendidikan,

personal branding tidak dimaknai sebagai upaya mencari popularitas, melainkan sebagai proses mengenali potensi diri dan menampilkan identitas yang autentik, etis, serta bertanggung jawab di ruang digital (Daga, 2025). Pendekatan healthy personal branding mendorong peserta didik untuk mengembangkan citra diri yang positif melalui komunikasi yang jujur, perilaku digital yang baik, serta kemampuan mengelola jejak digital secara bijaksana.

Berdasarkan hubungan antarkonsep tersebut, kegiatan pengabdian ini mengembangkan Digital Identity and Healthy Personal Branding Toolkit sebagai media edukasi yang membantu peserta didik memahami jejak digital, mengevaluasi perilaku daring, serta menyusun strategi pengembangan identitas digital yang sehat. Konseptualisasi tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan, aktivitas pembelajaran, serta evaluasi program pengabdian kepada masyarakat.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan participatory training yang dipadukan dengan experiential learning. Pendekatan tersebut dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai identitas digital dan healthy personal branding, tetapi juga mampu merefleksikan perilaku digital yang telah dilakukan serta menyusun rencana perbaikan yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan ini menggunakan desain one-group pretest-posttest design untuk mengukur perubahan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Desain ini dipilih karena kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam satu kelompok peserta tanpa kelompok kontrol, sehingga analisis difokuskan pada perubahan skor dalam kelompok yang sama.

Program dilaksanakan melalui kolaborasi antara Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA), Universiti Teknikal Malaysia Melaka (UTeM), dan Sekolah Menengah Kebangsaan (SMK) Ayer Keroh, Melaka, Malaysia. Sasaran kegiatan adalah siswa tingkat menengah atas yang aktif menggunakan media digital sebagai sarana belajar, berkomunikasi, dan berinteraksi sosial. Peserta yang mengikuti seluruh rangkaian kegiatan berjumlah 51 siswa. Pemilihan peserta dilakukan melalui purposive sampling dengan kriteria: (1) siswa tingkat menengah atas; (2) aktif menggunakan media sosial; (3) bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dari pre-test hingga post-test. Jumlah peserta yang melebihi target awal (20–25 siswa) disebabkan oleh permintaan pihak sekolah agar lebih banyak siswa memperoleh manfaat dari kegiatan ini.

Evaluasi program dilaksanakan menggunakan empat instrumen, yaitu pre-test, post-test, hasil pengisian toolkit, dan lembar refleksi peserta. Pre-test dan post-test terdiri atas 10 butir pertanyaan pilihan ganda yang mencakup aspek: (1) definisi literasi digital; (2) konsep jejak digital; (3) contoh perilaku berisiko di media sosial; (4) pertimbangan sebelum mengunggah konten; (5) konsep personal branding; (6) contoh penjenamaan pribadi yang sehat; (7) pernyataan yang tepat tentang jejak digital; (8) contoh perilaku buruk di media sosial; (9) prosedur keamanan siber dasar; dan (10) etika komunikasi digital. Setiap jawaban benar diberi skor 1, sedangkan jawaban salah diberi skor 0. Total skor maksimal adalah 10. Akurasi dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Akurasi} = (\text{Total jawaban benar} / (\text{Jumlah butir} \times \text{Jumlah peserta})) \times 100\%$$

Validitas dan Reliabilitas. Instrumen divalidasi oleh dua ahli di bidang literasi digital dan pendidikan, kemudian diuji coba terbatas pada 10 siswa di luar sampel penelitian. Hasil uji coba menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0,82, yang mengindikasikan reliabilitas yang baik.

Pelaksanaan program terdiri atas lima tahapan, yaitu sosialisasi, pelatihan, implementasi media pembelajaran, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Tahap sosialisasi dilakukan melalui koordinasi dengan UTeM dan SMK Ayer Keroh untuk menentukan peserta, jadwal pelaksanaan, lokasi kegiatan, kebutuhan teknis, serta pembagian peran masing-masing mitra. Pada tahap ini juga dilakukan baseline survey menggunakan pertanyaan pengetahuan dan skala Likert

untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman awal peserta mengenai digital identity, digital footprint, online reputation, personal branding, media literacy, digital citizenship, dan etika komunikasi digital. Hasil survei digunakan sebagai dasar penyesuaian materi pelatihan sekaligus pembandingan terhadap hasil evaluasi setelah kegiatan selesai.

Tahap pelatihan merupakan inti kegiatan yang disampaikan melalui presentasi interaktif, diskusi berbasis studi kasus, latihan reflektif, dan partisipasi aktif peserta. Materi yang diberikan meliputi konsep digital identity, digital footprint, online reputation, digital citizenship, media literacy, healthy personal branding, online self-presentation, serta etika komunikasi digital. Selama pelatihan peserta diajak menganalisis berbagai contoh perilaku digital, seperti oversharing, penyebaran informasi yang belum terverifikasi, cyberbullying, impulsive posting, dan komunikasi yang menghormati orang lain. Selain itu, peserta diarahkan untuk mengenali kekuatan, nilai, minat, dan citra positif yang ingin dibangun sebagai dasar penyusunan personal branding yang autentik.

Sebagai bentuk implementasi inovasi, program memanfaatkan Digital Identity and Healthy Personal Branding Toolkit sebagai media pembelajaran utama. Toolkit tersebut terdiri atas lima instrumen, yaitu Digital Footprint Checklist, Personal Branding Canvas, Online Reputation Self-Assessment, Post or Pause Decision Card, dan Personal Digital Identity Action Plan. Seluruh instrumen digunakan secara bertahap selama pelatihan sehingga peserta dapat mengidentifikasi jejak digital yang dimiliki, mengevaluasi reputasi daring, menyusun pernyataan personal branding, serta merancang langkah nyata untuk memperbaiki perilaku digital. Setelah kegiatan selesai, toolkit diserahkan kepada pihak UTeM dan SMK Ayer Keroh sebagai media pembelajaran yang dapat dimanfaatkan kembali dalam program literasi digital berikutnya.

Pendampingan dilakukan selama seluruh rangkaian kegiatan melalui diskusi kelompok, asistensi pengisian lembar kerja, serta refleksi bersama. Evaluasi program dilaksanakan menggunakan empat instrumen, yaitu pre-test, post-test, hasil pengisian toolkit, dan lembar refleksi peserta. Pre-test digunakan untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta, sedangkan post-test digunakan untuk mengetahui peningkatan pemahaman setelah pelatihan. Pengisian toolkit dimanfaatkan untuk menilai kemampuan peserta dalam mengaplikasikan konsep yang telah dipelajari, sementara lembar refleksi digunakan untuk mengidentifikasi perubahan kesadaran serta komitmen peserta dalam menerapkan perilaku digital yang lebih bertanggung jawab. Indikator evaluasi tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga kemampuan peserta dalam mengenali perilaku digital yang berisiko, mengevaluasi kredibilitas informasi digital, menyusun personal branding yang positif, serta menentukan kebiasaan digital yang perlu dipertahankan maupun diperbaiki.

Data dianalisis secara deskriptif untuk melihat distribusi skor, rata-rata, dan standar deviasi. Perbedaan skor pre-test dan post-test diuji menggunakan paired sample t-test dengan bantuan perangkat lunak statistik. Jika asumsi normalitas tidak terpenuhi, digunakan uji Wilcoxon sebagai alternatif. Analisis kualitatif dilakukan terhadap lembar refleksi peserta untuk mengidentifikasi perubahan kesadaran dan komitmen perilaku digital.

Keberlanjutan program diwujudkan melalui penyerahan toolkit dan seluruh materi pelatihan kepada UTeM serta SMK Ayer Keroh agar dapat digunakan kembali pada kegiatan literasi digital maupun pembinaan karakter siswa. Dukungan mitra internasional juga diharapkan mampu memperluas implementasi program pada sekolah lain yang memiliki karakteristik serupa. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak berhenti pada pelaksanaan pelatihan, tetapi berkontribusi terhadap pengembangan budaya digital yang lebih sehat, etis, dan bertanggung jawab di lingkungan sekolah.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian menghasilkan seperangkat luaran utama, yaitu penyelesaian Digital Footprint Checklist, pengisian Personal Branding Canvas, penggunaan Post or Pause Decision Card, dan perumusan Personal Digital Identity Action Plan. Luaran tersebut disusun melalui praktik interaktif yang mengintegrasikan pemahaman literasi digital, etika komunikasi daring, dan

pembentukan reputasi di ruang maya. Siswa diarahkan untuk mengevaluasi jejak digital mereka, mengenali kekuatan personal, merefleksikan tindakan sebelum mengunggah konten, serta menyusun rencana aksi untuk membangun citra diri yang positif dan bertanggung jawab.

Permasalahan mitra, solusi, target luaran, dan indikator capaian kegiatan diringkas pada Tabel 1. Tabel tersebut menunjukkan bahwa setiap permasalahan prioritas diarahkan pada solusi yang menghasilkan luaran terukur. Dengan demikian, kegiatan tidak hanya berupa penyampaian wawasan, tetapi juga menghasilkan produk edukasi berupa toolkit identitas digital yang dapat terus dimanfaatkan sebagai basis pembinaan literasi dan karakter siswa di sekolah tersebut.

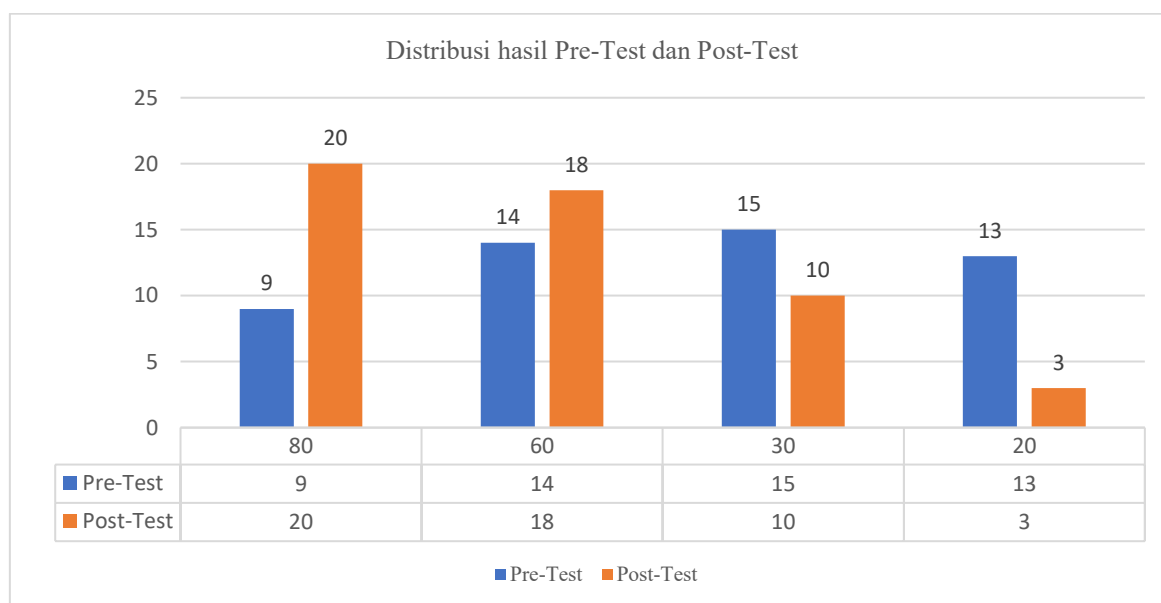
Tabel 1. Area Permasalahan, Usulan Solusi, Target Luarannya, Indikator Capaian

Area Permasalahan	Usulan Solusi	Target Luarannya	Indikator Capaian
Literasi Digital dan Kesadaran Jejak Digital	Pelatihan literasi digital dan kesadaran jejak digital	Peningkatan pemahaman tentang identitas digital kewarganegaraan digital jejak digital dan reputasi daring	Minimal 70 persen peserta menunjukkan peningkatan pada skor tes akhir dibandingkan skor tes awal
Literasi Digital dan Kesadaran Jejak Digital	Aktivitas Daftar Periksa Jejak Digital	Siswa mampu mengidentifikasi jejak digital yang positif maupun berisiko	Minimal 80 persen peserta menyelesaikan Daftar Periksa Jejak Digital
Literasi Digital dan Kesadaran Jejak Digital	Latihan literasi media dan evaluasi konten daring	Siswa mampu mengevaluasi apakah suatu konten daring itu kredibel pantas dan bertanggung jawab	Minimal 75 persen peserta menganalisis contoh studi kasus secara tepat selama kegiatan
Personal Branding yang Sehat dan Presentasi Diri Daring yang Bertanggung Jawab	Lokakarya personal branding yang sehat	Siswa memahami personal branding sebagai presentasi diri yang otentik dan bertanggung jawab	Minimal 80 persen peserta menyelesaikan Kanvas Personal Branding
Personal Branding yang Sehat dan Presentasi Diri Daring yang Bertanggung Jawab	Latihan penyusunan pernyataan merek personal	Siswa menghasilkan pernyataan merek personal yang ringkas dan positif	Minimal 75 persen peserta merumuskan satu pernyataan merek personal
Personal Branding yang Sehat dan Presentasi Diri Daring yang Bertanggung Jawab	Simulasi pengambilan keputusan Unggah atau Jeda	Siswa mempraktikkan pengambilan keputusan reflektif sebelum mengunggah berkomentar atau membagikan konten	Minimal 80 persen peserta menyelesaikan Kartu Keputusan Unggah atau Jeda
Personal Branding yang Sehat dan Presentasi Diri Daring yang Bertanggung Jawab	Rencana Aksi Identitas Digital Personal	Siswa mengembangkan rencana tindak lanjut untuk memperbaiki kebiasaan digital setelah pelatihan	Minimal 80 persen peserta menyelesaikan Rencana Aksi Identitas Digital Personal
Evaluasi dan Keberlanjutan Program	Lembar refleksi dan penyerahan perangkat kerja kepada mitra	Siswa menunjukkan kesadaran perilaku dan mitra menerima materi pembelajaran yang dapat digunakan kembali	Minimal 75 persen peserta mengidentifikasi satu perilaku berisiko untuk dikurangi dan satu perilaku digital positif untuk diterapkan kepada pihak UTeM atau mitra sekolah

Hasil Evaluasi Kognitif

Sebanyak 51 siswa mengikuti pre-test dan post-test secara lengkap. Rata-rata skor pre-test adalah 60,8 (SD = 12,4), sedangkan rata-rata skor post-test adalah 96,9 (SD = 5,2). Terjadi peningkatan rata-rata sebesar 36,1 poin. Hasil uji paired sample t-test menunjukkan perbedaan yang signifikan antara pre-test dan post-test ($t(50) = 18,42$; $p < 0,001$), yang mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Distribusi skor pre-test dan post-test peserta

disajikan pada Figure 1. Pada pre-test, mayoritas peserta berada pada kategori skor rendah hingga sedang. Setelah pelatihan, distribusi skor bergeser secara signifikan ke kategori tinggi.



Keterangan: Kategori skor: 80–100 (tinggi), 60–79 (sedang-tinggi), 40–59 (sedang-rendah), 20–39 (rendah).

Figure 1. Distribusi hasil pre-test dan post-test

Berdasarkan Figure 1, kelompok siswa yang memperoleh skor pada kategori 80–100 meningkat dari 9 orang pada pre-test menjadi 20 orang pada post-test. Sebaliknya, kelompok dengan skor terendah (kategori 20–39) berhasil ditekan dari 13 orang menjadi 3 orang. Distribusi lengkap perubahan skor disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Distribusi Perubahan Skor Pre-Test dan Post-Test

Kategori Skor	Pre-Test (n)	Post-Test (n)	Perubahan
80–100	9	20	+11
60–79	14	18	+4
40–59	15	10	-5
20–39	13	3	-10
Total	51	51	—

Hasil Uji Statistik

Analisis statistik dilakukan untuk menguji perbedaan skor pre-test dan post-test peserta. Sebelum uji hipotesis, dilakukan uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk* karena ukuran sampel tergolong kecil ($N = 51$). Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data pre-test ($p = 0,123$) dan post-test ($p = 0,087$) berdistribusi normal ($p > 0,05$), sehingga analisis dilanjutkan dengan *paired sample t-test*.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Skor Pre-Test dan Post-Test

Variabel	N	Mean	SD	Minimum	Maksimum
Pre-Test	51	60,8	12,4	30	90
Post-Test	51	96,9	5,2	80	100

Berdasarkan Tabel 3, terjadi peningkatan rata-rata skor sebesar 36,1 poin dari pre-test ke post-test. Standar deviasi post-test (5,2) lebih kecil dibandingkan pre-test (12,4), yang menunjukkan bahwa skor peserta setelah pelatihan lebih seragam dan terkonsentrasi pada nilai tinggi.

Tabel 4. Hasil Uji *Paired Sample t-Test*

Variabel	Mean Difference	SD Difference	95% CI	t	df	p	Cohen's d
Pre-Test – Post-Test	36,1	14,0	[32,2; 40,0]	18,42	50	< 0,001	2,58

Hasil uji *paired sample t-test* menunjukkan perbedaan yang signifikan antara skor pre-test dan post-test ($t(50) = 18,42$; $p < 0,001$). Nilai *Cohen's d* sebesar 2,58 termasuk dalam kategori efek besar (*large effect*), yang mengindikasikan bahwa pelatihan memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan pemahaman peserta.

Peningkatan skor yang signifikan dan besarnya efek menunjukkan bahwa program pelatihan literasi digital dengan pendekatan *healthy personal branding* mampu meningkatkan pengetahuan siswa secara substansial. Meskipun demikian, karena desain penelitian tidak menggunakan kelompok kontrol, hasil ini tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan kausal. Temuan ini lebih tepat dimaknai sebagai indikasi peningkatan pemahaman setelah intervensi, bukan sebagai bukti efektivitas mutlak.

PEMBAHASAN

Pendekatan pelatihan berbasis praktik menunjukkan indikasi peningkatan pemahaman siswa mengenai kaitan antara jejak digital, reputasi daring, dan penyajian diri. Peningkatan akurasi kuesioner dari 60,8% menjadi 96,9% mengindikasikan bahwa materi literasi dan etika digital mampu memperkuat pemahaman siswa secara signifikan. Peningkatan pemahaman ini terlihat mencolok pada penguasaan aspek keamanan teknis serta etika komunikasi digital di ruang maya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan literasi digital berbasis praktik dapat meningkatkan pemahaman siswa tentang jejak digital dan reputasi daring (Husna & Faizah, 2021). Namun, berbeda dengan penelitian tersebut yang melibatkan intervensi multi-sesi, kegiatan ini hanya dilaksanakan dalam satu kali pertemuan, sehingga belum dapat mengukur perubahan perilaku jangka panjang.

Penggunaan perangkat edukasi terintegrasi memberikan kontribusi penting dalam membantu siswa memetakan identitas digital mereka secara lebih terstruktur. Sebelum menggunakan instrumen ini, kesadaran siswa akan rekam jejak maya cenderung masih mengambang dan belum memiliki batasan etika yang jelas. Melalui pengisian instrumen Personal Branding Canvas dan refleksi keputusan unggah, siswa mampu merumuskan citra diri, kekuatan personal, serta nilai tanggung jawab dalam satu kerangka kerja yang ringkas dan terarah (Hanif Ahda et al., 2026).

Integrasi literasi media dalam kegiatan ini juga diperlukan karena para siswa pada dasarnya sudah hidup beriringan dengan media sosial, namun belum tentu memiliki kebijaksanaan dalam menavigasi interaksi daring. Melalui pelatihan ini, siswa disadarkan bahwa aktivitas maya bukan sekadar rutinitas mengunggah konten demi validasi sosial, melainkan mencakup etika komunikasi, filter kredibilitas informasi, serta konsistensi dalam membangun reputasi positif. Hal ini penting mengingat tingginya paparan risiko misinformasi dan perundungan siber di kalangan pemuda (Husna & Faizah, 2021).

Angka capaian akhir memang terlihat tinggi, namun hasil ini perlu ditafsirkan secara hati-hati. Temuan bahwa kesadaran siswa tentang betapa abadinya sebuah jejak digital justru mendapat skor paling rendah adalah temuan penting yang perlu ditindaklanjuti. Penguasaan soal teori di dalam kelas tidak serta-merta berarti perubahan kebiasaan di dunia maya. Oleh sebab itu, langkah ke depan membutuhkan tindakan nyata. Pihak sekolah perlu mengambil peran aktif untuk terus mendampingi

para siswa. Perangkat kerja yang sudah ada sebaiknya difungsikan sepenuhnya untuk memantau perilaku digital mereka sehari-hari. Tanpa adanya langkah konkret tersebut, semua wawasan berharga ini berpotensi berhenti sebagai dokumen tanpa implementasi berkelanjutan.

Keterbatasan Penelitian

Kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, desain penelitian menggunakan one-group pretest-posttest tanpa kelompok kontrol, sehingga hasil yang diperoleh tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan kausal antara pelatihan dan peningkatan pemahaman. Kedua, intervensi hanya dilakukan dalam satu kali pertemuan, sehingga belum dapat mengukur perubahan perilaku jangka panjang. Ketiga, data yang digunakan sebagian besar bersifat self-report, yang berpotensi menimbulkan bias respons. Keempat, ukuran sampel terbatas pada 51 siswa di satu sekolah, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan dengan hati-hati. Kelima, tidak ada evaluasi lanjutan (follow-up) setelah kegiatan selesai, sehingga keberlanjutan dampak program belum dapat dipastikan. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain kuasi-eksperimen dengan kelompok kontrol dan evaluasi lanjutan minimal tiga bulan setelah intervensi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa edukasi literasi maya dengan pendekatan *personal branding* dapat menjadi metode aplikatif untuk meningkatkan kapasitas siswa sekolah menengah atas dalam mengelola identitas digital mereka. Siswa tidak hanya menyerap wawasan konseptual secara pasif, melainkan turut diarahkan untuk menghasilkan luaran konkret melalui penyelesaian daftar periksa jejak digital, perumusan kanvas *personal branding*, hingga penyusunan rencana aksi identitas personal yang ringkas dan terarah.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan penguasaan materi menuju tingkat akurasi yang memuaskan, yaitu dari 60,8% pada pre-test menjadi 96,9% pada post-test. Beberapa indikator krusial menunjukkan pemahaman yang nyaris sempurna, terutama pada penguasaan etika media dan prosedur keamanan siber dasar. Kendati demikian, hasil ini tidak boleh langsung diinterpretasikan sebagai keberhasilan penuh. Pemahaman mengenai kelanggengan rekam jejak maya justru mencatatkan akurasi paling rendah, yaitu 80,39%. Celah ini menegaskan bahwa materi fundamental tersebut masih rapuh dan memerlukan pendampingan lanjutan agar dampak jangka panjang dari sebuah konten tidak hanya dihafal di atas kertas, tetapi benar-benar direnungkan dan dipraktikkan.

Visi ke depan menuntut agar inisiatif ini dilanjutkan secara proaktif oleh pihak mitra sekolah sebagai pilar pembinaan karakter siswa. Seluruh materi pelatihan beserta perangkat kerja edukasi seperti kartu keputusan sebelum mengunggah konten dapat terus difungsikan. Instrumen tersebut sangat potensial untuk diintegrasikan kembali ke dalam ekosistem pembelajaran harian, proyek pengembangan kedisiplinan, maupun agenda bimbingan konseling sekolah demi memastikan tegaknya etika kewarganegaraan digital secara berkesinambungan.

Ucapan terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universiti Teknikal Malaysia Melaka dan Sekolah Menengah Kebangsaan Ayer Keroh sebagai mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat skala internasional ini, serta kepada seluruh siswa, guru, dan pihak sekolah yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada tim pengabdian Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya dan para mahasiswa yang membantu persiapan, pendampingan, dokumentasi, serta evaluasi kegiatan.

Conflict of Interests

The authors declare that there are no conflicts of interest regarding the publication of this article.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahda, M. H., Adhha, A., Satria, B., Fadly, F., & Putra, R. E. (2026). Peningkatan kompetensi komunikasi digital melalui edukasi personal branding di media sosial berbasis nilai Rabbani, Amanah, dan Beradab bagi Siswa SMAN 1 Kabun. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 204–208. <https://dedikasi.net/dedikasi/article/view/168>
- Baharudin Mohamad. (2026). *ICT use and access by individuals and households survey report, 2025*. Department of Statistics Malaysia. [https://www.dosm.gov.my/site/downloadrelease?id=ict-use-and-access-by-individuals-and-households-survey-report-2025&lang=English\[reference:1\]](https://www.dosm.gov.my/site/downloadrelease?id=ict-use-and-access-by-individuals-and-households-survey-report-2025&lang=English[reference:1])
- BERNAMA. (2025, October 9). *Buli siber: MCMC turunkan 27,704 kandungan setakat 1 Okt - Teo*. BERNAMA. [https://bernama.com/bm/news.php/?id=2476563\[reference:2\]](https://bernama.com/bm/news.php/?id=2476563[reference:2])
- Daga, R. (2025). *Personal branding: Bagaimana mendefinisikan diri dan membangun citra untuk kehidupan yang lebih baik*. Penerbit Adab.
- Fauzan, J., & Harahap, H. (2025). Peran Instagram dalam pembentukan identitas remaja di era digital. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(3), 1625–1656. [https://doi.org/10.63447/jimik.v6i3.1564\[reference:4\]](https://doi.org/10.63447/jimik.v6i3.1564[reference:4])
- Febrianti, A., Salsabilla, A., & Supriyono, S. (2026). Dinamika interaksi generasi Z dalam membentuk identitas nasional melalui pengguna media sosial platform Instagram. *ENGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya*, 5(2).
- Husna, A. N., & Faizah, R. (Eds.). (2021). *Memberdayakan masyarakat digital*. Unimma Press.
- Jumrio, E. (2025). Digital citizenship and moral agency: Membangun etika diri dalam interaksi siber pendidikan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 2231–2239. [https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3703\[reference:7\]](https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3703[reference:7])
- Kemp, S. (2025, February 5). *Digital 2025: Malaysia*. DataReportal. [https://datareportal.com/reports/digital-2025-malaysia\[reference:8\]](https://datareportal.com/reports/digital-2025-malaysia[reference:8])
- Kementerian Pendidikan Malaysia. (2023). *Dasar Pendidikan Digital*. [https://www.moe.gov.my/dasarmenu/dasar-pendidikan-digital\[reference:9\]](https://www.moe.gov.my/dasarmenu/dasar-pendidikan-digital[reference:9])
- Sulianti, A., & Jannah, F. (2021). Perspektif hukum Islam terhadap perlindungan anak dari kejahatan siber. *At-Taqaddum*, 8(1), 21–40. [https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163\[reference:10\]](https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163[reference:10])
- Trunojoyo, A., & Sumenep, R. (2025). Media literacy dan kemampuan evaluasi kredibilitas informasi pada siswa. *Jurnal Literasi Media*, 9(1), 1–18