

Pelatihan Optimalisasi Lynk.id untuk Penguatan Literasi Digital Siswa SMK

Neil Royan¹, Rita Purnamasari², Abid Ridho Ramadhan³, Davin Nazwa Julian⁴

¹²³⁴Program Studi Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak, Politeknik META Industri Cikarang

e-mail: [1neilroyan15@gmail.com](mailto:neilroyan15@gmail.com), [2ritapurnamasari650@gmail.com](mailto:ritapurnamasari650@gmail.com),
[3ghinaridho@gmail.com](mailto:ghinaridho@gmail.com), [4daviinnj@gmail.com](mailto:daviinnj@gmail.com)

Abstrak/Abstract

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan siswa SMK dalam memanfaatkan bio link sebagai pendukung pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan di SMK IT Ibnu Rusyd Kota Bekasi dengan melibatkan 30 siswa Teknik Komputer dan Jaringan. Metode yang digunakan berupa pelatihan partisipatif melalui pre-test, penyampaian materi, praktik terbimbing pembuatan bio link menggunakan Lynk.id, diskusi, post-test, dan angket respon. Evaluasi kuantitatif dilakukan pada sampel 16 peserta. Hasil menunjukkan rata-rata nilai meningkat dari 76,25 menjadi 88,75 atau naik 12,50 poin. Sebagian besar responden juga menilai materi sesuai kebutuhan, mudah dipraktikkan, dan menambah wawasan digital marketing dengan persentase respon positif di atas 81%. Dapat disimpulkan bahwa pelatihan optimalisasi Lynk.id efektif untuk memperkuat literasi digital, personal branding, dan kesiapan wirausaha digital siswa SMK.

Kata kunci: Lynk.id, bio link, literasi digital, digital marketing, siswa SMK

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara individu dan organisasi membangun komunikasi, promosi, dan transaksi. Bagi siswa sekolah menengah kejuruan (SMK), kemampuan teknis tidak lagi cukup apabila tidak disertai literasi digital yang memadai untuk mengelola identitas dan saluran promosi secara efektif. Di lingkungan pendidikan vokasi, penguatan keterampilan digital marketing menjadi relevan karena peserta didik dipersiapkan untuk memasuki dunia kerja sekaligus memiliki peluang mengembangkan usaha mandiri. Felix et al. (2025) menegaskan bahwa literasi digital dan kewirausahaan merupakan kompetensi penting bagi generasi muda dalam menghadapi ekosistem bisnis digital yang terus berkembang.

Salah satu bentuk keterampilan digital yang semakin dibutuhkan adalah kemampuan mengintegrasikan berbagai kanal komunikasi dan penjualan ke dalam satu tautan yang ringkas, mudah diakses, dan profesional. Ramadhan et al. (2024) menunjukkan bahwa strategi digital marketing yang terarah dapat membantu proses konversi dari kunjungan digital menuju interaksi dan transaksi. Dalam konteks tersebut, platform bio link seperti Lynk.id dapat difungsikan sebagai pusat integrasi tautan menuju marketplace, media sosial, maupun layanan pesan instan sehingga mempermudah calon audiens menemukan seluruh kanal digital dalam satu halaman.

Mitra kegiatan ini adalah SMK IT Ibnu Rusyd Kota Bekasi yang berlokasi di Kecamatan Mustikajaya, Jawa Barat. Khalayak sasaran berjumlah 30 siswa program keahlian Teknik Komputer dan Jaringan dari kelas X sampai dengan kelas XII. Secara umum, sekolah telah memanfaatkan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi untuk pembelajaran dan praktikum. Namun demikian, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa pemanfaatan bio link oleh siswa masih rendah. Sebagian besar siswa telah

menggunakan media sosial, tetapi belum memahami cara mengelola tautan secara terstruktur, menata tampilan bio link, maupun mengarahkan traffic digital secara efektif ke kanal penjualan atau personal branding.

Permasalahan utama mitra meliputi: (1) minimnya pemanfaatan bio link sebagai media integrasi kanal penjualan, (2) kurangnya literasi digital dalam penggunaan Lynk.id, dan (3) belum optimalnya pemahaman tentang alur funneling digital dari media sosial menuju tautan utama. Kondisi ini sejalan dengan temuan Rullyanti et al. (2025) yang menekankan pentingnya pelatihan berbasis praktik untuk meningkatkan kemampuan literasi digital peserta didik. Pelatihan digital yang aplikatif juga dinilai efektif ketika peserta didampingi secara langsung pada saat praktik, sebagaimana ditunjukkan oleh Khasanah et al. (2023) dalam kegiatan penguatan keterampilan teknologi berbasis platform digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk workshop dengan tema optimalisasi bio link menggunakan Lynk.id. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pemahaman siswa mengenai peran bio link dalam digital marketing, meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam membuat dan mengelola halaman Lynk.id, serta memperkuat kesiapan siswa untuk membangun personal branding dan aktivitas wirausaha digital secara lebih profesional.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 17 Desember 2025 pukul 08.00–14.00 WIB di Laboratorium TKJ SMK IT Ibnu Rusyd Kota Bekasi. Peserta kegiatan berjumlah 30 siswa. Metode pelaksanaan dirancang secara partisipatif dan berbasis praktik agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menerapkan penggunaan Lynk.id secara langsung. Tahapan kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan pelatihan, evaluasi, dan tindak lanjut singkat melalui diskusi akhir.

Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait kesiapan ruang, perangkat komputer, akses internet, dan teknis pelaksanaan. Materi pelatihan difokuskan pada pengenalan digital marketing, fungsi link-in-bio, pembuatan akun Lynk.id, penataan tampilan halaman, dan integrasi tautan menuju kanal digital yang dimiliki peserta. Pada tahap pelaksanaan, metode ceramah singkat dikombinasikan dengan demonstrasi dan praktik terbimbing sehingga porsi kegiatan lebih menekankan learning by doing.

Keberhasilan kegiatan diukur menggunakan dua instrumen. Pertama, instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terkait fungsi bio link dan penggunaan Lynk.id. Kedua, angket respon peserta berskala Likert 1–5 untuk menilai kesesuaian materi, peningkatan wawasan, kemudahan implementasi, dan kejelasan langkah praktik. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan membandingkan rata-rata, median, dan rentang nilai pre-test dan post-test. Dari 30 peserta, sebanyak 16 responden digunakan sebagai sampel evaluasi kuantitatif sesuai ketersediaan data jawaban yang lengkap.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

| Tahapan | Waktu | Durasi (menit) | Keterangan |
|----------------------------------|-------------|----------------|----------------------------------|
| Persiapan panitia dan registrasi | 08.00–08.30 | 30 | Registrasi dan pengecekan teknis |

| | | | |
|--------------------------------------|-------------|-----|--------------------------------------|
| Pembukaan dan sambutan | 08.30–08.45 | 15 | Sambutan sekolah dan tim |
| Pre-test | 08.45–09.00 | 15 | Tes awal |
| Penyampaian materi | 09.00–09.45 | 45 | Konsep digital marketing dan Lynk.id |
| Praktik terbimbing | 09.45–11.30 | 105 | Setup akun, profil, dan tautan |
| Diskusi, review, dan troubleshooting | 11.30–12.15 | 45 | Review hasil praktik |
| Istirahat dan pendampingan informal | 12.15–13.00 | 45 | Istirahat dan konsultasi |
| Post-test dan evaluasi respon | 13.00–13.45 | 45 | Tes akhir dan angket |
| Penutupan dan dokumentasi | 13.45–14.00 | 15 | Penutupan dan dokumentasi |

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dilaksanakan sesuai rencana dengan kombinasi penyampaian materi dan praktik langsung. Pada sesi awal, peserta diperkenalkan pada urgensi pengelolaan identitas digital, peran bio link dalam digital marketing, serta contoh pemanfaatan Lynk.id untuk menghubungkan berbagai kanal digital. Sesi inti dilanjutkan dengan pembuatan akun, pengaturan profil, penambahan tautan, dan penyesuaian tampilan halaman agar lebih informatif dan menarik. Model pendampingan langsung memudahkan peserta untuk bertanya dan memperbaiki kesalahan teknis selama proses praktik berlangsung.

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga keterampilan praktis dalam menyusun halaman bio link sederhana yang dapat digunakan untuk keperluan promosi, personal branding, maupun penguatan portofolio digital. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik memiliki relevansi tinggi bagi siswa SMK karena materi dapat langsung dihubungkan dengan konteks pembelajaran vokasi dan kebutuhan dunia kerja digital.

Tabel 2. Perbandingan Hasil *Pre-test* dan *Post-test*

| Indikator | Pre-test | Post-test | Perubahan |
|-----------------|----------|-----------|------------------------------|
| Rata-rata nilai | 76,25 | 88,75 | +12,50 poin |
| Median | 80 | 100 | +20 poin |
| Rentang nilai | 0–100 | 60–100 | Sebaran lebih terkonsentrasi |

| | | | |
|---------------------------|----|----|-------|
| Jumlah responden evaluasi | 16 | 16 | Tetap |
|---------------------------|----|----|-------|

Data evaluasi menunjukkan peningkatan hasil belajar setelah pelatihan. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 76,25 pada pre-test menjadi 88,75 pada post-test atau naik 12,50 poin. Median nilai juga meningkat dari 80 menjadi 100. Selain menunjukkan peningkatan rerata, perubahan rentang nilai dari 0–100 menjadi 60–100 mengindikasikan bahwa pemahaman peserta sesudah pelatihan menjadi lebih merata pada level yang lebih tinggi. Dengan demikian, workshop ini efektif untuk meningkatkan pemahaman dasar peserta mengenai pemanfaatan Lynk.id dalam digital marketing.

Tabel 3. Ringkasan Respon Peserta terhadap Pelatihan (n = 16)

| Indikator | Skor 1–3 | Skor 4 | Skor 5 | Respon positif (4–5) |
|--|-------------|-------------|--------------|----------------------|
| Materi pelatihan sesuai kebutuhan | 3 responden | 2 responden | 11 responden | 81,25% |
| Pelatihan menambah wawasan digital marketing | 2 responden | 5 responden | 9 responden | 87,50% |
| Peserta dapat mengimplementasikan Lynk.id | 2 responden | 4 responden | 10 responden | 87,50% |
| Langkah praktik disampaikan dengan jelas | 3 responden | 3 responden | 10 responden | 81,25% |

Berdasarkan angket respon, sebagian besar peserta memberikan penilaian positif terhadap seluruh aspek pelatihan. Persentase respon positif berada pada kisaran 81,25% sampai 87,50%. Capaian ini memperlihatkan bahwa materi dinilai sesuai dengan kebutuhan siswa, mudah dipraktikkan, dan mampu memperluas wawasan peserta mengenai digital marketing. Tingginya persepsi keterterapan Lynk.id menunjukkan bahwa platform ini relevan digunakan sebagai alat sederhana namun fungsional untuk membangun identitas digital yang lebih terstruktur.

Dari sisi luaran jangka pendek, kegiatan ini menghasilkan peningkatan pemahaman, keterampilan dasar pengelolaan bio link, serta tumbuhnya kepercayaan diri siswa untuk menggunakan teknologi digital secara produktif. Dari sisi kelembagaan, sekolah memperoleh tambahan wawasan mengenai model pelatihan praktis yang dapat mendukung pembelajaran kewirausahaan dan literasi digital. Hasil tersebut sejalan dengan pandangan Felix et al. (2025) dan Rullyanti et al. (2025) bahwa intervensi literasi digital yang aplikatif mampu meningkatkan kesiapan peserta didik menghadapi tantangan ekonomi digital.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan. Durasi pelatihan hanya satu hari sehingga materi yang diberikan berfokus pada kemampuan dasar penggunaan Lynk.id dan belum menjangkau topik lanjutan seperti optimasi konten, integrasi analitik yang lebih mendalam, maupun strategi konversi lanjutan. Selain itu, evaluasi kuantitatif hanya menggunakan sampel 16 responden dari 30 peserta sehingga diperlukan pendampingan lanjutan agar dampak penerapan dapat diamati secara lebih menyeluruh dalam jangka panjang.

4. KESIMPULAN

Pelatihan optimalisasi Lynk.id di SMK IT Ibnu Rusyd Kota Bekasi terbukti efektif untuk memperkuat literasi digital siswa SMK. Kegiatan yang melibatkan 30 peserta ini menghasilkan peningkatan pemahaman pada sampel evaluasi sebanyak 16 responden, yang tercermin dari kenaikan nilai rata-rata pre-test 76,25 menjadi 88,75 pada post-test. Mayoritas responden juga memberikan penilaian positif terhadap relevansi materi, penambahan wawasan, kemudahan implementasi, dan kejelasan langkah praktik. Keunggulan utama kegiatan terletak pada pendekatan praktik langsung yang membuat peserta lebih mudah memahami penggunaan bio link untuk personal branding dan promosi digital. Adapun keterbatasannya terletak pada durasi pelatihan yang masih singkat dan evaluasi yang belum menjangkau seluruh peserta secara kuantitatif.

5. SARAN

- a. Pelatihan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan dengan durasi yang lebih panjang agar peserta dapat memperdalam materi dan mempraktikkan pengelolaan bio link secara lebih mandiri.
- b. Materi dapat dikembangkan ke tahap lanjutan, misalnya integrasi dengan strategi konten, analitik performa tautan, personal branding, dan pengelolaan kanal penjualan digital.
- c. Perlu dilakukan pendampingan pascapelatihan untuk memantau keberlanjutan penggunaan Lynk.id oleh siswa serta menilai dampaknya terhadap kesiapan kerja dan wirausaha digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Politeknik META Industri Cikarang atas dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, serta kepada pihak SMK IT Ibnu Rusyd Kota Bekasi yang telah menjadi mitra dan memfasilitasi terselenggaranya pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Felix, A., Sutrisno, J., Bernanda, D. Y., Makarawung, R. J., Kembau, A. S., & Hong, K. (2025). Literasi digital dan kewirausahaan: Mempersiapkan generasi muda menghadapi tantangan bisnis digital. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 9(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v9i1.8245>
- Khasanah, N., Saputri, E., Saputri, D. U. E., & Cahyanti, F. L. D. (2023). Pelatihan pembuatan web dengan WordPress dan hosting pada UKKT RW 05 Tegalparang. *Tridharma Dimas*, 3(2). <https://doi.org/10.52362/tridharmadimas.v3i2.1318>
- Ramadhan, T. S., Wahyuningtiyas, N., & Arsyianto, M. T. (2024). Mengangkat potensi UMKM: Strategi digital marketing untuk sukses pemasaran. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1263–1273. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1492>
- Rullyanti, M., Diana, E., Gunantara, A., Astuti, M. D., & Analia, V. (2025). Pelatihan copywriting kreatif untuk meningkatkan kemampuan literasi digital siswa-siswi SMKN 1 Kepahiang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 2059–2066. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i5.2643>