

Transformasi branding visual sekolah melalui pemanfaatan teknologi AI canva

Pratama Angga Buana¹, Saifur Rohman Cholil¹, Khoirudin², Dwi Prabowo³, Jessica Eliane Utomo, Evelyn Jenny Farkha Handoko¹, Reva Rizki Azzahra¹

¹Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Indonesia

²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Indonesia

³Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknologi, Universitas Semarang, Indonesia

Penulis korespondensi : Pratama Angga Buana

E-mail : pratama_angga@usm.ac.id

Diterima: 05 Juli 2026 | Direvisi: 30 Juli 2026 | Disetujui: 02 Agustus 2026 | Online: 22 Agustus 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Madrasah Aliyah Kejuruan Nahdlatul Ulama (MAK NU) 01 Kota Semarang merupakan madrasah yang diproyeksikan menjadi unggulan di bidang multimedia, namun masih menghadapi permasalahan berupa belum optimalnya kemampuan siswa dalam menghasilkan karya multimedia dan belum adanya standar identitas visual yang kuat sebagai sarana *branding* sekolah. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kompetensi peserta didik dalam pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) pada Canva untuk menghasilkan media *branding* visual sekaligus memperkuat identitas visual sekolah. Berbeda dengan inisiatif sebelumnya, program ini memiliki kebaruan dengan memberdayakan langsung siswa madrasah kejuruan untuk mengintegrasikan identitas visual institusi keagamaan dengan teknologi AI modern secara mandiri. Mitra kegiatan adalah MAK NU 01 Kota Semarang dengan sasaran peserta didik kelas XI sebanyak 12 orang. Jumlah peserta tersebut merupakan peserta yang hadir dan dipilih secara *purposive* berdasarkan rekomendasi guru bidang studi multimedia. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan persiapan, pelaksanaan pelatihan berbasis praktik (*hands-on training*), evaluasi menggunakan *pretest* dan *posttest*, serta tindak lanjut berupa publikasi dan penyusunan luaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan desain visual *branding* berupa poster dan konten promosi sekolah menggunakan AI Canva. Secara kuantitatif, seluruh indikator mengalami peningkatan setelah pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada pemahaman fitur AI Canva dengan selisih skor sebesar 1,25 dan nilai N-Gain 0,6522, sedangkan pemahaman konsep identitas visual memperoleh nilai N-Gain tertinggi sebesar 0,7692 dengan kategori tinggi. Secara keseluruhan, pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi peserta dalam mengembangkan *branding* visual sekolah berbasis teknologi AI.

Kata kunci: artificial intelligence; branding sekolah; canva; identitas visual; madrasah.

Abstract

Madrasah Aliyah Kejuruan Nahdlatul Ulama (MAK NU) 01 Semarang is projected to become a leading multimedia-based Islamic vocational school. However, it still faces challenges in optimizing students' multimedia competencies and establishing a strong visual identity to support school branding. This community service program aimed to improve students' competencies in utilizing Artificial Intelligence (AI) features in Canva to create visual branding media and strengthen the school's visual identity. Unlike previous initiatives, this program introduces a novelty by directly empowering vocational madrasah students to independently integrate the visual identity of a religious institution with modern AI technology. The partner institution was MAK NU 01 Semarang, involving 12 eleventh-grade

students as participants. The number of participants was limited to optimize hands-on training assistance in the laboratory, and they were purposively selected based on recommendations from the multimedia subject teachers. The program employed a participatory approach consisting of preparation, hands-on training sessions, evaluation through pretest and posttest instruments, and follow-up activities through publications and dissemination of outputs. The results showed that participants were able to produce visual branding designs, including posters and promotional content using AI Canva. Quantitatively, all evaluation indicators improved after the training. The highest improvement was found in the understanding of AI Canva features, with a score increase of 1.25 and an N-Gain value of 0.6522. Meanwhile, the understanding of visual identity concepts achieved the highest N-Gain value of 0.7692, categorized as high effectiveness. Overall, the training successfully enhanced participants' knowledge, skills, and motivation in developing school visual branding through AI-based technology.

Keywords: artificial intelligence; canva, madrasah; school branding; visual identity.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) saat ini telah memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada bidang pendidikan (Abriansah et al., 2024). Kehadiran AI mampu meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses kerja, serta menghasilkan berbagai solusi inovatif pada sektor pendidikan, kesehatan, maupun bisnis (Alifiya et al., 2025). Integrasi AI dalam pendidikan juga mendorong transformasi pembelajaran digital dan peningkatan kompetensi peserta didik agar lebih siap menghadapi tantangan era industri yang berbasis teknologi (Motlagh et al., 2025). Hal tersebut didorong dengan banyaknya lembaga pendidikan yang mulai memanfaatkan AI tidak hanya untuk mendukung pembelajaran, tetapi juga untuk memperkuat identitas dan daya saing institusi di era digital (Tria et al., 2025).

Pendidikan vokasi memiliki peran strategis dalam menghasilkan lulusan yang terampil, adaptif, dan siap memasuki dunia kerja, khususnya pada sektor industri kreatif dan teknologi digital (Angga Buana et al., 2025). Salah satu lembaga pendidikan vokasi yang berupaya mengintegrasikan pendidikan keagamaan dan penguasaan teknologi adalah Madrasah Aliyah Kejuruan Nahdlatul Ulama (MAK NU) 01 Kota Semarang. Madrasah ini menekankan pentingnya keseimbangan antara kompetensi keagamaan dan kemampuan teknologi bagi peserta didik sehingga mampu mengikuti perkembangan zaman dan tetap kompetitif (Osly et al., 2022; Sya'Adah, 2024). Namun demikian, upaya tersebut masih memerlukan dukungan melalui program peningkatan keterampilan digital yang relevan dengan kebutuhan dunia pendidikan dan industri saat ini.

Sebagai madrasah yang memiliki identitas sebagai sekolah unggulan berbasis multimedia, MAK NU 01 Kota Semarang masih menghadapi kendala dalam penguatan kompetensi teknologi, khususnya pada bidang desain multimedia dan pengembangan media promosi digital. Kondisi tersebut menyebabkan potensi sekolah dalam membangun identitas visual dan *branding* digital belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Padahal, *branding* sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan citra lembaga, menarik minat calon peserta didik baru, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan (Angga Buana et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan suatu kegiatan yang mampu meningkatkan keterampilan digital peserta didik sekaligus mendukung penguatan identitas visual dan *branding* sekolah.

Di sisi lain, MAK NU 01 Kota Semarang memiliki fasilitas pendukung yang cukup memadai untuk mengembangkan kompetensi digital peserta didik. Hal ini ditunjukkan dengan tersedianya laboratorium komputer multimedia serta akses internet yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pembelajaran dan pelatihan. Pemanfaatan media digital secara optimal dapat membantu sekolah memperluas jangkauan promosi, memperkuat identitas visual, serta meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan di tengah persaingan yang semakin ketat. Kondisi tersebut semakin didukung oleh tingginya penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2024 dengan dominasi pengguna dari generasi Z sebesar 34,40%, sehingga media digital memiliki potensi besar sebagai sarana *branding* sekolah yang

efektif dan efisien (Angga Buana et al., 2026). Selain itu, media sosial saat ini telah menjadi sarana komunikasi dan penyebaran informasi yang sangat dekat dengan generasi muda sehingga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi sekolah yang strategis (Sukoco, 2024).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan AI mampu meningkatkan kualitas promosi dan *branding* sekolah melalui pembuatan konten digital yang lebih kreatif, efisien, dan menarik bagi masyarakat (Mubaroq et al., 2025). Penguatan *branding* sekolah melalui konten kreatif berbasis digital juga terbukti mampu meningkatkan citra institusi serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat (Angga Buana et al., 2025). Namun demikian, inisiatif-inisiatif sebelumnya umumnya lebih berfokus pada pelatihan bagi guru atau staf humas sekolah, serta belum mengeksplorasi integrasi identitas lembaga keagamaan. Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) dari program pengabdian ini terletak pada pemberdayaan secara langsung kepada peserta didik madrasah kejuruan untuk mengintegrasikan identitas visual institusi keislaman dengan teknologi AI generatif modern secara mandiri. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi AI, khususnya pada aplikasi Canva, menjadi salah satu alternatif solusi yang relevan untuk meningkatkan kompetensi digital peserta didik sekaligus memperkuat identitas visual sekolah. Pemanfaatan teknologi tersebut diharapkan mampu menghasilkan media promosi yang lebih profesional, inovatif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi terkini.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan pembuatan desain media promosi berbasis teknologi AI menggunakan Canva sebagai sarana penguatan identitas visual dan *branding* sekolah. Kegiatan dilaksanakan secara luring di laboratorium komputer multimedia MAK NU 01 Kota Semarang dan diikuti oleh 12 peserta didik kelas XI. Jumlah peserta tersebut merupakan peserta yang hadir dan dipilih secara *purposive* berdasarkan rekomendasi guru bidang studi multimedia, serta kepala madrasah. Metode yang digunakan berupa pelatihan interaktif dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami sekaligus menerapkan penggunaan fitur-fitur AI Canva dalam pembuatan media promosi digital. Materi yang diberikan meliputi pengenalan *branding* sekolah, prinsip dasar desain grafis dan tipografi, pembuatan konten positif, serta praktik pembuatan brosur digital sebagai media promosi sekolah (Nuzulita et al., 2022; Wono et al., 2023). Oleh karena itu, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan digital peserta didik sekaligus mendukung penguatan identitas visual dan branding MAK NU 01 Kota Semarang secara berkelanjutan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan di Madrasah Aliyah Kejuruan Nahdlatul Ulama (MAK NU) 01 Kota Semarang yang berlokasi di Jalan Padaan Palir, Kelurahan Podorejo, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2026 bertempat di laboratorium komputer multimedia dan diikuti oleh 12 peserta didik kelas XI. Pemilihan peserta dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria spesifik, yaitu: (1) mendapat rekomendasi dari guru kejuruan multimedia, (2) memiliki minat dalam pengembangan desain grafis sekolah, dan (3) memiliki literasi komputer dasar yang memadai. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan efektivitas pendampingan dan kesiapan peserta dalam mengikuti pelatihan pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pelatihan partisipatif (*participatory training*) yang memadukan pendekatan ceramah, demonstrasi, praktik langsung (*hands-on training*), dan diskusi interaktif. Pelatihan difokuskan pada pemanfaatan fitur-fitur *Artificial Intelligence* (AI) pada aplikasi Canva untuk membuat media promosi digital dan memperkuat identitas visual sekolah. Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep *branding* sekolah, identitas visual, prinsip dasar desain grafis dan tipografi, pengenalan fitur AI Canva, serta praktik pembuatan brosur dan konten promosi digital.

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas empat tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut. Tahap persiapan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan mitra, koordinasi dengan pihak sekolah terkait jadwal kegiatan, pengecekan sarana dan prasarana, serta penyusunan instrumen

evaluasi. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi penggunaan AI Canva, pendampingan praktik pembuatan desain, dan sesi tanya jawab interaktif. Tahap evaluasi dilaksanakan dengan mengukur peningkatan pemahaman peserta menggunakan instrumen *pretest* dan *posttest* serta menyebarkan kuesioner kepuasan kepada mitra.

Instrumen *pretest* dan *posttest* disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan skor 5 (sangat setuju). Penggunaan metode *self-assessment* berbasis skala *Likert* ini dipilih karena evaluasi dititikberatkan pada pengukuran tingkat kepercayaan diri (*self-efficacy*), motivasi, dan persepsi peserta terhadap peningkatan kemampuannya sendiri setelah pelatihan. Pengukuran dilakukan terhadap sepuluh indikator yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik peserta terkait pemahaman *branding* sekolah dan pemanfaatan AI Canva. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan menghitung nilai rata-rata *pretest* dan *posttest*, selisih peningkatan, serta nilai *Normalized Gain* (*N-Gain*) menggunakan persamaan :

$$G = \frac{X_{post} - X_{pre}}{X_{maks} - X_{pre}} \quad \dots (1)$$

X_{post} merupakan rata-rata skor *posttest*, X_{pre} merupakan rata-rata skor *pretest*, dan X_{maks} adalah skor maksimum sebesar 5. Kriteria interpretasi *N-Gain* terdiri atas kategori tinggi ($g > 0,70$), sedang ($0,30 \leq g \leq 0,70$), dan rendah ($g < 0,30$). Tahap tindak lanjut dilakukan melalui penyusunan laporan kegiatan, publikasi hasil pengabdian pada jurnal nasional dan media massa, penyusunan luaran berupa bahan ajar dan poster, serta publikasi dokumentasi kegiatan pada kanal YouTube LPPM Universitas Semarang. Gambar 1 berikut menampilkan tahapan dalam kegiatan pengabdian ini.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2026 di Laboratorium Komputer Multimedia MAK NU 01 Kota Semarang. Kegiatan diikuti oleh 12 peserta didik kelas XI dan berlangsung selama dua jam tiga puluh menit, mulai pukul 09.00 WIB hingga 11.30 WIB. Kegiatan diawali dengan registrasi peserta, sambutan dari perwakilan Universitas Semarang dan Kepala Madrasah, kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan *pretest*, penyampaian materi, praktik penggunaan AI Canva, dan diakhiri dengan *posttest*. Seluruh rangkaian kegiatan berlangsung dengan baik dan peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama mengikuti pelatihan. Gambar 2 berikut menunjukkan saat sambutan dan pembukaan oleh perwakilan Universitas Semarang beserta kepala madrasah.



Gambar 2. Sambutan dan Pembukaan Pelaksanaan Kegiatan

Sebelum pelatihan dimulai, peserta diminta mengisi instrumen *pretest* melalui Google Form untuk mengetahui tingkat pemahaman awal mengenai *branding* sekolah dan pemanfaatan fitur *Artificial Intelligence* (AI) pada Canva. Selanjutnya, tim pengabdian menyampaikan materi mengenai konsep identitas visual, pentingnya *branding* sekolah, prinsip dasar desain grafis, serta pengenalan fitur AI Canva seperti *Magic Design*, *Text to Image*, dan *Magic Write*. Kegiatan pelatihan dilaksanakan menggunakan metode demonstrasi dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami materi secara lebih aplikatif. Gambar 3 menunjukkan saat para peserta mengisi instrumen *pretest* dan pemaparan materi pelatihan.



Gambar 3. Pengisian Kuesioner dan Pemaparan Materi Pelatihan

Pada sesi praktik, peserta didampingi secara langsung dalam membuat media promosi digital berupa brosur, poster, dan konten media sosial menggunakan AI Canva. Pendampingan dilakukan mulai dari proses menentukan konsep desain, memilih elemen visual, hingga menghasilkan desain yang sesuai dengan identitas sekolah. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu memanfaatkan fitur AI Canva untuk menghasilkan desain yang kreatif dan menarik. Meskipun demikian, terdapat dinamika kualitatif di lapangan di mana sebagian peserta awal sempat mengalami kesulitan dalam merumuskan perintah teks (*prompt engineering*) yang presisi pada fitur AI Canva. Kendala tersebut berhasil diatasi melalui pendampingan intensif oleh tim pengabdian yang mengarahkan penulisan kata kunci secara efisien, sekaligus memastikan elemen visual yang dihasilkan tetap selaras dengan identitas dan nilai-nilai keislaman madrasah. Beberapa hasil karya peserta terpilih

ditampilkan sebagai bentuk luaran bahwa peserta mampu memanfaatkan fitur AI Canva untuk menghasilkan desain yang kreatif dan menarik. Beberapa hasil karya peserta terpilih ditampilkan sebagai bentuk luaran dari kegiatan pelatihan.



Gambar 4. Suasana Pendampingan Peserta dan Hasil Karya

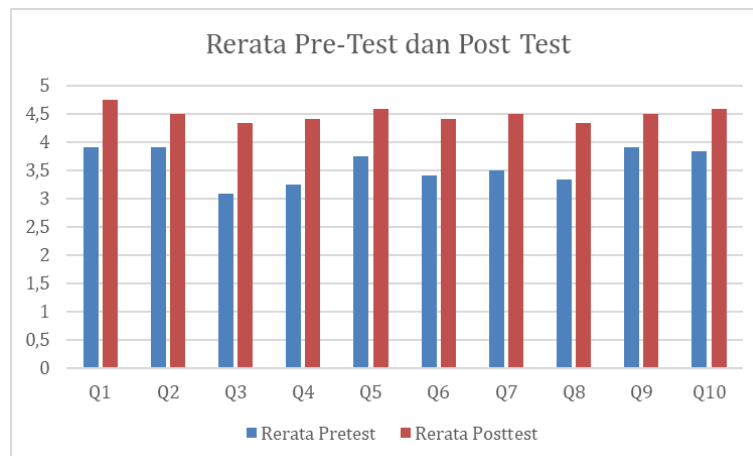
Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengukuran *pretest* dan *posttest* menggunakan instrumen yang terdiri atas sepuluh indikator penilaian. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan setelah pelaksanaan pelatihan. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator pemahaman fitur AI Canva (Q3) dengan selisih skor sebesar 1,2500 dan nilai N-Gain sebesar 0,6522. Sementara itu, indikator pemahaman konsep identitas visual (Q1) memperoleh nilai N-Gain tertinggi sebesar 0,7692 yang termasuk dalam kategori tinggi. Tabel 1 berikut menampilkan hasil analisis *pretest* dengan *posttest*.

Tabel 1. Hasil Analisis Pretest dengan Posttest

Indikator	Rerata Pretest	Rerata Posttest	Selisih Absolut	Nilai N-Gain	Kategori Efektivitas
Q1 (Konsep Identitas Visual)	3,9167	4,7500	+0,8333	0,7692	Tinggi
Q2 (Pentingnya Branding)	3,9167	4,5000	+0,5833	0,5385	Sedang
Q3 (Fitur AI Canva)	3,0833	4,3333	+1,2500	0,6522	Sedang
Q4 (Prinsip Desain Grafis)	3,2500	4,4167	+1,1667	0,6667	Sedang
Q5 (Minat Memanfaatkan Canva AI)	3,7500	4,5833	+0,8333	0,6667	Sedang
Q6 (Keyakinan Peran Visual)	3,4167	4,4167	+1,0000	0,6316	Sedang
Q7 (Motivasi Kreativitas)	3,5000	4,5000	+1,0000	0,6667	Sedang
Q8 (Kemampuan Mandiri Fitur AI)	3,3333	4,3333	+1,0000	0,6000	Sedang

Indikator	Rerata Pretest	Rerata Posttest	Selisih Absolut	Nilai N-Gain	Kategori Efektivitas
Q9 (Kemampuan Membuat Konten)	3,9167	4,5000	+0,5833	0,5385	Sedang
Q10 (Penerapan Branding Konsisten)	3,8333	4,5833	+0,7500	0,6429	Sedang

Peningkatan nilai pada seluruh indikator menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung dan pendampingan mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi peserta dalam memanfaatkan AI Canva. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mubaroq et al. (2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi AI dapat meningkatkan kreativitas peserta didik dalam menghasilkan media promosi digital. Selain itu, capaian ini membuktikan bahwa pemberdayaan secara langsung kepada peserta didik ini berbeda dengan inisiatif sebelumnya yang berfokus pada staf sekolah terbukti efektif. Peserta didik madrasah kejuruan mampu secara mandiri mengintegrasikan nilai religius sekolahnya dengan sentuhan desain modern berbasis AI. Gambar 5 berikut menunjukkan perbandingan rata-rata *pretest* dengan *posttest*.



Gambar 5. Perbandingan rata-rata pretest dengan posttest



Gambar 6. Pemberian Hadiah dan Foto Bersama.

Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi mitra, baik dari aspek pengetahuan maupun keterampilan peserta didik. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya identitas visual dan *branding* sekolah serta mampu menghasilkan media promosi digital secara mandiri menggunakan AI Canva. Selain itu, pihak sekolah memperoleh alternatif strategi untuk memperkuat *branding* digital melalui keterlibatan peserta didik dalam pembuatan konten promosi sekolah. Dengan demikian, kegiatan

pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kompetensi digital peserta, tetapi juga mendukung upaya penguatan identitas visual dan *branding* MAK NU 01 Kota Semarang secara berkelanjutan.

Penutup kegiatan ini diberikan hadiah sebagai bentuk apresiasi kepada para peserta yang menghasilkan karya terbaiknya. Kemudian dilanjutkan dengan sesi foto bersama, seperti ditunjukkan pada gambar 6. Seluruh hasil karya brosur digital peserta terbaik telah diserahkan kepada Kepala Madrasah untuk dapat digunakan secara resmi dalam kegiatan promosi SPMB MAK NU 01 Kota Semarang.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) pada aplikasi Canva berhasil meningkatkan kompetensi peserta didik MAK NU 01 Kota Semarang dalam membuat media promosi digital dan memahami pentingnya identitas visual serta *branding* sekolah. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh indikator mengalami peningkatan nilai setelah pelatihan, dengan nilai N-Gain tertinggi sebesar 0,7692 pada indikator pemahaman konsep identitas visual dan nilai N-Gain sebesar 0,6522 pada indikator pemahaman fitur AI Canva yang termasuk dalam kategori sedang hingga tinggi. Selain meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta didik, kegiatan ini juga menghasilkan luaran berupa desain brosur dan konten promosi digital yang telah diserahkan dan secara resmi diadopsi dan akan digunakan untuk tahun ajaran baru kedepan oleh pihak sekolah sebagai media promosi resmi Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) MAK NU 01 Kota Semarang. Dengan demikian, pelatihan AI Canva terbukti menjadi salah satu alternatif strategi yang efektif dalam mendukung penguatan identitas visual dan *branding* digital sekolah.

Meskipun memberikan hasil yang positif, kegiatan pengabdian ini memiliki beberapa keterbatasan (*limitations*), antara lain : (1) durasi pelaksanaan pelatihan yang terbatas (2,5 jam), (2) jumlah sasaran peserta yang terbatas pada 12 siswa, serta (3) ruang lingkup luaran yang masih berfokus pada media visual statis (brosur dan poster 2D) dan belum mencakup pelatihan manajemen publikasi media sosial secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkesinambungan dengan cakupan peserta yang lebih luas dan materi yang lebih mendalam, seperti pembuatan video promosi berbasis AI serta strategi pengelolaan konten media sosial. Selain itu, pihak sekolah diharapkan dapat membentuk tim kreatif digital siswa guna memanfaatkan materi promosi yang telah dihasilkan secara konsisten. Penelitian dan pengabdian selanjutnya juga disarankan untuk mengukur dampak jangka panjang dari implementasi *branding* digital ini terhadap peningkatan citra sekolah dan jumlah pendaftar siswa baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang atas dukungan pendanaan dan fasilitasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Madrasah, guru, dan peserta didik MAK NU 01 Kota Semarang yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Abriansah, F. R., Dwi Kurniawan, N., Ferdian, P. R., Nurin, D., Ma'arif, N., Firdaus, A. M., & Buana, A. (2024). Exploring User Experiences of Chat GPT and Google Gemini AI : A SUS and EUCS Approach. In *Computer Engineering and Artificial Intelligence*. <https://journal.redtechidn.org/index.php/itcea>
- Alifiya, H., Utomo, J. E., Kusuma, H. P., Azzahra, D. K., & Angga Buana, P. (2025). Eksplorasi Penerapan Artificial Intelligence Dalam Transformasi Infrastruktur Digital Untuk Keberlanjutan Ekonomi Digital Exploring The Implementation Of Artificial Intelligence In Digital Infrastructure Transformation For Sustainable Digital Economy. *Jurnal Komputer Dan Teknologi Sains (KOMTEKS)*, 4(1), 1–7.

- Angga Buana, P., Widodo, E., & Winarti, T. (2024). *Jurnal MANTAP Pelatihan Virtual Reality untuk Branding Sekolah di Era Digital*. 1(2).
- Angga Buana, P., Widodo, E., Winarti, T., Nurin Nabil Ma, D., & Kusuma Wardani, K. (2025). *Penguatan Branding Sekolah melalui Literasi Digital dan Virtual Reality* (Vol. 8, Number 2).
- Angga Buana, P., Winarti, T., Widodo, E., Asmiatun, S., Nurin, D., Ma'arif, N., Wardani, K. K., & Susilo, A. (2026). Transformasi digital sekolah : pengelolaan situs web untuk meningkatkan brand image SMK Kristen Surakarta. *SELAPARANG : Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, (2), 1838–1846.
- Motlagh, N. Y., Khajavi, M., Sharifi, A., & Ahmadi, M. (2025). *The Impact of Artificial Intelligence on the Evolution of Digital Education: A Comparative Study of OpenAI Text Generation Tools including ChatGPT, Bing Chat, Bard, and Ernie*. <http://arxiv.org/abs/2309.02029>
- Mubaroq, S., Oktarini, W., Indahwiya, N., & Amrullah, M. A. (2025). Pelatihan Peningkatan Branding dan Promosi Sekolah Melalui Pemanfaatan Kecerdasan Buatan di SMK Muhammadiyah Kalisat. *JUPAMU: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 127–136. <https://doi.org/10.66031/jupamu.v1i1.42>
- Nuzulita, N., Purwanti, E., Taufik, T., Rosyidan, F. Y., Firdausi, F., Arrasyid, N. N., & Husna, O. I. (2022). Peningkatan Kualitas Konten Pada Media Sosial Sekolah Sebagai Sarana Promosi Dan Branding Sekolah Di Surabaya. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 6(2), 395–405. <https://doi.org/10.20473/jlm.v6i2.2022.395-405>
- Osly, P. J., Araswati, F. D., Meutia, W., & Ihsani, I. (2022). Pelatihan Strategi Branding Pada Smks Tinta Emas Indonesia Dengan Website Dan Sosial Media. *JANATA*, 2(2), 71–75.
- Sukoco, R. (2024, May 4). *Countries with the Most Facebook Users, 2024*. https://Seasia.Co/Infographic/Countries-with-the-Most-Facebook-Users-2024?Utm_source=chatgpt.Com.
- Sya'Adah, S. F. (2024). Strategi Promosi Berbasis Digital Marketing dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Baru di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 1(4), 322–333. <https://doi.org/10.62383/dilan.v1i4.882>
- Tria, H., Jelita, I., & Hadi Mustofa, R. (2025). *Implementation of Artificial Intelligence in Compiling School Digital Profiles to Improve Educational Branding: A Case Study of Muhammadiyah 1 Wuryantoro Junior High School*.
- Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru Dalam Manajemen Strategi. *Branding: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 77–86. <https://www.journal.uinsgd.ac.id/index.php/branding>