

---

## **Pelatihan Optimalisasi Penggunaan *Canva* dan AI Untuk Meningkatkan Manajemen dan Branding Sekolah RA Hafiroh Awaliyah**

**Elmira Siska<sup>1</sup>, Lela Elvira<sup>2</sup>, Nurlaela Eva Puji Lestari<sup>3</sup>, Siti Mabror Rachmah<sup>4</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>.

✉ Email Korespondensi: [elmira.ems@bsi.ac.id](mailto:elmira.ems@bsi.ac.id)

### **INFO ARTIKEL**

#### **Histori Artikel:**

*Diterima* 01-05-2026

*Disetujui* 05-05-2026

*Diterbitkan* 07-05-2026

#### **Katakunci:**

*Canva,*  
*AI,*  
*Manajemen,*  
*Branding*

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung manajemen dan branding sekolah di RA Hafiroh Awaliyah, khususnya dalam pembuatan konten promosi dan pengelolaan informasi yang masih dilakukan secara konvensional. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan guru dan pengelola sekolah dalam mengoptimalkan penggunaan Canva dan Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung manajemen dan branding sekolah berbasis digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan, yaitu pra pelaksanaan (observasi, analisis kebutuhan, dan penyusunan materi), pelaksanaan (pelatihan dan pendampingan penggunaan Canva dan AI), serta evaluasi (pre-test, post-test, observasi, dan kuesioner kepuasan). Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta yang ditunjukkan dari perbandingan nilai pre-test dan post-test, dari kategori rendah menjadi baik. Selain itu, peserta mampu menghasilkan konten branding seperti poster, banner, dan media sosial yang lebih menarik dan komunikatif, serta memanfaatkan AI untuk menyusun caption dan ide konten secara lebih efektif. Tingkat kehadiran peserta mencapai 100% dengan respon positif terhadap pelaksanaan kegiatan, sehingga pelatihan ini dinilai efektif dalam meningkatkan kompetensi digital serta mendukung penguatan manajemen dan branding sekolah secara berkelanjutan.

### **Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Siska, E., Elvira, L., Lestari, N. E. P. ., & Rachmah, S. M. (2026). Pelatihan Optimalisasi Penggunaan Canva dan AI Untuk Meningkatkan Manajemen dan Branding Sekolah RA Hafiroh Awaliyah. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 844-854. <https://doi.org/10.63822/714yxp97>

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam berbagai aspek pengelolaan lembaga pendidikan, termasuk pada jenjang pendidikan anak usia dini. Lembaga pendidikan saat ini tidak hanya dituntut untuk memberikan layanan pembelajaran yang berkualitas, tetapi juga mampu mengelola informasi serta membangun citra positif melalui media digital. Branding sekolah menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menarik minat peserta didik baru (Budiarti et al., 2023); (Rahmawati, 2025); (Arisa et al., 2024). Namun, tidak semua lembaga pendidikan memiliki kemampuan yang memadai dalam mengoptimalkan teknologi digital untuk tujuan tersebut.

RA Hafiroh Awaliyah sebagai lembaga pendidikan anak usia dini masih menghadapi sejumlah kendala dalam aspek manajemen dan branding sekolah. Berdasarkan hasil identifikasi awal, pengelolaan administrasi dan penyampaian informasi masih dilakukan secara konvensional, sehingga belum efisien dan kurang terdokumentasi dengan baik. Selain itu, aktivitas promosi sekolah belum memanfaatkan media digital secara optimal, baik dari segi kualitas desain, konsistensi konten, maupun strategi komunikasi yang digunakan. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan informasi sekolah kepada masyarakat luas.

Pemanfaatan platform desain digital seperti Canva serta teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) menjadi peluang yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan manajemen dan branding sekolah. Canva memungkinkan pembuatan konten visual secara mudah dan menarik, sementara AI dapat membantu dalam penyusunan teks, ide konten, hingga efisiensi proses kerja (Sutopo et al., 2023); (Mubaroq et al., 2025). Namun demikian, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan tenaga pendidik dalam menggunakan teknologi tersebut menjadi hambatan utama dalam implementasinya di lingkungan sekolah.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan kapasitas lembaga pendidikan. Pelatihan penggunaan Canva terbukti dapat meningkatkan kemampuan guru dalam membuat media promosi yang lebih kreatif dan menarik (Situmorang et al., 2024). Selain itu, kegiatan pelatihan digital marketing berbasis media sosial juga mampu meningkatkan visibilitas dan citra sekolah di masyarakat (Aulawi et al., 2025); (Putra et al., 2025). Bahkan, pemanfaatan teknologi AI dalam pengelolaan konten digital telah terbukti meningkatkan efisiensi kerja serta kualitas komunikasi lembaga pendidikan (Aulawi et al., 2025).

Kegiatan sejenis lainnya juga menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam manajemen sekolah dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan administrasi dan penyampaian informasi. Pelatihan berbasis teknologi tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga mampu mendorong perubahan sistem kerja yang lebih terstruktur dan modern (Masinambow et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang terarah dan aplikatif sangat diperlukan untuk membantu lembaga pendidikan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dirancang dalam bentuk pelatihan optimalisasi penggunaan Canva dan AI untuk meningkatkan manajemen dan branding sekolah di RA Hafiroh Awaliyah. Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan keterampilan praktis dalam pembuatan konten visual, pengelolaan informasi digital, serta pemanfaatan AI dalam mendukung aktivitas administrasi dan promosi sekolah. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan berbasis praktik langsung agar peserta dapat dengan mudah mengimplementasikan hasil pelatihan.

Kontribusi dari kegiatan ini terletak pada upaya pemberdayaan sumber daya manusia di lingkungan sekolah agar mampu memanfaatkan teknologi digital secara mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi dalam bentuk model pelatihan yang mengintegrasikan penggunaan Canva dan AI untuk mendukung manajemen serta branding sekolah secara simultan. Model ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan lain yang memiliki permasalahan serupa.

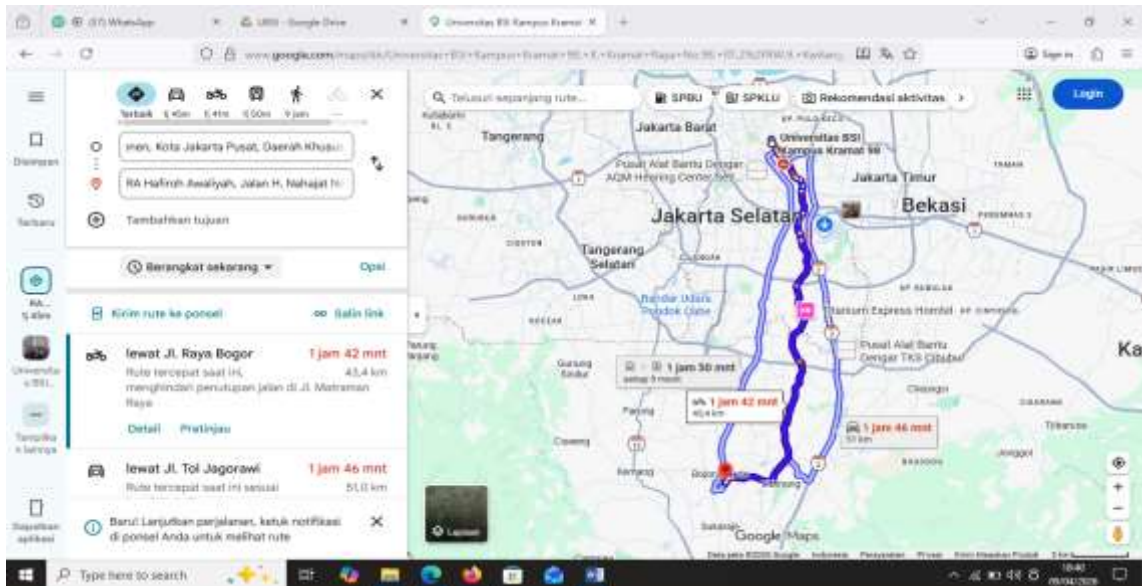
Dengan terlaksananya kegiatan ini, diharapkan terjadi peningkatan kemampuan guru dan pengelola sekolah dalam mengelola informasi dan membangun citra sekolah secara digital. Dampak yang diharapkan tidak hanya berupa peningkatan kualitas konten promosi, tetapi juga peningkatan efektivitas manajemen sekolah secara keseluruhan. Hal ini pada akhirnya dapat memperkuat posisi RA Hafiroh Awaliyah dalam persaingan lembaga pendidikan di tingkat lokal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan adalah:

1. Meningkatkan keterampilan guru dan pengelola sekolah dalam menggunakan Canva untuk mendukung kebutuhan manajemen dan promosi.
2. Meningkatkan pemanfaatan teknologi AI dalam penyusunan konten dan pengelolaan informasi sekolah.
3. Meningkatkan efektivitas branding sekolah melalui strategi komunikasi digital yang lebih terstruktur dan menarik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan PKM dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 April 2026, pukul 09-12.00 WIB, bertempat di ruang kelas RA Hafiroh Awaliyah. Sekolah ini beralamat di Jl. Perumahan Bambu Kuning Blok E3, RT.003/RW.013, Desa Bojonggede, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor. Lokasi ini berjarak sekitar 51 km dari Kampus Universitas Bina Saranan Informatika (UBSI), Jakarta. Lokasi ini dapat ditempuh selamam 1 jam 46 menit dengan kendaraan roda 4. Jarak lokasi kampus ke lokasi mitra disajikan pada Gambar 1. Terdapat sebanyak 4 orang tim dosen, 3 orang dan 15 tenaga pendidik dan bagian ADM Sekolah.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di RA Hafiroh Awaliyah dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung. Metode yang digunakan dirancang untuk meningkatkan keterlibatan aktif peserta, sehingga materi yang diberikan dapat langsung diterapkan dalam kegiatan manajemen dan branding sekolah. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahapan utama, yaitu pra pelaksanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Gambar 2).



**Gambar 1.** Jarak lokasi kampus ke mitra

1. Pra Pelaksanaan

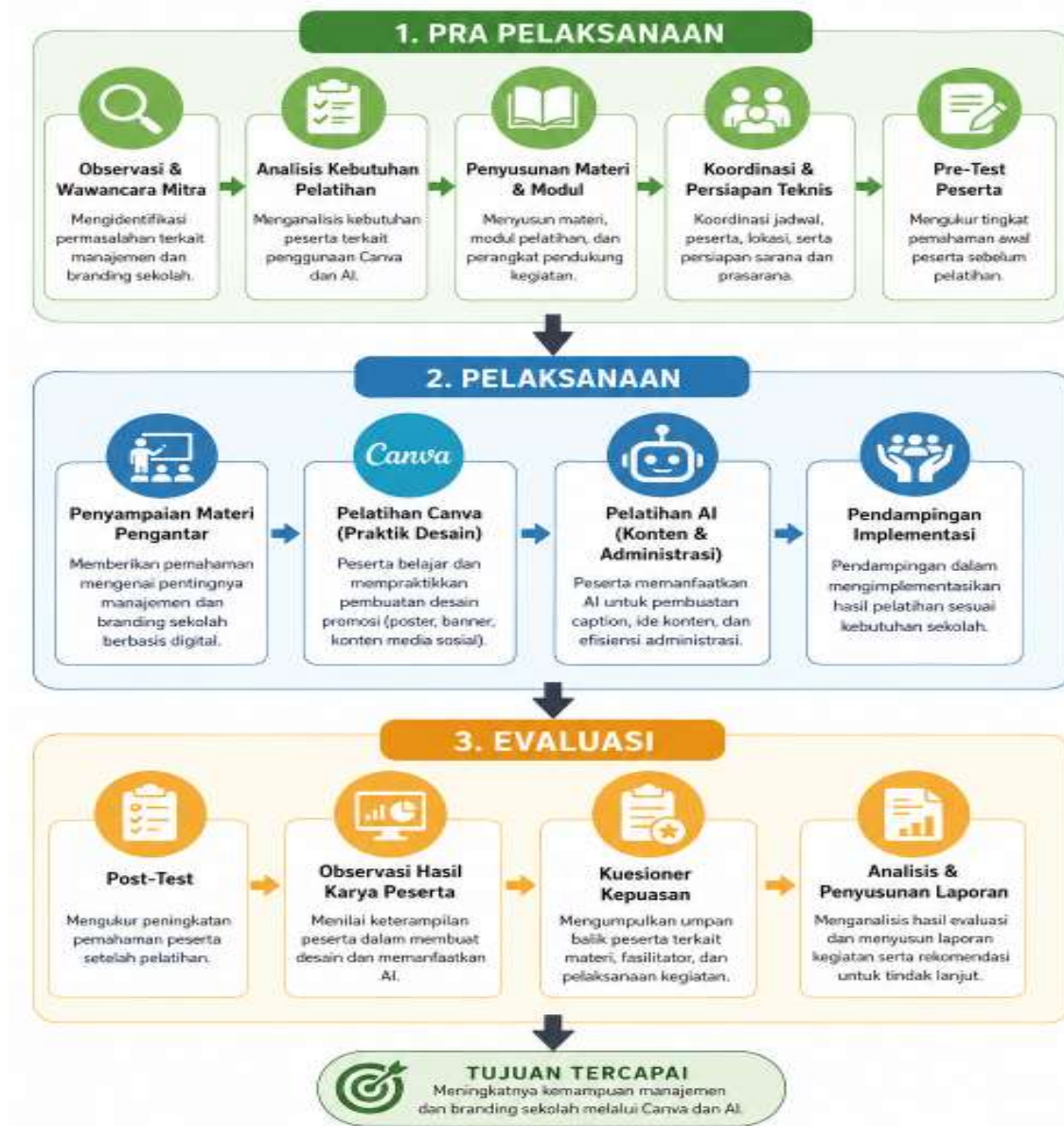
Tahap pra pelaksanaan merupakan tahap persiapan yang bertujuan untuk memastikan kegiatan pengabdian berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan terkait manajemen dan branding sekolah. Selanjutnya dilakukan analisis kebutuhan pelatihan yang mencakup kemampuan penggunaan Canva dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI). Berdasarkan hasil analisis tersebut, disusun materi pelatihan, modul, serta perangkat pendukung kegiatan. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait jadwal, peserta, serta teknis pelaksanaan. Tahap pra pelaksanaan diakhiri dengan penyusunan instrumen pre-test.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan yang dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi pengantar mengenai pentingnya manajemen dan branding sekolah berbasis digital. Selanjutnya dilakukan pelatihan penggunaan Canva untuk pembuatan media promosi seperti poster, banner, dan konten media sosial. Peserta melakukan praktik langsung dengan bimbingan fasilitator. Setelah itu, peserta diberikan pelatihan pemanfaatan AI untuk pembuatan caption, ide konten, serta efisiensi administrasi sekolah. Kegiatan dilanjutkan dengan sesi pendampingan untuk memastikan peserta mampu mengimplementasikan hasil pelatihan sesuai kebutuhan sekolah secara nyata.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan kegiatan melalui pre-test dan post-test, observasi keterampilan peserta, serta kuesioner kepuasan. Selain itu, dilakukan penilaian terhadap hasil output berupa konten branding yang dihasilkan peserta. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penyusunan laporan kegiatan dan rekomendasi untuk pengembangan kegiatan selanjutnya.



Gambar 2. Diagram Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan PKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini dimulai dengan presentasi oleh tutor mengenai konsep manajemen dan branding sekolah, urgensi manajemen dan branding sekolah, manfaat manajemen dan branding. Manajemen sekolah merupakan proses pengelolaan seluruh sumber daya pendidikan secara sistematis untuk mencapai tujuan pendidikan secara efektif dan efisien. Dalam praktiknya, manajemen mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi berbagai kegiatan sekolah. Pengelolaan yang baik

---

memungkinkan sekolah untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan serta membangun kepercayaan masyarakat (Komsiyah, 2022).

Di sisi lain, branding sekolah merujuk pada upaya membangun citra, identitas, dan persepsi positif di mata masyarakat. Branding tidak hanya berkaitan dengan logo atau tampilan visual, tetapi juga mencerminkan nilai, keunggulan, dan pengalaman yang ditawarkan oleh sekolah kepada peserta didik dan orang tua. Branding yang kuat dapat menjadi pembeda di tengah persaingan antar lembaga pendidikan (Hermanto et al., 2024).

Dalam konteks saat ini, manajemen dan branding sekolah tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan teknologi digital. Integrasi antara pengelolaan internal dan komunikasi eksternal berbasis digital menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas organisasi Pendidikan (Ananda et al., 2025). Oleh karena itu, penguatan kapasitas sekolah dalam aspek ini menjadi kebutuhan yang mendesak.

Urgensi penguatan manajemen dan branding sekolah semakin meningkat seiring dengan berkembangnya persaingan antar lembaga pendidikan, termasuk pada jenjang pendidikan anak usia dini. Orang tua sebagai pengguna layanan pendidikan cenderung memilih sekolah yang memiliki informasi yang jelas, transparan, serta citra yang positif. Dalam hal ini, sekolah perlu mampu menyampaikan keunggulan dan aktivitasnya secara efektif kepada masyarakat.

Selain itu, perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui media digital memiliki jangkauan yang lebih luas dan cepat dibandingkan metode konvensional. Oleh karena itu, sekolah yang tidak mampu beradaptasi dengan perkembangan ini berpotensi tertinggal dalam hal visibilitas dan daya saing (Raihan & Monoarfa, 2025).

Manajemen yang baik juga menjadi dasar dalam mendukung keberhasilan branding sekolah. Tanpa sistem pengelolaan yang terstruktur, informasi yang disampaikan kepada publik cenderung tidak konsisten dan kurang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen dan branding merupakan dua aspek yang saling mendukung dalam meningkatkan kualitas dan citra lembaga pendidikan.

Dalam era digital, peningkatan manajemen dan branding sekolah dapat didukung oleh pemanfaatan berbagai tools berbasis teknologi, di antaranya Canva dan Artificial Intelligence (AI). Kedua tools ini menjadi solusi praktis yang dapat digunakan oleh sekolah dengan sumber daya terbatas untuk meningkatkan kualitas pengelolaan dan komunikasi secara digital.

Canva merupakan platform desain grafis berbasis daring yang menyediakan berbagai template siap pakai untuk kebutuhan visual, seperti poster, banner, presentasi, dan konten media sosial (Nisa et al., 2025). Keunggulan Canva terletak pada kemudahan penggunaan (*user-friendly*), sehingga dapat dioperasikan oleh pengguna tanpa latar belakang desain grafis (Susanto & Almanfaluti, 2025). Dengan Canva, sekolah dapat menghasilkan konten branding yang menarik, konsisten, dan profesional dalam waktu yang relatif singkat. Penggunaan platform desain digital seperti Canva terbukti mampu meningkatkan kreativitas dan produktivitas dalam pembuatan media komunikasi visual (Raihan & Monoarfa, 2025).

Sementara itu, Artificial Intelligence (AI) merupakan teknologi yang memungkinkan sistem komputer untuk meniru kemampuan kognitif manusia, seperti memahami bahasa, menghasilkan teks, dan memberikan rekomendasi (Santoso, 2023). Dalam konteks manajemen dan branding sekolah, AI dapat dimanfaatkan untuk membantu pembuatan caption media sosial, menyusun ide konten promosi, merangkum informasi, hingga mendukung pekerjaan administratif. Pemanfaatan AI dapat meningkatkan efisiensi kerja serta kualitas komunikasi digital organisasi (Rifqi et al., 2025); (Syidada et al., 2025).

Integrasi antara Canva dan AI memberikan nilai tambah dalam pengelolaan manajemen dan branding sekolah. Canva berperan dalam aspek visualisasi konten, sedangkan AI mendukung aspek konseptual dan penyusunan informasi. Kombinasi keduanya memungkinkan sekolah untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat

Setelah penyajian teori tersebut, kegiatan selanjutnya adalah mendampingi peserta kegiatan dalam membuat media promosi sekolah dengan Canva dan AI yang nantinya akan ditayangkan pada media sosial.

Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilakukan melalui analisis data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh para peserta. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan mitra, serta menilai tingkat peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan terkait digital marketing. Instrumen kuesioner yang digunakan dalam kegiatan ini terdiri atas tiga bagian, yaitu: F-1 yang memuat data umum dan profil peserta, F-2 yang berfokus pada penilaian terhadap pelaksanaan kegiatan, serta F-3 yang berisi tanggapan peserta mengenai manfaat dan dampak kegiatan yang dirasakan.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan tingkat partisipasi dan antusiasme yang sangat tinggi terhadap pelatihan yang diselenggarakan oleh tim dosen dari Universitas Bina Sarana Informatika. Hal ini terlihat dari respon positif yang diberikan oleh peserta serta tingkat kehadiran yang mencapai 100%, yaitu sebanyak 15 orang peserta dari RA Hafiroh Awaliyah. Seluruh peserta yang mengikuti kegiatan ini merupakan perempuan, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Profil Tenaga Pendidik dan Tenaga Administrasi RA Hafiroh Awaliyah**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen
Laki-laki	0	0
Perempuan	15	100%
Jumlah	15	100%

Mayoritas peserta dari RA Hafiroh Awaliyah berada pada kelompok usia di atas 50 tahun. Distribusi usia peserta secara lebih rinci disajikan pada Tabel 2.

**Tabel 2. Profil Tenaga Pendidik dan Tenaga Administrasi RA Hafiroh Awaliyah**

Umur	Jumlah	Persen
< 20 Tahun	0	0%
20 – 35 Tahun	0	0%
35 – 50 Tahun	1	7%
>50 tahun	14	93%
Jumlah	15	100%

Rekapitulasi kuesioner menunjukkan bahwa materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra yang terlihat dari sebagian besar peserta yang menyatakan tanggapan yang puas terhadap isi dan penyampaian materi. Ringkasan tanggapan peserta terhadap materi dan penyampaiannya disajikan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Tanggapan peserta mengenai materi pelatihan**

Umur	Jumlah	Persen
Sangat Tidak Puas (STP)	0	0
Tidak Puas (TP)	0	0
Cukup Puas (CP)	0	16%

Puas (P)	11	73%
Sangat Puas (SP)	4	27%
Jumlah	15	100%

Pelatihan ini memberikan pengaruh yang positif bagi para peserta, khususnya dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan mereka. Hal ini terlihat dari hasil rekapitulasi kuesioner, dimana mayoritas peserta menyatakan sangat setuju bahwa pelatihan tersebut memberikan manfaat nyata, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4. Tanggapan peserta terhadap manfaat pelatihan**

Umur	Jumlah	Persen
Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Tidak Setuju (TS)	0	0%
Cukup Setuju (CS)	0	0%
Setuju (S)	13	87%
Sangat Setuju (SS)	2	13%
Jumlah	15	100%

Beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat disajikan pada Gambar 2



**Gambar3.** Dokumentasi kegiatan PKM

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan optimalisasi Canva dan AI di RA Hafiroh Awaliyah, diperoleh hasil yang menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Dari aspek kuantitatif, hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan Canva dan AI. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami fitur dasar Canva serta belum pernah menggunakan AI dalam pembuatan konten. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, yang ditunjukkan dengan

peningkatan skor rata-rata post-test. Hasil ini diperkuat oleh *statistic paired sample t-test* dengan bantuan Program SPSS-25. Hasil uji tersebut dirangkum pada Tabel 5.

**Tabel 5. Uji Paired Sample t-Test**

Pair	Deskripsi	t	df	Sig. (2tailed)
1	Pengetahuan_sebelum_pelatihan Pengetahuan_sesudah_pelatihan	3.725	14	0.000
2	Keahlian_sebelum_pelatihan keahlian_sebelum_pelatihan	3.3474	14	0.000

Sumber : Ouput SPSS

Uji paired sample t-test menunjukkan nilai sig. (2 tailed) kecil dari 0,05. Hal ini berarti ada perbedaan yang signifikan dalam hal pengetahuan dan keahlian peserta sebelum dan setelah kegiatan pelatihan Canva dan AI. Hasil uji statistik tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan berdampak terhadap peningkatan pemahaman pengetahuan dan skill tenaga pendidik dan tenaga administrasi RA Hafiroh Awaliyah.

Dari aspek kualitatif, peserta mampu menghasilkan berbagai konten branding seperti poster, banner, dan konten media sosial yang lebih menarik dan komunikatif. Desain yang dihasilkan menunjukkan peningkatan dari segi estetika, konsistensi visual, serta kesesuaian dengan identitas sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta (Siska et al., 2025).

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di RA Hafiroh Awaliyah menunjukkan bahwa pelatihan optimalisasi penggunaan Canva dan Artificial Intelligence (AI) mampu meningkatkan kapasitas guru dan pengelola sekolah dalam aspek manajemen dan branding berbasis digital. Hal ini ditunjukkan melalui peningkatan pemahaman peserta berdasarkan hasil pre-test dan post-test, serta kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi yang lebih menarik, komunikatif, dan sesuai dengan identitas sekolah. Selain itu, pemanfaatan Canva terbukti mempermudah peserta dalam membuat desain visual secara mandiri, sedangkan penggunaan AI memberikan dukungan dalam penyusunan konten dan efisiensi pekerjaan administratif. Integrasi kedua tools ini memberikan dampak positif tidak hanya pada aspek branding sekolah, tetapi juga pada pengelolaan informasi yang lebih terstruktur dan sistematis. Tingkat partisipasi dan antusiasme peserta yang tinggi selama kegiatan berlangsung juga menjadi indikator bahwa pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil menjawab permasalahan yang dihadapi oleh RA Hafiroh Awaliyah, khususnya dalam keterbatasan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung manajemen dan branding sekolah. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan kompetensi digital sumber daya manusia di lingkungan sekolah serta memperkuat citra lembaga di masyarakat. Oleh karena itu, model pelatihan berbasis Canva dan AI ini berpotensi untuk direplikasi pada lembaga pendidikan lain dengan karakteristik yang serupa.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis berterima kasih kepada LPPM Universitas Bina Sarana Informatika atas dukungannya, kepada seluruh tenaga pendidikan dan bagian administrasi RA Hafiroh Awaliyah atas partisipasi aktifnya dalam kegiatan PKM ini, serta kepada seluruh tim dan panitia PM yang terlibat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., Anugrah, D., Muthmainnah, F., & Wahyuni, E. I. (2025). Peran Strategis Sistem Informasi Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Organisasi Di Era Transformasi Digital Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran ( JTPP ). *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*, 2(4), 1073–1079.
- Arisa, M. N., Agustin, M., Rismawati, D., & Arpizal, A. (2024). Analisis Branding Sekolah dalam Meningkatkan Minat Pendaftaran Siswa: Studi Kasus di S MA Tri Sukses Boarding School Jambi. *Journal of Economic Education*, 3(2), 25–30.
- Aulawi, H., Aisyah, R., & Fhayed, N. H. A. F. (2025). Strategi Digital Marketing Melalui Pemanfaatan Artificial Intelligence Untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pelatihan Kerja. *Jurnal Kalibrasi*, 23(2), 344–353. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.23-2.2738>
- Budiarti, E., Anggreini, D., Agus, D., Susanti, P., & Damayanti, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 6(5), 3568–3576.
- Hermanto, A., Zainuddin, A., & Aini, N. (2024). Strategi Branding SMP Berbasis Pesantren Amanatul Ummah Dalam Membangun Citra Program Unggulan. *Al-Abshor : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 434–445.
- Komsiyah, I. (2022). *Manajemen Sekolah Yang Efektif*. Sanabil.
- Masinambow, C. J. R., Lengkong, J. S. J., & Rotty, V. N. J. (2025). Inovasi Digital dalam Manajemen Sekolah: Meningkatkan Kinerja Pendidikan di Era Teknologi. *Academy of Education Journal*, 16(1), 8–17.
- Mubarog, S., Oktarini, W., Indahwija, 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.
- Nisa, I., Ainia, N., & Nur, D. M. M. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Canva dalam Penyusunan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi. *RUKASI: Jurnal Ilmiah Perkembangan Penedidikan Dan Pembelajaran*, 02(02), 67–77.
- Putra, Y. D., Kustiawan, U., Salehuddin, S. N., Cahya, N., & Putri, A. (2025). Digital Marketing Melalui Pembuatan Konten Pada Media Sosial Sebagai Peningkatan Promosi Dan Branding Sekolah. *Abdimas Nusa Mandiri*, 7(1), 32–38.
- Rahmawati, I. (2025). Strategi Branding Sekolah untuk Meningkatkan Daya Tarik Calon Peserta Didik Baru di SDIT Harapan Bunda. *Majalah Ilmiah Ekonomi & Pembangunan*, 18(2), 27–38.
- Raihan, S., & Monoarfa, M. (2025). Tren Inovasi Pengembangan Kurikulum Berbasis Teknologi Untuk Mewujudkan Sekolah Adaptif dan Berdaya Saing Di Sekolah Dasar PENDAHULUAN Inovasi pengembangan kurikulum berbasis teknologi di sekolah dasar menjadi kebutuhan strategis dalam menghadapi era digi. *Jambura Journal of Community Empowerment (JJCE)*, 6(2), 400–414.
- Rifqi, A., Putra, D., Zahro, H., Maula, H., & Isa, M. (2025). AI sebagai Alat Transformasi Organisasi : Peran AI dalam Meningkatkan Produktivitas dan Efektivitas Pemimpin. *Journal of Management and Social Sciences*, 3(2), 12–43.
- Santoso, J. T. (2023). *Kecerdasan Buatan (Artificia; Intelligence)*. YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK.

- 
- Siska, E., Rachmah, S. M., Eva, N., Lestari, P., Elvira, L., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Bina, U., & Informatika, S. (2025). Pemberdayaan Komunitas Senam Tangguh dan Kece Melalui Pelatihan Digital Marketing. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(5), 1741–1749.
- Situmorang, S., Manullang, J., Lubis, H., & Manik, A. (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Peningkatan KreativitasSiswa Dalam Pembuatan Poster Edukasi , Media Promosi Pihak Sekolah Menggunakan Aplikasi Canva di Sekolah SMK Nurcahaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nauli*, 3(1), 35–39.
- Susanto, A. A., & Almanfaluti, I. K. (2025). Analisis Kualitas Canva Sebagai Platform Desain Online Dan Media Pembelajaran Interaktif. *Jurnal TEKOMIN: Teknologi Komputer Dan Informatika*, 3(2).
- Sutopo, P. S., Kusuma, L. W., Suwitno, S., Hermawan, A., & Suyitno, A. (2023). Keterampilan Membuat Baner dengan Canva untuk Guru SMAN 3 Tangerang. *Abdhi Dharma*, 3(2), 93–102. <https://doi.org/10.31253/ad.v3i2>
- Syidada, S., Prasetya, N. I., & Karyanto, N. W. (2025). Penguatan Promosi MATIQ AI-Uswah Banyuwangi Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI Menggunakan Platform Media Sosial. *Peniti Bangsa (Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Bagi Masyarakat)*, 3(2), 50–57.