

Peningkatan Kapasitas Sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru Dalam Membangun Citra Digital Melalui Pemanfaatan Generative AI

Diki Arisandi¹, Linda Hetri Suriyanti^{2*}, Willyansah³, Yuslim⁴, Abunawas⁵, Mizan Asnawi⁶, Hanum Nur Ramadhani⁷, Fatwa Hadisty⁸, Vella Adelia⁹, Rahmah Fitria Siregar¹⁰

^{1,8,10}Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

^{2*,7,9}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

³Program Studi Pendidikan Informatika, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Riau

^{4,5}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

³Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail: lindahertri@umri.ac.id

Abstract

This community service program aimed to improve the capacity of Muhammadiyah schools in Pekanbaru to build a digital branding through the use of Generative AI. A participatory collaborative approach was applied through initial assessment, training, school implementation, mentoring, and evaluation. Participants included teachers and staff from 20 schools. The results show that all schools developed content and simple branding strategies, social media activity became more consistent, and content quality improved in visuals and narratives aligned with Islamic values. Participants' understanding of digital branding increased from an average pre-test score of 55 to a post-test score of 75, indicating an improvement of approximately 35%. Generative AI facilitated faster content production and publication planning. The program's strengths lie in technology integration and participatory methods, while limitations include differences in digital literacy and device availability. The program can be expanded through advanced training and wider regional implementation.

Keywords: Citra digital, Generative AI, Promosi, sekolah Muhammadiyah

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru dalam membangun citra digital melalui pemanfaatan Generative AI. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif kolaboratif melalui tahapan asesmen awal, pelatihan, penerapan di sekolah, pendampingan, dan evaluasi. Peserta terdiri dari guru dan staf dari 20 sekolah Muhammadiyah. Hasil kegiatan menunjukkan seluruh sekolah peserta berhasil menyusun konten dan strategi branding sederhana, aktivitas media sosial menjadi lebih konsisten, serta kualitas konten meningkat dari sisi visual dan narasi sesuai nilai keislaman. Pemahaman peserta terhadap branding digital meningkat dari rata-rata skor pre-test 55 menjadi 75 pada post-test atau meningkat sekitar 35%. Pemanfaatan Generative AI mempermudah produksi konten dan perencanaan publikasi. Kegiatan ini memiliki keunggulan pada integrasi teknologi dan pendekatan partisipatif, namun masih terbatas oleh perbedaan literasi digital dan ketersediaan perangkat. Kegiatan ini berpotensi dikembangkan melalui pelatihan lanjutan dan perluasan ke wilayah lain.

Kata kunci: Digital Branding, Generative AI, Promotion, Muhammadiyah School

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara lembaga pendidikan membangun hubungan dengan masyarakat (Suriyanti et al., 2025). Sekolah saat ini tidak hanya dinilai dari kualitas pembelajaran di kelas, tetapi juga dari kemampuan mereka menampilkan identitas, aktivitas, dan keunggulan melalui media digital (Resti et al., 2024). Media sosial, website, dan platform digital lainnya menjadi ruang utama bagi masyarakat untuk mencari informasi (Hernita et al., 2025), termasuk sebelum menentukan pilihan sekolah (Greaves et al., 2023). Citra digital yang kuat membantu sekolah membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya saing (Perera et al., 2022). Selain itu, citra digital juga dapat memperluas jangkauan promosi sekolah secara lebih efisien (Rodiah et al., 2026).

Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau memiliki kondisi sosial dan ekonomi yang cukup dinamis. Berdasarkan data tahun 2025, terdapat sekitar 1.250 sekolah di Pekanbaru, dengan lebih dari 80% merupakan sekolah swasta (Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, 2025). Tingginya persaingan antar sekolah swasta menuntut lembaga pendidikan untuk memiliki strategi branding digital yang efektif (A. D. M. Putri et al., 2025). Di antara sekolah swasta tersebut, terdapat 21 sekolah Muhammadiyah yang tersebar dari jenjang SD hingga SMA. Sekolah Muhammadiyah memiliki karakter khas sebagai lembaga pendidikan Islam yang berorientasi pada prestasi akademik, pembentukan karakter, dakwah, dan penguatan nilai sosial (Al Aydrus et al., 2022). Karakter ini menjadi potensi besar untuk dikembangkan sebagai identitas dan daya tarik di ruang digital. Kota Pekanbaru memiliki infrastruktur digital yang relatif baik, akses internet yang luas, dan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi (Purnamasari et al., 2025). Orang tua dan calon peserta didik semakin terbiasa mencari informasi sekolah melalui mesin pencari, media sosial, dan website (Ibnu Sholeh, 2023). Kondisi ini menegaskan pentingnya sekolah memiliki citra digital yang konsisten, informatif, dan menarik.

Hasil asesmen awal bersama Majelis Dikdasmen dan PNF PDM Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa sebagian besar sekolah Muhammadiyah belum mengoptimalkan potensi digital. Dari 21 sekolah, hanya beberapa yang memiliki akun media sosial aktif dengan konten yang terjadwal dan strategi pesan yang jelas. Website sekolah sebagian besar jarang diperbarui atau tidak aktif. Pengelolaan media digital umumnya dilakukan oleh guru atau staf yang tidak memiliki latar belakang komunikasi, desain, atau pemasaran digital, sehingga konten yang dihasilkan kurang menarik secara visual dan naratif. Padahal, beberapa sekolah memiliki keunggulan seperti program kewirausahaan siswa, unit usaha sekolah, pendidikan lingkungan, dan kegiatan keagamaan yang kuat, yang seharusnya menjadi bahan utama dalam membangun citra digital. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya kapasitas tim media sekolah dalam memproduksi dan mengelola konten digital, belum adanya strategi branding digital yang terarah, serta pemanfaatan media sosial dan website yang belum optimal. Hal ini berdampak pada lemahnya citra digital sekolah, sehingga potensi keunggulan sekolah tidak dikenal luas oleh masyarakat. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru dalam membangun citra digital melalui pelatihan, pendampingan, dan pemanfaatan tool Generative AI seperti ChatGPT, Gemini, dan aplikasi sejenis.

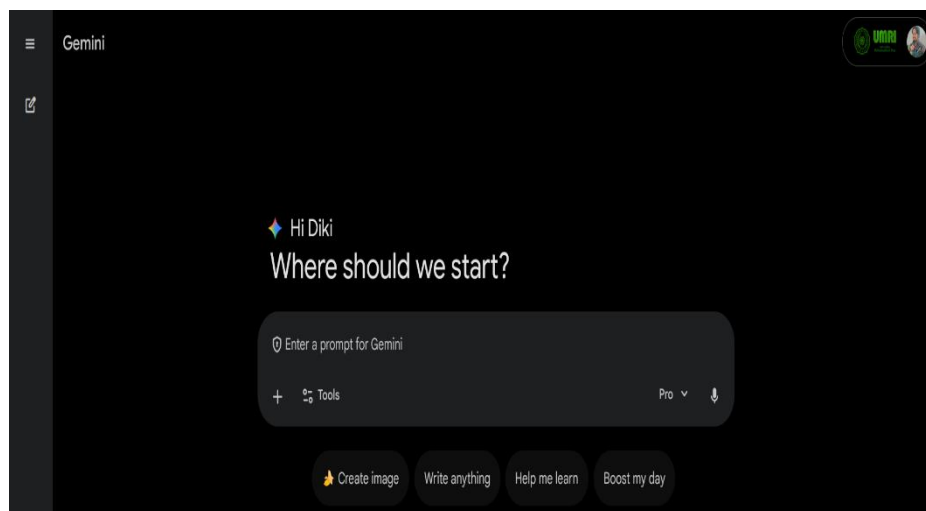
Generative AI adalah cabang kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan konten digital seperti teks, gambar, maupun narasi secara otomatis melalui pemrosesan data dan prompt pengguna (Sætra, 2023). Dalam konteks pendidikan, pemanfaatan AI berkembang sebagai sarana pendukung pembelajaran, penguatan literasi digital, serta optimalisasi komunikasi dan branding institusi pendidikan (Mittal et al., 2024). Pada kegiatan pengabdian ini, peserta dibekali keterampilan membuat konten visual dan naratif berbasis nilai keislaman dan keunggulan sekolah, serta memanfaatkan Generative AI seperti ChatGPT dan Gemini untuk keperluan branding digital mulai dari menghasilkan ide konten, menyusun caption media sosial, membuat storytelling promosi sekolah, menyusun kalender konten, serta membantu revisi narasi dan desain konten secara lebih cepat dan strategis.

Branding digital atau citra digital dipahami sebagai proses membangun identitas dan persepsi publik (Shams et al., 2024) melalui pemanfaatan media digital secara konsisten dan terencana (Hartati et al., 2025). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kehadiran digital yang aktif dan berkualitas meningkatkan kepercayaan publik dan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih sekolah (I. M. Putri et al., 2025). Peningkatan kapasitas dengan kegiatan pelatihan dengan pendampingan terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta, memungkinkan proses belajar yang berulang, perbaikan konten secara bertahap, dan penyesuaian strategi sesuai kondisi lapangan (Arisandi et al., 2023). Kegiatan ini mengintegrasikan nilai keislaman, potensi sekolah, dan teknologi AI dalam membangun citra digital, sehingga diharapkan mampu menghasilkan sekolah Muhammadiyah yang memiliki branding digital lebih kuat, konsisten, dan berkarakter. Selain dampak praktis bagi mitra, kegiatan

ini diharapkan menjadi contoh praktik baik yang dapat direplikasi oleh sekolah lain dalam pengembangan branding digital berbasis nilai lokal dan teknologi terkini.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif kolaboratif, dengan sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru sebagai subjek aktif. Metode kegiatan dirancang untuk meningkatkan kapasitas sekolah dalam membangun citra digital melalui pelatihan, pendampingan, dan pemanfaatan tool Generative AI seperti ChatGPT, Gemini, dan sejenisnya. Sasaran kegiatan adalah tim media, guru, dan staf utusan dari sekolah Muhammadiyah Pekanbaru, dengan jumlah peserta sekitar 40 orang yang berasal dari 20 sekolah, dan memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan media sekolah. Kegiatan diawali dengan asesmen awal untuk memetakan kondisi branding digital sekolah melalui observasi akun media sosial dan website serta wawancara dengan pengelola media. Asesmen ini bertujuan mengetahui tingkat keaktifan akun, jenis konten yang diproduksi, konsistensi unggahan, kualitas visual dan narasi, serta pemahaman peserta tentang konsep branding digital, yang selanjutnya menjadi dasar penyusunan materi pelatihan dan strategi pendampingan.



Gambar 1. Pemanfaatan Google Gemini untuk Penyusunan Caption dan Ide Konten Sekolah

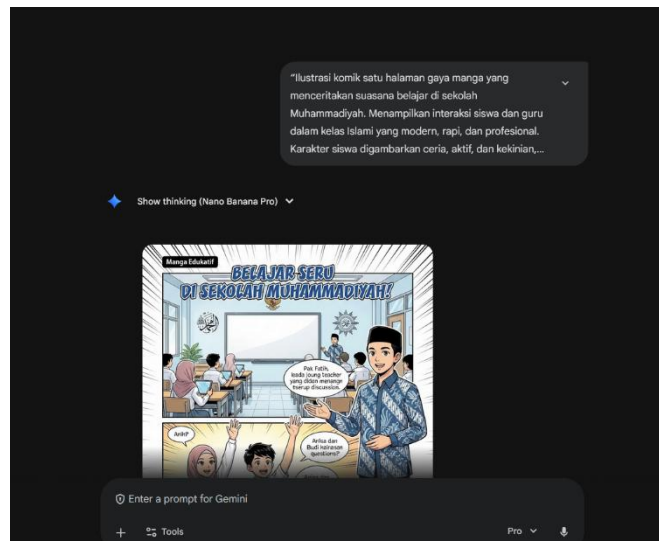
Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop tatap muka yang menggabungkan pemaparan materi dan praktik langsung. Materi meliputi konsep dasar branding digital, perumusan nilai dan keunggulan sekolah sebagai bahan citra, penyusunan pesan utama, storytelling berbasis nilai keislaman dan prestasi sekolah, serta pembuatan konten visual menggunakan telepon genggam, template desain sederhana, dan bantuan tool Generative AI. Penggunaan Generative AI dalam pelatihan meliputi pembuatan ide konten promosi sekolah, penyusunan caption media sosial, pembuatan storytelling berbasis nilai keislaman, penyusunan kalender konten mingguan dan bulanan, revisi narasi promosi sekolah, serta eksplorasi desain visual sederhana menggunakan prompt pada aplikasi seperti ChatGPT dan Google Gemini. Setelah pelatihan, peserta mulai menerapkan hasil belajar di sekolah masing-masing dengan memproduksi dan mengunggah konten sesuai rencana, mengoptimalkan akun media sosial resmi, serta memanfaatkan AI untuk revisi konten dan ide kreatif.

Pendampingan dilakukan kepada setiap tim sekolah. Tim pengabdian memberikan umpan balik terhadap kualitas konten visual dan naratif, membimbing penggunaan AI secara tepat, dan memastikan strategi pesan konsisten dengan citra yang ingin dibangun. Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan secara kuantitatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Indikator evaluasi meliputi kemampuan peserta dalam membuat konten berbasis Generative AI, peningkatan skor pemahaman branding digital melalui pre-test dan post-test, serta

tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan kegiatan. Selain itu, evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi kualitas konten, wawancara pengalaman peserta, dan angket kepuasan mitra. Secara kualitatif, evaluasi dilakukan melalui observasi kualitas konten, wawancara pengalaman peserta, dan angket kepuasan mitra. Keberhasilan kegiatan ditentukan oleh meningkatnya pemahaman peserta, kualitas dan kuantitas konten, serta adanya strategi branding digital yang dapat diterapkan secara berkelanjutan di sekolah peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru berhasil meningkatkan kapasitas sekolah dalam membangun citra digital melalui pemanfaatan Generative AI. Selama pelaksanaan, peserta terdiri dari tim media, guru, dan staf yang memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan media sekolah. Kegiatan diawali dengan asesmen awal untuk memetakan kondisi branding digital sekolah, dilanjutkan dengan pelatihan tatap muka, penerapan di sekolah masing-masing, pendampingan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pengelolaan konten digital, pemahaman branding, dan konsistensi komunikasi sekolah di media sosial.



Gambar 2. Hasil Konten Dengan Memanfaatkan Generative AI

Dari sisi kuantitatif, kegiatan mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam memproduksi konten digital berbasis Generative AI serta memperkuat konsistensi strategi branding sekolah. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta secara menyeluruh setelah pelatihan dan pendampingan dilakukan. Sebelum kegiatan, sebagian besar sekolah belum memiliki rencana konten atau strategi branding yang jelas. Berdasarkan Tabel 1, seluruh 20 sekolah peserta sebelumnya belum bisa membuat konten dengan menggunakan prompt pada aplikasi generative AI. Setelah kegiatan, semua sekolah berhasil membuat minimal satu konten berbasis nilai keislaman dan keunggulan sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan berhasil mentransfer keterampilan pembuatankonten digital secara sistematis kepada seluruh sekolah peserta.

Tabel 1. Kemampuan Dalam Membuat Konten

Kemampuan	Sebelum	Setelah	Keterangan
Belum mampu	20	0	Semua sekolah belum mampu membuat konten dengan Generative AI
Sudah Mampu	0	20	Semua sekolah kini mampu membuat konten Generative AI

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa sebelum pelatihan seluruh sekolah peserta (100%) belum mampu membuat konten menggunakan prompt pada aplikasi Generative AI. Setelah kegiatan berlangsung, seluruh sekolah peserta (100%) telah mampu menghasilkan konten digital berbasis AI secara mandiri. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berhasil meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam memanfaatkan AI untuk kebutuhan branding digital sekolah. Selain itu, pemahaman peserta terhadap konsep branding digital meningkat secara signifikan.

Berdasarkan Tabel 2, pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar sekolah memiliki skor rendah hingga sedang (rata-rata 55/100). Setelah pelatihan dan pendampingan, mayoritas sekolah berhasil meningkatkan skor pemahaman menjadi 61–80, dengan rata-rata skor post-test 75/100, menunjukkan peningkatan $\pm 35\%$. Hasil ini menegaskan bahwa pelatihan dan pendampingan yang memanfaatkan Generative AI efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai strategi branding digital, storytelling, dan penyusunan pesan utama sekolah. Secara rata-rata, skor pemahaman peserta meningkat dari 55 pada pre-test menjadi 75 pada post-test atau meningkat sekitar 35%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan dan pendampingan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait branding digital, storytelling, dan strategi komunikasi sekolah berbasis media digital.

Tabel 2. Tingkat Pemahaman Peserta Berdasarkan Sekolah

Skor	Hasil Pre-test	Hasil Post-test	Keterangan
40–50	6	0	Sekolah dengan pemahaman rendah sebelum pelatihan
51–60	14	3	Sebagian meningkat setelah pelatihan
61–70	0	10	Meningkat menjadi pemahaman sedang
71–80	0	7	Meningkat menjadi pemahaman baik

Keberhasilan kegiatan juga tercermin dari tingkat kepuasan peserta. Berdasarkan Tabel 3, mayoritas peserta memberikan skor kepuasan 4–5, yang menunjukkan bahwa peserta merasa kegiatan bermanfaat dan mudah diterapkan. Hanya 2 sekolah yang memberikan skor 3 karena merasa masih membutuhkan pendampingan lebih lama untuk menguasai penggunaan AI secara optimal. Tingkat kepuasan yang tinggi ini menjadi indikator bahwa pendekatan partisipatif kolaboratif dan integrasi Generative AI diterima dengan baik oleh peserta. Selain itu, sebanyak 90% sekolah peserta memberikan skor kepuasan 4–5 terhadap pelaksanaan kegiatan. Data ini menunjukkan bahwa materi pelatihan, pendekatan pendampingan, dan penggunaan Generative AI dinilai relevan serta mudah diterapkan dalam pengelolaan media sekolah.

Tabel 3. Skor Kepuasan Terhadap Kegiatan Pengabdian

Skor Kepuasan Peserta	Jumlah Sekolah	Komentar
1–2 (Tidak puas)	0	–
3 (Cukup)	2	Merasa butuh pendampingan lebih lama
4 (Puas)	6	Sudah paham namun mencoba untuk menggali lagi setelah kegiatan pengabdian
5 (Sangat puas)	12	Merasa kegiatan bermanfaat dan mudah diterapkan

Kegiatan ini memberikan nilai tambah jangka pendek dan jangka panjang bagi sekolah. Secara jangka pendek, sekolah memperoleh peningkatan visibilitas di media sosial, konten yang lebih menarik, dan strategi komunikasi yang lebih terencana. Secara jangka panjang, peningkatan kapasitas tim media memungkinkan sekolah membangun citra digital yang konsisten dan

berkarakter, meningkatkan daya tarik bagi calon peserta didik, serta memudahkan integrasi kegiatan digital lain seperti promosi program kewirausahaan dan kegiatan keagamaan.

Keunggulan kegiatan ini terletak pada integrasi penggunaan Generative AI dalam pelatihan dan pendampingan, terutama untuk membantu peserta menghasilkan ide konten, menyusun caption promosi, membuat storytelling sekolah, menyusun kalender konten, serta memperbaiki narasi dan visual konten secara lebih cepat dan efisien. Pemanfaatan AI juga membantu peserta yang memiliki keterbatasan kemampuan desain dan copywriting sehingga proses produksi konten menjadi lebih mudah dilakukan. Pendekatan partisipatif kolaboratif menjadikan peserta sebagai subjek aktif, sehingga transfer pengetahuan lebih efektif dan berkelanjutan. Kendala utama kegiatan meliputi perbedaan tingkat literasi digital peserta dan keterbatasan perangkat di beberapa sekolah. Namun, pendampingan berkala dan penggunaan template berbasis AI membantu peserta beradaptasi lebih cepat dalam proses produksi konten digital.

Peluang pengembangan ke depan mencakup peningkatan integrasi AI untuk analisis performa konten, pelatihan lanjutan bagi guru baru, serta perluasan program pengabdian ke sekolah lain di wilayah Riau untuk membangun ekosistem branding digital berbasis nilai dan teknologi. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memberikan perubahan nyata pada institusi, meningkatkan kapasitas individu, dan menyiapkan sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru untuk mengelola citra digital secara profesional dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru dalam membangun citra digital melalui pemanfaatan Generative AI telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh sekolah peserta yang sebelumnya belum memiliki strategi branding kini telah memiliki kalender konten dan rencana branding sederhana, pemahaman peserta tentang branding digital meningkat dari rata-rata skor 55 pada pre-test menjadi 75 pada post-test atau meningkat sekitar 35%, serta kualitas konten digital mengalami peningkatan dari sisi visual, narasi, dan kesesuaian dengan nilai keislaman serta keunggulan sekolah. Selain itu, aktivitas media sosial sekolah menjadi lebih konsisten dan terencana, sehingga visibilitas dan citra digital sekolah mulai terbentuk dengan lebih jelas. Keunggulan utama kegiatan ini terletak pada integrasi Generative AI seperti ChatGPT dan Google Gemini yang membantu peserta menghasilkan ide konten promosi sekolah, menyusun caption dan storytelling berbasis nilai keislaman, merancang kalender konten, serta memperbaiki narasi dan visual konten secara lebih cepat dan sistematis. Pendekatan partisipatif kolaboratif juga membuat peserta terlibat aktif sehingga proses belajar lebih efektif dan berkelanjutan. Keterbatasan kegiatan ini terutama terletak pada perbedaan literasi digital peserta dan ketersediaan perangkat di beberapa sekolah. Ke depan, kegiatan ini berpotensi dikembangkan melalui pelatihan lanjutan, integrasi AI untuk analisis performa konten, serta perluasan program ke sekolah-sekolah lain di wilayah Riau agar terbentuk ekosistem branding digital berbasis nilai dan teknologi yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Riau yang telah memberi dukungan finansial terhadap pengabdian ini melalui skema pengabdian kepada masyarakat di lingkungan persyarikatan Muhammadiyah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aydrus, N., Lasawali, A. A., & Rahman, A. (2022). Peran Muhammadiyah dalam Upaya Pengembangan Pendidikan Islam di Indonesia Muhammadiyah's Role in the Development of Islamic Education in Indonesia. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 4(1), 17–25.
- Arisandi, D., Husaini, R. R., Elvitaria, L., Setiawan, D., & Ahda, M. H. (2023). Pelatihan Manajemen Pengelolaan Laboratorium Komputer Di MA Al Islam Rumbio Kecamatan Kampar. *JDISTIRA-*

- Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat.*
<https://doi.org/https://doi.org/10.58794/jdt.v3i2.553>
- Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, P. D. dan P. M. (2025). *Data Sekolah Dikdasmen Kota Pekanbaru 2025*.
- Greaves, E., Wilson, D., & Nairn, A. (2023). Marketing and School Choice: A Systematic Literature Review. *Review of Educational Research*, 93(6), 825–861.
<https://doi.org/10.3102/00346543221141658>
- Hartati, S., Arisandi, D., Mutiara, D., Suriyanti, L. H., & Farras, A. (2025). Peningkatan Kapasitas Inovasi Umkm Binaan Aisyiyah Pekanbaru Melalui Pelatihan Persona Prompting Berbasis Genai. In *Journal of Community Sustainability*. JOCS.
<https://doi.org/https://doi.org/10.63477/jocs.v2i2.273>
- Hernita, H., Setiawan, A., & Wijaya Abdul Rozak, R. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI SEKOLAH. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, (10).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23969/jp.v10i01.21662>
- Ibnu Sholeh, M. (2023). Transparansi dan akuntabilitas dalam membangun citra positif melalui manajemen pendidikan yang berkualitas. *Tadbiruna*, 3(1), 43–55.
- Mittal, U., Sai, S., Chamola, V., & Sangwan, D. (2024). A Comprehensive Review on Generative AI for Education. *IEEE Access*, 12, 142733–142759.
<https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3468368>
- Perera, C. H., Nayak, R., & Nguyen, L. T. V. (2022). The impact of social media marketing and brand credibility on higher education institutes' brand equity in emerging countries. *Journal of Marketing Communications*, 29(8), 770–795.
<https://doi.org/10.1080/13527266.2022.2086284>
- Purnamasari, R., Hasanudin, A. I., Zulfikar, R., & Yazid, H. (2025). Technological infrastructure and financial resource availability in enhancing public services and government performance: The role of digital innovation adoption in Indonesia. *Social Sciences and Humanities Open*, 11(August 2024), 101621. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101621>
- Putri, A. D. M., Putri, G. A., Maharani, N. F., & Sofiyani, N. E. (2025). Meningkatkan Citra Dan Kepercayaan Publik Di Era Digital. 6(1), 566–577.
<https://doi.org/http://doi.org/10.54373/imeij.v6i1.2522>
- Putri, I. M., Rasyid, A., & Yazid, T. P. (2025). *Digital public relations sebagai media publikasi dalam dunia pendidikan*. <https://doi.org/https://doi.org/10.52434/jk.v11i1.42246>
- Resti, R., Wati, R. A., Ma'Arif, S., & Syarifuddin, S. (2024). Pemanfaatan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi sebagai Alat Untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Siswa Sekolah Dasar. *Al Madrasah Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiya*, 8(3), 1145.
<https://doi.org/10.35931/am.v8i3.3563>
- Rodiah, S., Putri, A., Anggresta, O., Agusti, R. V., Hamonangan, J. H., Azmi, M., Hidayat, A., Putri, S. C., Prayoga, Y., Wardah, A. P., Aditama, B., Kogeya, L., & Nisabila, F. (2026). Pemberdayaan UMKM Desa Pinang Sebatang Barat Melalui Digitalisasi Dan Branding. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 50–58. <https://doi.org/10.54951/comsep.v7i1.1135>
- Sætra, H. S. (2023). Generative AI: Here to stay, but for good? *Technology in Society*, 75.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102372>
- Shams, R., Chatterjee, S., & Chaudhuri, R. (2024). Developing brand identity and sales strategy in the digital era: Moderating role of consumer belief in brand. *Journal of Business Research*, 179.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114689>
- Suriyanti, L. H., Arisandi, D., Asnawi, M., Nur Rahmadani, H., & Hadisty Mulya Wijaya, F. (2025). Penguatan Tata Kelola Keuangan Sekolah Muhammadiyah di Pekanbaru melalui Bimbingan Teknis dan Digitalisasi Sistem Keuangan Sekolah. 9(Desember), 1965–1973.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v9i6.29957>