

Pelatihan Aplikasi Canva Desain dalam Pembuatan Konten Marketing

Ghia Subagja¹, Damayanti² & Hani Damayanti Aprilia^{3*}

¹Jurusan Manajemen, Universitas Sriwijaya; ^{2,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Universitas Lampung
*Jl. Soemantri Brodjonegoro No 1, Kampus FISIP, Rajabasa, Bandar Lampung, Indonesia

*Korespondensi: hani.damayanti@fisip.unila.ac.id

Abstrak

Tujuan pengabdian ini adalah memberikan keterampilan kepada pelaku usaha pemula dalam memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Metode yang digunakan adalah dengan pelatihan dan praktik. Evaluasi pelatihan meliputi indikator: (1) Pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test peserta; (2) Antusiasme/respon peserta dalam mengikuti kegiatan; (3) Kemampuan peserta dalam praktik; (4) Kejelasan penerangan dalam menyampaikan materi. Target jangka panjang yang akan dicapai dalam kegiatan ini adalah menjadikan pelaku usaha pemula terampil untuk memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Secara keseluruhan nilai rata-rata peserta sebelum dilaksanakan kegiatan sosialisasi adalah 38,57 dan mengalami kenaikan menjadi 86,43 setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan. Kenaikan rata-rata sebesar 47,86 poin. Nilai pre test tertinggi adalah 50 dan nilai terendah 20, sedangkan untuk sesi post test nilai tertinggi adalah 100 dan nilai terendah 70. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif secara kognitif terhadap pengetahuan tentang pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Sedangkan dari sisi afektif kesadaran, kemauan, dan kemampuan peserta dalam menerapkan pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing.

Kata kunci: konten marketing, desain grafis, branding.

1. ANALISIS SITUASI

Kemajuan teknologi semakin berkembang dengan sangat pesat dengan berbagai kemudahan Informasi, hal ini tentu mempengaruhi perubahan di beberapa sektor. Tidak hanya itu, perkembangan teknologi informasi juga merubah banyak hal termasuk salah satunya adalah cara pandang (Bayu, 2021). Berbagai kegiatan pun mulai tergantikan menuju digital yang terkoneksi dengan berbagai perangkat yang berbasis IT dan Internet, membuat pekerjaan menjadi lebih praktis cepat dan efisien. Menurut data Laporan We Are Social mencatat, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 212,9 juta pada Januari 2023. Ini berarti sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet. Peningkatan tren ini tentunya mempengaruhi aktivitas masyarakat dalam berkegiatan dan melakukan

aktivitas sosial termasuk dalam hal bertransaksi dan melakukan penjualan secara *online*.

Digital atau iklan *online* telah mengalami pertumbuhan yang fenomenal sejak didirikan pada tahun 1994 (Robinson et al., 2007). Sejalan dengan berkembangnya internet, muncul pemahaman baru mengenai paradigma pemasaran berupa konsep pemasaran modern berorientasi pasar/konsumen atau revolusi pemasaran berupa electronic marketplace (Arnott & Bridgewater, 2002). Konten digital adalah informasi yang tersedia *online* untuk diunduh atau didistribusikan di media elektronik. Banyak orang di industri konten berpendapat bahwa konten *online* adalah segala sesuatu yang dapat dipublikasikan. Konten adalah apa saja yang bisa menyampaikan sebuah pesan kepada audiens atau target market yang dituju. Selain content yang baik dan menarik, juga diperlukan informasi yang jelas mengenai produk sehingga memungkinkan konsumen untuk tertarik, penempatan tata warna dan letak juga menjadi instrumen penting dalam meningkatkan brand image dan angka penjualan sehingga peningkatan penjualan menjadi lebih optimal.

Kebutuhan dunia bisnis dan ekonomi kreatif terkait konten marketing dan desain grafis yang baik membuat banyak pihak yang membutuhkan jasa desainer untuk pembuatan berbagai kebutuhan untuk konten iklan dan merancang sebuah produk yang lebih menarik untuk dilihat. Desain grafis yang menarik dalam sebuah konten iklan juga tentunya akan memberi dampak yang luar biasa dalam dunia marketing (Khomariah & Primandari, 2021). Peningkatan permintaan terhadap pembuatan konten memberikan peluang bagi setiap pelaku industri khususnya pelaku usaha untuk terus menghadirkan konten-konten yang menarik dalam setiap kegiatan baik promosi maupun kebutuhan produk. Dengan konten marketing, menjual diibaratkan sebagai seni (Pertwi & Gusfa, 2018). Sehingga, konten harus dibuat dengan desain yang sangat menarik dengan grafis yang tentunya harus dapat memikat siapa saja yang melihatnya. Saat ini cukup banyak orang dari berbagai kalangan, latar pendidikan dan usia menekuni bidang khususnya desain grafis, dan salah satu aplikasi desain grafis yang cukup populer dikalangan pembuat konten sosial media adalah Aplikasi Canva.

Canva adalah sebuah platform pembuatan desain grafis dan konten publikasi yang lebih mudah dan cepat daripada software grafis lainnya. Aplikasi ini memberikan kemudahan untuk digunakan secara online melalui browser desktop atau download aplikasi mobile-nya melalui App atau Play Store. Selain itu, canva menawarkan dua versi yaitu versi gratis dan versi berbayar atau Profesional. Kolaborasi antara seorang desainer dengan pelaku usaha memiliki peran yang sangat penting dalam mengukur efektifitas sebuah konten yang dihasilkan, untuk

itu dalam meningkatkan angka penjualan dan pertumbuhan bisnis kemampuan dalam membuat desain yang cepat dan praktis dianggap sebagai sebuah terobosan yang harus dimiliki oleh pelaku usaha yang melakukan penjualan secara *online*. Canva memberikan ruang bagi siapapun yang menginginkan desain dengan praktis dan cepat. Aplikasi ini menggunakan komposisi peralatan yang sederhana dan memungkinkan pengguna untuk memilih *template* yang akan digunakan sebagai sebuah konten. Canva memiliki kemampuan untuk mentransformasi format dan ukuran yang sesuai dengan beragam format sosial media dan e-commerce. Dalam melakukan promosi dan pendistribusian informasi mengenai produk digital konten perlu dilakukan secara menarik untuk memunculkan atensi konsumen terhadap produk yang dijual, dengan memperhatikan instrumen konten yaitu efektivitas dan keindahan konten.

Hasil pemetaan permasalahan yang dilakukan tim pengabdian menunjukkan bahwa para pelaku usaha yang baru memulai bisnis secara mandiri telah banyak tumbuh khususnya di Bandar Lampung yang menjalankan bisnis dan mengiklankan produknya melalui berbagai *platform* baik sosial media maupun e-commerce. Namun sebagian besar pelaku usaha masih belum menyadari bagaimana mempromosikan dan membuat konten yang menarik sehingga informasi produk yang disampaikan tidak sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Padahal, dengan konten yang menarik dapat menarik minat pelanggan (Septa & Syty, 2023).

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah: 1) Memberikan pengetahuan kepada peserta tentang tren digital marketing bagi pelaku usaha terkini, serta bagaimana pendirian struktur konten yang baik; 2) Meningkatkan keterampilan serta kemampuan teknis bagi peserta khususnya bagi pelaku usaha dalam menyajikan sebuah konten yang kreatif dan inovatif untuk kebutuhan penjualan di internet.

2. METODE PELAKSANAAN

Prosedur kerja dalam pelaksanaan pengabdian ini, melalui beberapa tahapan yaitu:

- a. **Persiapan.** Pada tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan mitra terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam kegiatan pengabdian ini, mitra di sini adalah masyarakat komunitas yang merupakan pelaku usaha pemula di Bandar Lampung.

- b. Pelaksanaan pelatihan. Pelaksanaan pelatihan diikuti oleh seluruh mitra sebagai peserta. meningkatkan kemampuan pelaku usaha pemula dalam memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Pelatihan ini secara umum berisi tentang pengetahuan dasar memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Pelatihan diawali dengan melakukan *pre-test* untuk mengukur kemampuan dasar peserta mengenai pemahaman tentang memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing, yang dilanjutkan dengan pemaparan materi melalui metode ceramah dan tanya jawab.
- c. Praktik. Setelah diberikan pelatihan selanjutnya mitra diberikan praktik yakni praktik memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Materi diakhiri dengan mengevaluasi kemampuan peserta sesudah pelatihan melalui *post-test*, dan mengevaluasi praktik keterampilan peserta, sebelum dan sesudah diberikan pelatihan
- d. Evaluasi dan tindak lanjut. Tahapan ini berupa evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan dan peningkatan kemampuan mitra sebelum dan sesudah pelatihan.
- e. Laporan dan publikasi. Penyusunan laporan maksimum dua minggu dari pelaksanaan kegiatan, sebagai bentuk pertanggungjawaban. Laporan kegiatan ini disusun oleh tim pelaksana. Hasil kegiatan kemudian dipublikasikan pada jurnal ber-ISSN, dan disampaikan dalam seminar pengabdian kepada masyarakat.

3. PELAKSANAAN DAN HASIL

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 25 Mei 2023, dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 14 orang pelaku usaha pemula UMKM di Bandar Lampung. Kegiatan dimulai dengan pembukaan dan acara inti yang dimulai pre test, pemberian materi dan pelaksanaan post tes. Secara lengkap susunan acara kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Susunan Kegiatan

Waktu	Acara	PIC	Ket
08.00 – 08.30 WIB	Persiapan dan Registrasi peserta	Panitia	Daftar hadir
08.30 – 09.00 WIB	a. Pembukaan b. Sambutan Ketua Pelaksana c. Doa d. Penutup	Panitia	
09.00 – 09.15 WIB	<i>Pre test</i>	Panitia	Soal pre test
09.15 – 10.15 WIB	Pentingnya membuat konten marketing yang menarik	Mediya Destalia, S.A.B., M.AB.	
10.15 – 11.15 WIB	Pemanfaatan aplikasi Canva untuk Pembuatan Konten marketing	Damayanti S.AN., M.AB. Hani Damayanti Aprilia, S.A.B., M.Si.	
11.00 – 11.45 WIB	Diskusi dan praktik membuat konten marketing dengan aplikasi Canva	Ghia Subagja, S.E., M.M.	
11.45 – 12.00 WIB	<i>Post test</i>	Panitia	Soal post test

Sumber: Hasil pengabdian, 2023.

Sebelum mengikuti dan memulai kegiatan, peserta yang datang mengisi dan menandatangani daftar hadir yang telah disiapkan oleh tim pengabdian. Dilanjutkan dengan pembukaan dan sambutan oleh tim pengabdian.



Gambar 2. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2023



Gambar 3. Banner Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2023

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dimulai dengan pengisian *pre test* oleh peserta. Pemberian *pre test* bertujuan untuk mengetahui pemahaman dasar peserta berkaitan dengan pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing.



Gambar 3. Pengisian Pre Test oleh Peserta
Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2023

Setelah pengisian *pre test* selesai, dilanjutkan dengan pemberian materi. Materi pertama tentang pentingnya pembuatan konten marketing yang menarik. Pada sesi materi ini, peserta diberikan pemahaman bahwa konten marketing tidak hanya sekadar dibuat tetapi juga harus dibuat semenarik mungkin untuk dapat menarik minat calon konsumen. Pada materi ini, sebagian besar peserta menyampaikan bahwa selama ini mereka belum membuat konten marketing yang menarik yang dapat meningkatkan minat beli konsumen. Konten marketing hanya

dibuat sekadarnya saja dan belum menggunakan fitur-fitur yang disediakan oleh beberapa aplikasi baik aplikasi gratis maupun aplikasi berbayar.



Gambar 4. Pemberian Materi

Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2023



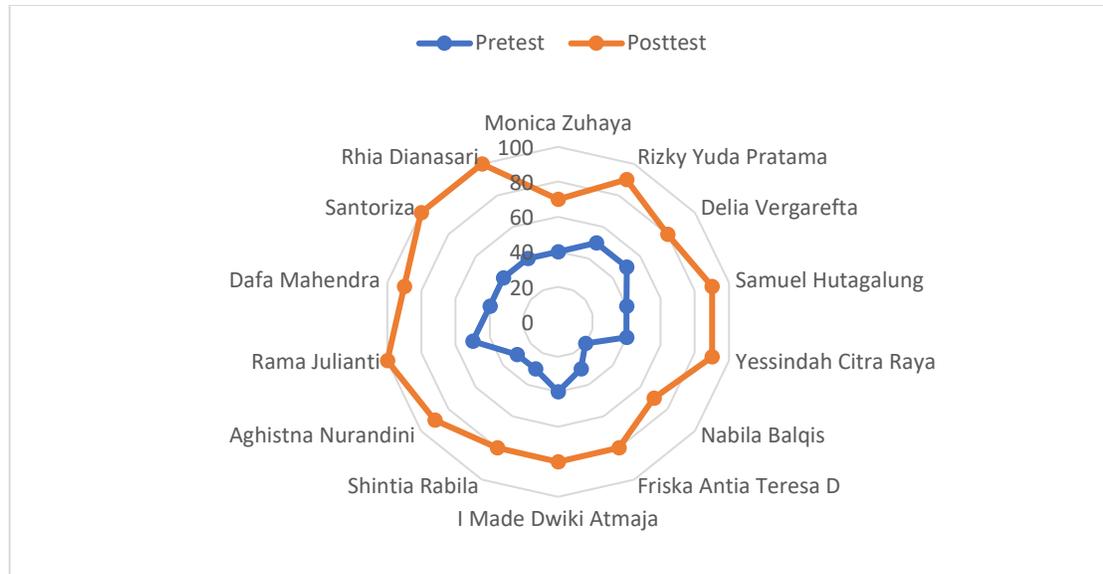
Gambar 6. Pemberian Materi

Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2023

Setelah pemberian materi dan praktik, maka peserta diberikan *post test*. Pemberian *post test* bertujuan mengetahui pemahaman peserta berkaitan dengan pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing.. Dengan *post test* akan diketahui apakah kegiatan pengabdian memberikan peningkatan pemahaman kepada peserta atau tidak.

Hasil Kegiatan

Secara keseluruhan hasil pre dan post test peserta dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 6. Hasil pretest posttest

Sumber: Hasil Pengabdian, 2023

Dari gambar di atas, secara keseluruhan nilai rata-rata peserta sebelum dilaksanakan kegiatan sosialisasi adalah 38,57 dan mengalami kenaikan menjadi 86,43 setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan. Kenaikan rata-rata sebesar 47,86 poin. Nilai pre test tertinggi adalah 50 dan nilai terendah 20, sedangkan untuk sesi post test nilai tertinggi adalah 100 dan nilai terendah 70.

Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif secara kognitif terhadap pengetahuan tentang pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Sedangkan dari sisi afektif muncul kesadaran, kemauan, dan kemampuan peserta dalam menerapkan pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing.

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan keterampilan kepada pelaku usaha pemula dalam memanfaatkan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Secara keseluruhan nilai rata-rata peserta sebelum dilaksanakan kegiatan sosialisasi adalah 38,57 dan mengalami kenaikan menjadi 86,43 setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan. Kenaikan rata-rata sebesar 47,86 poin. Nilai pre test tertinggi adalah 50 dan nilai terendah 20, sedangkan untuk sesi post test nilai tertinggi adalah 100 dan nilai terendah 70. Berdasarkan hasil

tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini mampu memberikan dampak positif secara kognitif terhadap pengetahuan tentang pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing. Sedangkan dari sisi afektif muncul kesadaran, kemauan, dan kemampuan peserta dalam menerapkan pemanfaatan aplikasi Canva Desain dalam pembuatan konten marketing.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membiayai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui pendanaan DIPA Fakultas, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dan bermanfaat bagi masyarakat komunitas sebagai mitra sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arnott, D. C., & Bridgewater, S. (2002). Internet, Interaction and Implications for Marketing. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(2), 86–95.
- Bayu, D. J. (2021). *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan “Sub Aquatic” Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795–801. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393>
- Pertiwi, D., & Gusfa, H. (2018). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness Pada Kalbis Institute. *Jurnal Media Kom*, VIII(2), 45–57.
- Robinson, H., Wysocka, A., & Hand, C. (2007). Internet Advertising Effectiveness: The Effect of Design on Click-Through Rates for Banner Ads. *International Journal of Advertising*, 26(4), 527–541.
- Septa, & Syty, S. Q. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Pembuatan Content Marketing di SMK YPUI Parung. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 594–599.