

Eksplorasi Canva: Pelatihan Konten Visual yang Praktis untuk Pemasaran Produk Lokal di Kabupaten Kuningan

Nunu Nugraha¹, Panji Novantara², Dadan Nugraha³

^{1,2,3} Universitas Kuningan, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Nunu Nugraha

E-mail: nunu.nugraha@uniku.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Cipakem, Kabupaten Kuningan, dengan fokus pada pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk menciptakan konten visual yang mendukung pemasaran produk lokal desa setempat. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan para peserta dalam menciptakan konten visual menggunakan teknologi digital untuk mendukung pemasaran produk lokal. Metode pelaksanaannya mengintegrasikan pendekatan teori dan praktek, yang meliputi sesi pembelajaran teori mendalam dan praktik langsung pembuatan konten digital menggunakan aplikasi Canva. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang diadopsi memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keberhasilan pelatihan. Para peserta berhasil menginternalisasi pengetahuan yang diperoleh melalui sesi teori dan menerapkannya secara langsung dalam pembuatan konten digital yang menarik dan efektif. Selain itu, mereka juga mencatat peningkatan keyakinan dan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan konten visual yang digunakan dalam pemasaran produk lokal. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini adalah bahwa pendekatan yang menggabungkan teori dan praktek memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menciptakan konten visual menggunakan aplikasi Canva.

Kata kunci – Aplikasi Canva, Konten visual, Kreatifitas, Pemasaran produk lokal, Pelatihan integratif

Abstract

Community service activities were carried out in Cipakem Village, Kuningan Regency, with a focus on training in the use of the Canva application to create visual content that supports local product marketing. The main objective of this activity is to increase youth understanding and skills in creating visual content using digital technology to support local product marketing. The implementation method integrates theoretical and practical approaches, which include in-depth theoretical learning sessions and hands-on practice of creating digital content using the Canva application. The results of this activity showed that the approach adopted had a significant positive impact on the success of the training. The participants successfully internalized the knowledge gained through the theoretical sessions and applied it directly in the creation of engaging and effective digital content. In addition, they also noted an increase in confidence in utilizing digital technology to create visual content used in marketing local products. This service activity concludes that an approach that combines theory and practice has a significant impact on improving participants' understanding and ability to create visual content using the Canva application.

Keywords - Canva Application, Visual content, Creativity, Local product marketing, Integrative training

PENDAHULUAN

Di tengah pandemi, dampak ekonomi dirasakan oleh berbagai sektor dan industri, mendorong orang-orang untuk mencari cara bertahan dan memenuhi kebutuhan mereka. Sebagai alternatif, sebagian masyarakat memanfaatkan hobi mereka sebagai modal untuk memulai usaha baru yang memiliki nilai jual. Situasi ekonomi yang sulit tetap menjadi tantangan bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) hingga saat ini. Namun, dalam menghadapi tantangan tersebut, para pelaku UMKM perlu mencari cara untuk terus mengembangkan produk dan menerapkan strategi pemasaran mereka dengan memanfaatkan peluang digitalisasi dalam dunia pemasaran. Salah satunya dengan para pelaku UMKM di Desa Cipakem Kabupaten Kuningan Jawa Barat. Di Desa Cipakem, situasi pelaku UMKM saat ini menunjukkan bahwa pengembangan pemasaran produk melalui digital marketing belum berjalan secara optimal. Mereka masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan potensi digitalisasi sebagai sarana promosi dan penjualan. Selain itu, kemasan produk juga menjadi perhatian, karena masih menggunakan metode konvensional yang mungkin tidak sesuai dengan tuntutan pasar yang semakin modern. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memperkenalkan konsep pemasaran digital serta memperbaiki kemasan produk agar dapat bersaing di era digital saat ini.

UMKM memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional sebagai kekuatan yang mampu menciptakan peluang kerja dan menyerap tenaga kerja (Wijayanti et al., 2022). Dengan jumlah UMKM yang cukup besar dan keragaman sektor usaha yang mereka cover, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja di berbagai wilayah di Indonesia. Dalam era digital yang terus berkembang, UMKM juga menghadapi tantangan baru. Mereka perlu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan tren pemasaran digital yang terus berkembang. Tantangan tersebut termasuk memahami cara menggunakan platform digital, meningkatkan keahlian digital, mengelola media sosial, dan membangun strategi pemasaran online yang efektif. Perkembangan media sosial saat ini telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk menggunakan digital marketing sebagai bentuk upaya perluasan pemasaran. Digital marketing melibatkan penggunaan media digital seperti social media, web, dan digital TV sebagai sarana untuk melakukan kegiatan pemasaran melalui internet (Putri et al., 2022). Dalam konteks ini, digital marketing menjadi solusi yang efektif bagi UMKM dalam meningkatkan jangkauan pemasaran mereka secara luas. Para pelaku usaha sering menghadapi tantangan dalam hal kreativitas dan penggunaan aplikasi yang mudah dalam membuat konten promosi, namun kekurangan dalam kemampuan desain dan pembuatan konten yang menarik dapat diatasi dengan menggunakan aplikasi-aplikasi gratis yang menyediakan berbagai template yang siap digunakan (Supriyadi et al., 2022).

Teknologi digital memainkan peran yang sangat penting dalam memperluas dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk, terutama dengan munculnya aplikasi dan platform kreatif seperti Canva. Bagi para pengguna teknologi khususnya para remaja, saat ini memiliki peluang yang tak terbatas untuk berkontribusi salah satunya dalam dunia pemasaran melalui konten visual. Aplikasi Canva, sebagai alat desain yang intuitif, memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menciptakan konten visual yang menarik dan profesional menggunakan perangkat handphone maupun komputer. Keberadaan teknologi digital, khususnya melalui Canva, memberikan pengguna akses langsung ke kemampuan desain grafis tanpa memerlukan keterampilan khusus. Dengan memanfaatkan perangkat handphone maupun komputer, pengguna dapat menghasilkan konten visual yang kreatif dan atraktif untuk mempromosikan produk lokal secara efisien. Inilah yang membuat teknologi digital menjadi kunci salah satunya bagi generasi muda dalam mendukung pemasaran produk lokal, memberikan mereka peluang unik untuk berkontribusi dalam pembentukan citra dan promosi produk melalui media visual yang modern dan dinamis.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan menjadi penting sebagai respons terhadap kebutuhan dalam menghadapi tantangan pemasaran produk. Dengan pelatihan ini, diharapkan dapat meningkatkan

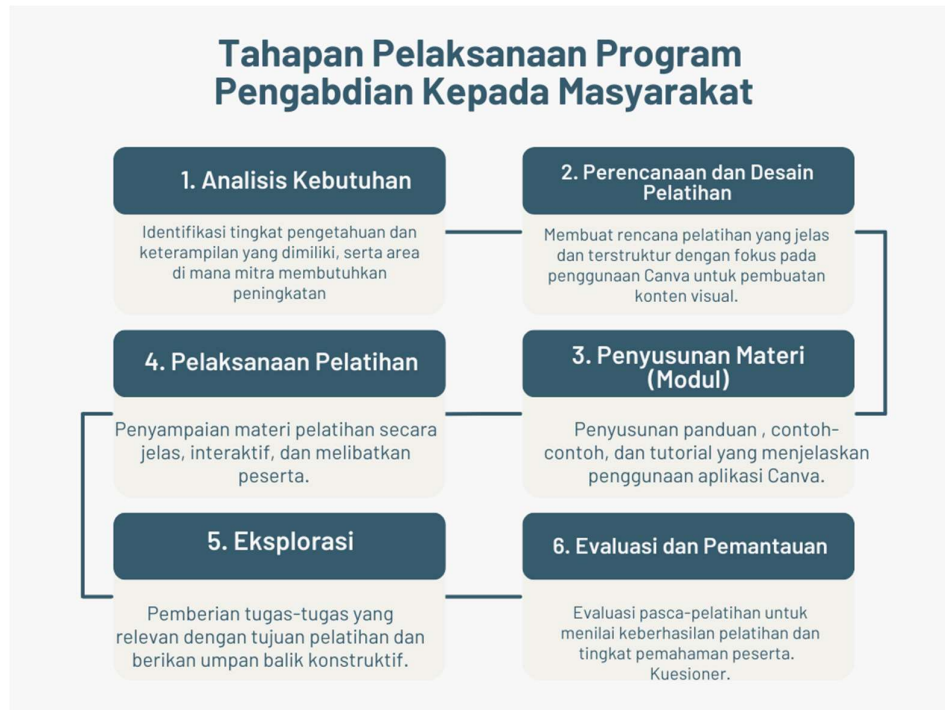
This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

pemahaman para remaja sebagai peserta pelatihan mengenai strategi pemasaran digital, memanfaatkan platform media sosial dengan lebih efektif, dan mengembangkan konten visual yang menarik. Tujuan utama pelatihan ini adalah agar dapat berdampak bagi para pelaku UMKM untuk mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka dalam era digital yang terus berkembang. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini akan fokus pada pembuatan konten digital untuk promosi produk UMKM, dengan menggunakan aplikasi Canva sebagai alat bantu yang efektif. Para peserta akan mempelajari cara mengoptimalkan fitur-fitur Canva, seperti template desain yang tersedia, elemen grafis, dan teknik penyusunan konten yang menarik. Hal ini akan memberikan mereka keterampilan praktis dalam menciptakan materi promosi yang profesional dan menarik secara visual, sehingga meningkatkan daya tarik produk UMKM desa setempat dalam upaya memperluas pangsa pasar melalui pemasaran digital.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 9 Juni 2023, dengan melibatkan 16 peserta remaja yang aktif dalam kegiatan UMKM di Desa Cipakem, Kabupaten Kuningan sebagai mitra pengabdian. Kegiatan akan berlangsung di ruang kelas. Peserta pelatihan akan menggunakan komputer dan perangkat smartphone sebagai alat dan bahan yang disediakan. Komputer akan digunakan untuk mensimulasikan penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan konten visual, sementara perangkat smartphone akan digunakan untuk eksplorasi praktis penggunaan aplikasi Canva secara mobile. Diharapkan dengan menggunakan alat dan bahan ini, para pelaku UMKM dapat langsung terlibat dalam pelatihan dan mampu menerapkan pengetahuan yang mereka peroleh secara praktis.

Kegiatan pelatihan ini akan mengadopsi metode pelaksanaan yang efektif dan terstruktur yaitu teori dan praktik. Metode pelatihan melalui praktik cukup efektif dan memberikan hasil yang baik terhadap keberhasilan pelatihan (Farida et al., 2022; Nugroho & Prambodo, 2022; Supriyadi et al., 2022; Veranita et al., 2022; Wijayanti et al., 2022). Tahapan-tahapan pelatihan mencakup analisis kebutuhan peserta, perencanaan dan desain pelatihan, pengembangan materi yang berkualitas, pelaksanaan sesi pelatihan yang interaktif, praktek keterampilan, evaluasi pasca-pelatihan, serta dukungan lanjutan. Metode ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan konten visual dan memberikan peserta pelatihan kesempatan untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam memperkuat pemasaran produk UMKM melalui konten visual yang menarik.



Gambar 1.
Tahapan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan melakukan analisis kebutuhan untuk memahami tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta, tahap berikutnya adalah perencanaan dan desain pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan pengembangan materi tentang penggunaan Canva. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan sesi pelatihan yang interaktif, diikuti dengan tahap praktek keterampilan dan pemberian umpan balik. Setelah itu dilakukan evaluasi pasca-pelatihan untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan dan tingkat pemahaman peserta. Pada tahap akhir dilakukan diskusi dan sesi tanya jawab dengan peserta pelatihan.

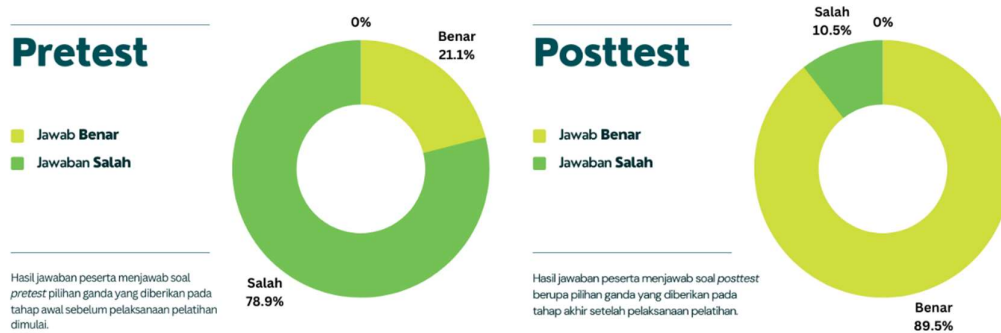
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini diawali dengan pemberian materi kepada para peserta, yang meliputi presentasi tentang pengetahuan dasar aplikasi Canva dan fungsinya. Sebelumnya, para peserta juga diberikan soal-soal (*pretest*) untuk mengevaluasi pemahaman awal mereka terkait materi yang akan disampaikan. Pada materi presentasi ini, peserta diberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fitur-fitur utama aplikasi Canva, cara pengoperasian yang efektif, serta berbagai fungsi yang dapat digunakan untuk menciptakan konten visual yang menarik. Selain itu, disampaikan contoh-contoh pemanfaatan Canva dalam konteks kebutuhan bisnis dan inspirasi untuk menciptakan desain yang kreatif dan menarik. Dengan pemahaman yang diperoleh dari materi ini, peserta memiliki dasar yang kuat sebelum terlibat dalam sesi praktek, sehingga mampu memanfaatkan Canva secara optimal dalam pembuatan konten visual untuk pemasaran produk UMKM.



Gambar 2.
Kegiatan Sesi Pemaparan Materi Pelatihan

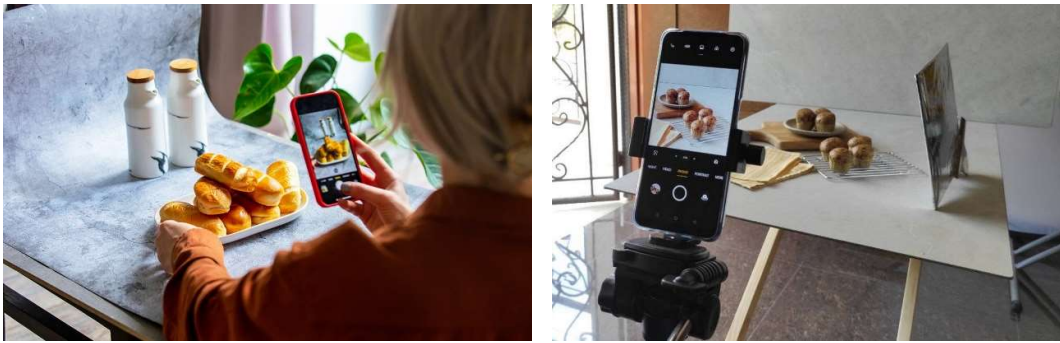
Hasil *pretest* menunjukkan bahwa peserta memiliki tingkat pemahaman yang relatif rendah, dengan persentase sebesar 21,1%. Hal ini menandakan adanya kebutuhan yang signifikan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengoperasikan aplikasi Canva serta menciptakan konten visual yang menarik. Untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, dilakukan *posttest* setelah selesai pelatihan. Hasil *posttest* menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan persentase sebesar 89,5%. Hal ini menggambarkan bahwa para peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan selama pelatihan. Peningkatan pemahaman ini dapat dilihat dari perbandingan persentase nilai *pretest* dan *posttest* yaitu sebesar 68,4%. Salah satu faktor yang mendukung peningkatan pemahaman peserta adalah melalui aktifitas praktek dengan pendampingan langsung yang dilakukan kepada setiap peserta.



Gambar 3.
Analisis Hasil *Pretest* & *Posttest*

1. Pengambilan Foto Produk

Sebelum masuk ke praktik penggunaan aplikasi Canva, para peserta diajarkan tentang teknik pengambilan foto yang baik dan menarik menggunakan perangkat smartphone dan beberapa alat sederhana untuk membuat foto produk. Disamping itu, para peserta diberikan tips dan trik mengenai pencahayaan yang optimal, sudut pengambilan yang menarik, dan pengaturan fokus yang tepat. Setelah memahami konsep dasar, para peserta langsung berlatih mengambil beberapa foto produk yang mereka miliki. Para peserta juga diberikan materi tentang platform media sosial yang dapat digunakan untuk promosi produk, diantaranya Instagram, Facebook dan lainnya (Gede et al., 2023). Foto yang dihasilkan akan digunakan untuk pembuatan konten digital menggunakan aplikasi canva. Proses pengambilan foto produk ditampilkan pada gambar 4.



Gambar 4.
Proses Pengambilan Foto Produk

2. Desain Iklan Menggunakan Canva

Selanjutnya, pada sesi kedua, peserta diperkenalkan dengan aplikasi Canva. Canva adalah alat desain grafis online yang dapat digunakan secara gratis yang dapat digunakan untuk membuat kiriman media sosial, presentasi, poster, video, logo dan lainnya (Alexandromeo, 2023). Para peserta diajarkan tentang fitur-fitur utama aplikasi, mulai dari pemilihan template yang sesuai, pengaturan tata letak, penggunaan elemen desain, hingga penggabungan gambar dan teks. Peserta diberikan contoh-contoh inspiratif dan panduan praktis dalam menciptakan desain yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran produk UMKM. Selama sesi ini, peserta didorong untuk berkreasi dan mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam membuat konten visual yang menarik dan berkesan. Masing-masing peserta menghasilkan satu konten visual berupa poster produk UMKM untuk dipasarkan melalui platform digital. Hasil karya yang dihasilkan oleh para peserta ditampilkan pada gambar 5.



Gambar 5.
Hasil Konten Digital Menggunakan Canva.

Melalui kombinasi antara pembelajaran teknik pengambilan foto produk dengan smartphone dan pemanfaatan aplikasi Canva, para peserta dapat memperluas keterampilan mereka dalam menciptakan konten digital yang menarik dan lebih profesional. Dalam pelatihan ini, mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga memiliki kesempatan praktis untuk mengaplikasikan langsung apa yang dipelajari. Dengan demikian, diharapkan para peserta dapat

meningkatkan kualitas promosi bagi produk UMKM melalui foto produk yang menarik dan konten digital yang efektif. Dalam menganalisis kegiatan pelatihan ini berdasarkan indikator-indikator yang ada, dapat disimpulkan bahwa peserta telah mencapai hasil yang signifikan dalam pembuatan konten digital menggunakan Canva. Indikator keberhasilan meliputi kemampuan peserta dalam memanfaatkan handphone dan perangkat penunjang sederhana, seperti kamera smartphone, untuk menciptakan konten visual yang menarik. Peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh selama pelatihan secara efektif. Mereka dapat memilih template yang sesuai, menyusun tata letak dengan baik, menggunakan elemen desain secara kreatif, serta menggabungkan gambar dan teks secara efektif. Dalam konteks produk UMKM, peserta mampu menyesuaikan desain dengan karakteristik produk dan menunjukkan kreativitas yang cukup baik.

Kami menggunakan kuesioner untuk mendapatkan respon dan tanggapan langsung dari peserta terkait pelatihan yang telah dilaksanakan. Kuesioner ini dirancang untuk mengevaluasi tingkat kepuasan peserta, efektivitas pelatihan, kemudahan dalam mengikuti materi, manfaat yang diperoleh, serta saran dan masukan untuk perbaikan di masa depan.

Berdasarkan hasil kuesioner, terlihat bahwa peserta memberikan penilaian yang sangat baik terhadap pelatihan ini. Mereka menyatakan tingkat kepuasan yang tinggi terkait keefektifan pelatihan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam pembuatan konten digital menggunakan Canva. Peserta juga mengakui bahwa pelatihan ini memberikan kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi Canva dan menghasilkan konten visual yang menarik. Mereka juga mengungkapkan bahwa pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman tentang penggunaan smartphone untuk mengambil foto produk yang berkualitas. Selain itu, peserta merasa terbantu dengan adanya materi tambahan, tutorial online, dan dukungan lanjutan setelah pelatihan. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil mencapai tujuan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pemasaran produk UMKM melalui konten digital, serta mendapatkan respon positif dari peserta.

Dengan demikian, berdasarkan analisis kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa peserta telah mencapai hasil yang positif dan memenuhi indikator keberhasilan yang telah ditetapkan. Mereka memiliki keterampilan yang ditingkatkan dalam pembuatan konten digital menggunakan Canva, serta pemahaman yang lebih baik dalam memasarkan produk UMKM melalui platform digital. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi mereka untuk mengembangkan bisnis mereka dan bersaing di pasar yang semakin digital dan dinamis.

KESIMPULAN

Dengan pelatihan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa para peserta berhasil mendapatkan pemahaman yang mendalam dalam pembuatan konten digital menggunakan aplikasi Canva. Respon peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap metode pengajaran yang digunakan dan penerapan pengetahuan yang diperoleh dalam sesi praktek. Mereka mampu menghasilkan konten digital yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran produk UMKM mereka melalui platform digital. Pelatihan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam mengoperasikan aplikasi Canva dan menciptakan konten visual yang efektif. Diharapkan peningkatan ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM mereka di pasar digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Kuningan atas dukungannya terhadap kegiatan pengabdian masyarakat. Terima kasih kepada para peserta yang telah aktif mengikuti seluruh sesi pelatihan dan menunjukkan semangat serta dedikasi dalam mempelajari penggunaan aplikasi Canva. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada mitra pengabdian, yaitu para pelaku UMKM di Desa Cipakem Kabupaten Kuningan, atas partisipasi dan kerjasama yang luar

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

biasa dalam menjalankan kegiatan ini. Terima kasih atas dukungan dari pihak-pihak terkait, serta semua individu yang turut berperan dalam kelancaran pelaksanaan pelatihan ini. Semoga pelatihan ini memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan dan pemasaran produk UMKM dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandromeo. (2023). *Apa itu Canva? Pengertian, Fitur, dan Cara Menggunakannya (Lengkap)*. Makinrajin.Com. <https://makinrajin.com/blog/canva-adalah/>
- Farida, I., Aryanto, A., Hanum, N., Ardi, N., & Mutoati, S. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Konsumen UMKM di Kota Tegal. *Jurnal Abdimas PHB*, 5(3), 472–477. https://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/abdimas/article/view/3752/pdf_105
- Gede, I., Putra, J. E., Pradnyandari, A., Erawan, D., Aditya, W., Juniarta, W., Made, I., Permana, A. S., & Baskara, W. (2023). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Literasi Digital Umkm Desa Keramas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 200–205. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.3880>
- Nugroho, F., & Prambodo, Y. L. (2022). Pelatihan Penggunaan Canva pada Desain Kemasan Produk bagi Komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(3), 28–35. <https://www.journal.hdgi.org/index.php/jpmg>
- Putri, A., Hetami, A., Fourqoniah, Andriana, Andriyani, Salsabila, Muniro, T., Riandani, Mulyani, Yasshyka, Listiana, & Indah. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Mencapai Optimalisasi Strategi Pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 828–839.
- Supriyadi, S., Christian, A., Suryani, I., & Rusdi, I. (2022). Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Konten Promosi Media Sosial TikTok Pada Fatayat NU. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 566–572.
- Veranita, M., Ramayani Yusuf, & Gunardi. (2022). Pelatihan Pembuatan Marketing Kit Menggunakan Aplikasi Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 2(2), 115–125. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.397>
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2022). Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva bagi UMKM Binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1).