



Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Produk Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Melalui Media Sosial Dengan Aplikasi Canva

Mayanda Mega Santoni, Nurul Chamidah ✉, Andhika Octa Indarso, Desta Sandya Prasvita, Intan Hesti Indriana, Henki Bayu Seta

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Jl. RS. Fatmawati Raya No.1, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, 12430, Indonesia

| nurul.chamidah@upnvj.ac.id ✉ | DOI : <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2206> |

Abstrak

Penjualan produk melalui marketplace maupun media sosial membantu masyarakat untuk memasarkan produk secara luas. Salah satu hal yang penting untuk promosi produk adalah pembuatan konten yang menarik minat pembeli. Pembuatan konten untuk promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang dapat membantu dalam pembuatan konten menarik untuk promosi atau pemasaran adalah Canva. Dengan memanfaatkan aplikasi Canva yang memiliki template-template menarik yang sudah tersedia, memudahkan pelaku usaha untuk membuat konten menarik untuk dipasang pada marketplace maupun media sosial. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berbentuk pelatihan dan pendampingan pembuatan konten produk berbasis TIK menggunakan Canva mobile melalui smartphone. pelatihan dan pendampingan ini diikuti oleh 15 orang warga dari Kelompok Wanita Tani (KWT) dan Ibu-Ibu PKK desa Rajaiyang, kecamatan Losarang, kabupaten Indramayu. Hasil akhir kegiatan ini, peserta mengenal Canva dan mampu memanfaatkan aplikasi Canva untuk pembuatan konten sederhana yang diunggah ke media sosial sebagai konten promosi dan pemasaran.

Kata Kunci: Konten, Media sosial, Canva



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Penggunaan media sosial dan *marketplace* membantu masyarakat dalam berinteraksi dan membantu perputaran ekonomi melalui jual beli secara tidak langsung dalam interaksinya. Sebelum media sosial dan *marketplace* berkembang pesat seiring berkembangnya penggunaan internet yang semakin luas dimana internet menjadi salah satu tempat untuk meningkatkan persaingan bisnis (Quintania, 2020), penjual melakukan promosi dengan cara menyebarkannya melalui mulut ke mulut, brosur, serta surat kabar, sehingga produk tidak banyak dikenal secara luas (Siregar, 2019). Pemasaran produk hasil usaha kecil masyarakat pedesaan terbatas dengan membawa produk ke tempat keramaian atau pasar dengan promosi dari mulut ke mulut. Teknik pemasaran dan promosi tersebut masih konvensional dan memerlukan waktu serta tenaga yang cukup besar.

Promosi sederhana dan murah untuk media promosi berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) salah satunya adalah dengan media sosial, dengan media sosial, penjual dapat mempromosikan dan menawarkan produknya (Hasibuan *et al.*, 2020). Promosi dilakukan agar produk banyak dikenal orang yang diharapkan mampu meningkatkan penjualan (Puspitarini *et al.*, 2019). Promosi dilakukan dengan membuat pesan yang persuasif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen, menimbulkan minat dan keinginan yang akhirnya konsumen membeli produk yang dipromosikan (Wahyudi *et al.*, 2021). Promosi melalui media sosial, salah satunya dapat dilakukan dengan membuat konten berupa gambar dan pesan (Intan *et al.*, 2019), dimana gambar harus dibuat menarik perhatian dan meningkatkan minat serta menggunakan teks dengan bahasa yang mudah dimengerti dan persuasif (Oktaviani *et al.*, 2019).

Pembuatan konten dan desain berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk mengolah gambar dan teks salah satunya adalah dengan Canva. Penggunaan Canva untuk pembuatan konten telah banyak dilakukan sebelumnya. Pada pembelajaran, (Tiawan *et al.*, 2020) memanfaatkan Canva untuk pelatihan desain grafis (Elisa & Simanjuntak, 2021; Pelangi *et al.*, 2020) memanfaatkan Canva untuk kreasi pembelajaran, serta pada bidang pemasaran (Fahminnansih *et al.*, 2021; Sholeh *et al.*, 2020; Surenggono *et al.*, 2021) memanfaatkan Canva untuk membuat konten media sosial untuk promosi produk dan meningkatkan penjualan.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan analisis situasi serta permasalahan mitra, tujuan kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat yakni Kelompok Wanita Tani dan Ibu - Ibu PKK dalam memanfaatkan TIK untuk memanfaatkan Canva sebagai pembuatan konten promosi dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk, yang diharapkan konten tersebut dapat diunggah ke media sosial untuk promosi dan meningkatkan penjualan.

2. Metode

Metode yang dilakukan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada Gambar 1. Kegiatan dimulai dengan diskusi, pemetaan masalah, persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan diakhiri dengan evaluasi kegiatan. Diskusi dilakukan dengan pemerintah kelurahan Rajaiyang, kecamatan Losarang, kabupaten Indramayu mengenai potensi desa serta permasalahannya. Hasil diskusi dengan pemerintah kelurahan digunakan untuk melakukan pemetaan masalah yang merupakan dasar dari kegiatan ini dimana salah satunya adalah teknik pemasaran produk di Raajaiyang berupa pemasaran tradisional dimana produsen dan konsumen biasanya berupa warga sekitar dan diketahui produknya karena interaksi langsung atau dari mulut ke mulut. Maka dari itu dipilihlah kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten untuk media sosial.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Setelah pemetaan, dilakukan persiapan untuk kegiatan yang meliputi koordinasi, persiapan alat dan bahan, serta materi untuk kegiatan. Peserta pelatihan dan pendampingan yang dipilih dalam mengikuti kegiatan ini dipilih berdasarkan beberapa kriteria, diantaranya kemampuan mengoperasikan *smartphone*, peserta merupakan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) atau Ibu-Ibu PKK yang bersedia mengikuti pelatihan dan pendampingan hingga selesai. Berdasarkan kriteria yang ditentukan tersebut, terdapat 15 peserta yang mengikuti kegiatan ini. Pada tahap pelaksanaan, dilakukan pelatihan penggunaan Canva secara langsung dengan menggunakan teknik ceramah, praktik dan penugasan peserta serta dilakukan pendampingan pada prosesnya. Peserta memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki dan mengikuti langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat konten produk yang menarik dengan sampel produk dari instalasi hingga mengunduh hasil desain dan mengunggahnya kembali ke media sosial. Selama mempraktikkan langkah-langkah tersebut, peserta juga didampingi oleh tim pangabdian masyarakat untuk memastikan setiap peserta dapat mengikuti langkah teknis yang disampaikan serta tidak tertinggal pada proses pelatihan tersebut.

Tahap terakhir adalah evaluasi yang merupakan evaluasi terhadap hasil pelatihan dan pendampingan serta evaluasi kegiatan keseluruhan berdasarkan *pretest* dan *posttest* untuk peserta pelatihan dan pendampingan. Daftar pertanyaan untuk *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada **Tabel 1**. Pertanyaan *pretest* dan *posttest* merupakan pertanyaan yang sama yang digunakan untuk mengukur pengetahuan peserta. Pengukuran kesuksesan dari segi pengetahuan dilihat dari peningkatan kemampuan menjawab soal antara sebelum pelatihan atau *pretest* dengan setelah pelatihan atau *posttest*. Kemampuan teknis peserta dilihat dari hasil karya atau desain produk yang dihasilkan selama pelatihan.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan *Pretest* dan *Posttest*

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Apa yang harus dilakukan pertama kali setelah menginstall canva?	A. Membuat akun menggunakan email B. Membuat file baru C. Memilih template design
2	Menu pada canva yang digunakan untuk mengubah background gambar?	A. Menu File B. Menu Color C. Menu Format
3	Agar objek foto lebih hidup kita bisa memberikan efek bayangan. Pada canva untuk menambahkan efek bayangan, anda dapat menggunakan efek apa?	A. Shadow B. Grid C. Elements
4	Jika Anda ingin menambahkan tulisan yang agak besar, maka tipe tulisan apa yang harus Anda pilih?	A. Subheading B. Heading C. Paragraf
5	Untuk mengubah ukuran text/tulisan dapat menggunakan tools pada Canva yaitu ...	A. font B. font size C. font color
6	Hasil design pada canva dapat disimpan dengan berbagai tipe file di bawah ini, kecuali...	A. PNG B. JPG C. PDF D. Word

3. Hasil dan Pembahasan

Promosi melalui media sosial memerlukan konten produk yang menarik perhatian, salah satunya melalui konten foto produk (Andriana et al., 2022). Dalam pembuatan konten, diperlukan kreativitas dan aplikasi yang memadai dan mudah digunakan berbagai kalangan. Canva memberikan kemudahan bagi pengguna dengan menyediakan template yang siap digunakan sehingga membantu pengguna membuat konten yang menarik (Famukhit, 2020). Pada pembahasan ini, kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dengan Canva serta evaluasi kegiatan yang dilaksanakan dibahas lebih lanjut.

3.1. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 26-28 Juli 2022 bertempat di kantor kelurahan Rajaiyang, kecamatan Losarang, kabupaten Indramayu. Peserta terdiri dari 15 orang anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) dan Ibu-Ibu PKK. Pada sesi pelatihan dan pendampingan ini, terdapat beberapa kegiatan yakni sesi ceramah yang membahas pentingnya konten untuk pemasaran pada media sosial yang dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan aplikasi Canva dari instalasi hingga pemanfaatannya yang dapat dilihat pada Gambar 2.



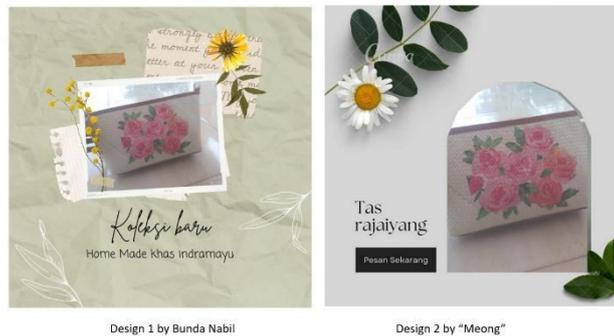
Gambar 2. Kegiatan Pelatihan dengan Ceramah

Setelah kegiatan ceramah saat sesi pelatihan juga diberikan praktik dan penugasan. Pada sesi praktik dan penugasan ini, peserta diminta untuk mengambil foto produk dengan smartphone masing-masing kemudian memanfaatkan aplikasi Canva untuk mendesain konten. Selama proses praktik dan penugasan ini, dilakukan pendampingan secara langsung oleh tim pengabdian. Dokumentasi proses pendampingan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan Praktik Penugasan dan Pendampingan

Gambar 3 menunjukkan contoh konten produk kreasi peserta dengan memanfaatkan aplikasi Canva. Ketersediaan template pada canva mempermudah peserta dalam mendesain konten produknya baik dari segi gambar maupun teks untuk mempromosikan produk. Peserta juga mampu mengunduh hasil desain produknya dan mengunggah di media sosial.



Gambar 4. Contoh Hasil Pembuatan Konten oleh Peserta

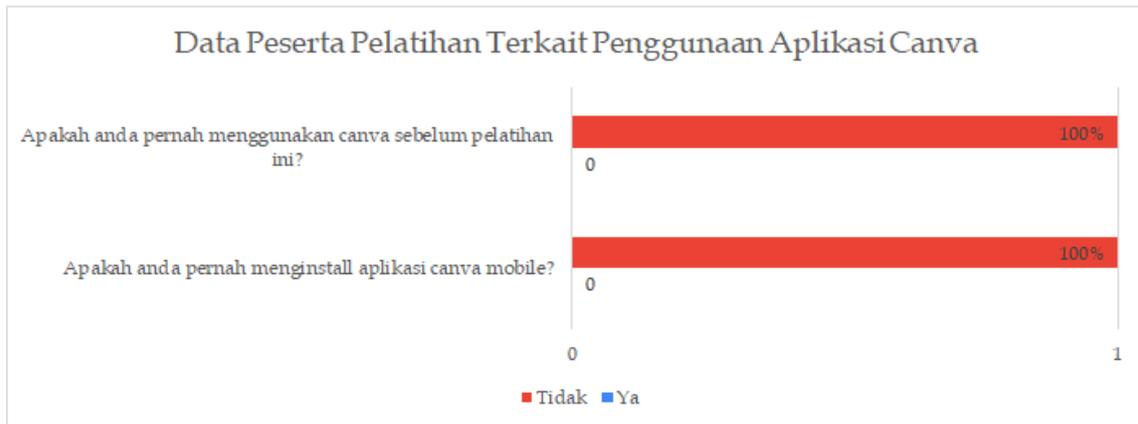
Gambar 5 menunjukkan dokumentasi pasca pelatihan dan pendampingan pembuatan konten produk berbasis TIK untuk meningkatkan pemasaran produk. Peserta pelatihan dan pendampingan beserta tim berfoto bersama di kantor Kelurahan Rajaiyang, Indramayu.



Gambar 5. Dokumentasi Pasca Kegiatan Pelatihan

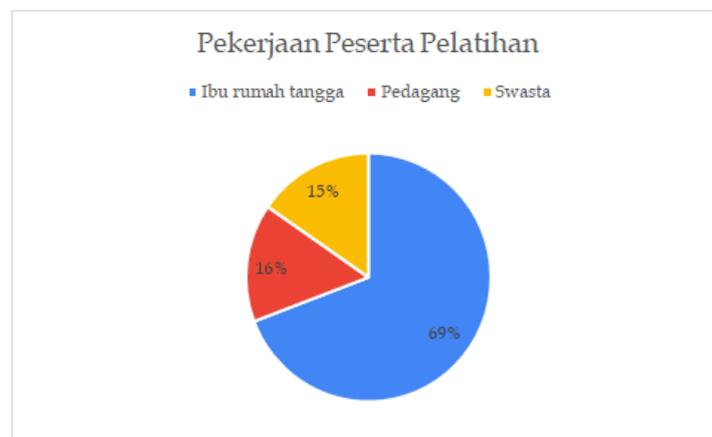
3.2. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui atau mengukur kesuksesan kegiatan. Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dengan Canva. Evaluasi dilakukan berdasarkan *pretest* serta *posttest*, yakni peserta mengisi kuesioner dan menjawab pertanyaan sebelum dan setelah kegiatan, sehingga terlihat apakah terdapat peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta dalam membuat konten dengan memanfaatkan aplikasi Canva. **Gambar 6** menunjukkan data hasil survey peserta mengenai pengalaman pernah menginstall atau menggunakan Canva. dari hasil survei menunjukkan bahwa seluruh peserta belum pernah menggunakan maupun menginstal aplikasi Canva.

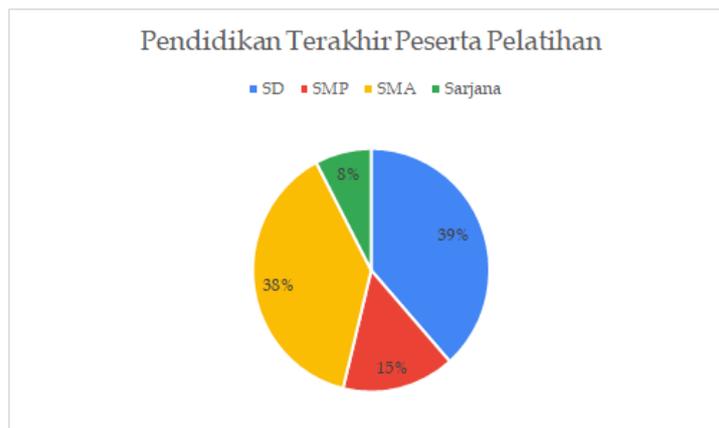


Gambar 6. Hasil Survei Peserta Terkait Penggunaan Canva

Selain pengalaman menggunakan aplikasi, juga dilakukan survei terhadap profesi dan pendidikan peserta pelatihan untuk mengetahui latar belakang secara umum dari peserta kegiatan. Peserta pelatihan dan pendampingan pembuatan konten ini merupakan anggota Ibu-Ibu PKK dan Kelompok Wanita Tani (KWT) yang memiliki profesi terdiri dari 69% ibu rumah tangga, 16% berprofesi sebagai pedagang, dan juga 15% swasta sebagaimana dapat dilihat pada **Gambar 7**.



Gambar 7. Hasil Survei Pekerjaan Peserta Pelatihan



Gambar 8. Hasil Survei Pendidikan Terakhir Peserta Pelatihan

Gambar 8 menunjukkan hasil survei pendidikan terakhir dari peserta pelatihan. dapat dilihat dari gambar tersebut, peserta pelatihan memiliki latar belakang pendidikan yang beragam dari SD hingga Sarjana dengan mayoritas peserta berpendidikan SD dan SMA. Hanya 8% dari peserta yang merupakan lulusan sarjana.

Evaluasi terhadap pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dengan Canva ini dilihat berdasarkan nilai hasil *pretest* dan *posttest*. *Pretest* diberikan sebelum pelatihan dimulai dan *posttest* diberikan setelah pelatihan dan pendampingan. Daftar pertanyaan untuk *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada Tabel 1. Pertanyaan *pretest* dan *posttest* merupakan pertanyaan yang sama yang digunakan untuk mengukur pengetahuan peserta. Sedangkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan aplikasi Canva dilihat dari proses pelatihan dan pendampingan secara langsung seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4 yang merupakan hasil desain konten yang dibuat oleh peserta kegiatan.

Tabel 2. Nilai *Pretest* dan *Posttest*

Peserta	Nilai <i>Pretest</i>	Nilai <i>Posttest</i>
Peserta 1	66.67	100.00
Peserta 2	33.33	83.33
Peserta 3	50.00	100.00
Peserta 4	33.33	83.33
Peserta 5	83.33	100.00
Peserta 6	66.67	100.00
Peserta 7	66.67	100.00
Peserta 8	16.67	83.33
Peserta 9	33.33	83.33
Peserta 10	33.33	83.33
Peserta 11	33.33	83.33
Peserta 12	16.67	83.33
Peserta 13	33.33	83.33
Min	16.67	83.33
Max	66.67	100.00
Rata-rata	43.59	89.74

Tabel 2 menunjukkan nilai hasil *pretest* yang dilakukan sebelum pelatihan dan *posttest* setelah kegiatan pelatihan selesai yang diisi oleh 13 peserta dari total 15 peserta kegiatan. Dapat dilihat pada tabel tersebut terjadi peningkatan pengetahuan peserta dalam menggunakan aplikasi Canva. Sebelum pelatihan, nilai terendah dari peserta adalah 16,67 dan tertinggi adalah 66,67 dengan rata-rata nilai 43,59. Setelah pelatihan dan pendampingan, nilai terendah *posttest* peserta adalah 83,33 dan tertinggi 100 dengan rata-rata nilai 89,74.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan pembuatan konten berbasis TIK dengan aplikasi Canva berjalan baik. Peserta kegiatan dari Ibu-ibu PKK dan Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Rajaiyang kabupaten Indramayu dinilai dapat memanfaatkan aplikasi Canva dari instalasi hingga mendesain gambar dan menuliskan teks dengan memanfaatkan template untuk membuat konten sederhana sebagai sarana promosi produk pada media sosial. Selanjutnya, peserta juga mampu mengunduh hasil desain konten yang telah dibuat dan mengunggahnya di media sosial.

Berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan, kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta untuk membuat konten sederhana dengan Canva. Pemahaman penggunaan Canva untuk pembuatan konten sederhana dapat dilihat dari evaluasi *pretest* dan *posttest* dimana rata-rata nilai sebelum pelatihan adalah 43,59 sedangkan setelah pelatihan terjadi peningkatan pengetahuan dengan nilai rata-rata peserta 89,74

Acknowledgement

Terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah mengizinkan dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini, khususnya kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Carti Kuwu Rajaiyang beserta aparaturnya serta seluruh peserta kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Rajaiyang, Indramayu. Kegiatan ini merupakan rangkaian dari Program Pengembangan Desa Mitra (PPDM) yang mendapatkan pendanaan dari program pengabdian kepada masyarakat Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang bekerjasama dengan Kabupaten Indramayu sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

- Andriana, A. N., & Pingki, P. (2022). Penerapan Teknik Foto Produk dan Video Reel Instagram Bisnis sebagai Optimalisasi Strategi Social Media Marketing dalam Menyambut IKN. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(4), 3101-3111.
- Elisa, E., & Simanjuntak, P. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Canva Online untuk Kreasi Pembelajaran Pada Himpaudi Batam Center. *Jurnal PADI (Pengabdian Masyarakat Dosen Indonesia)*, 4(2), 15-19. <https://doi.org/10.51836/JPADI.V4I2.266>
- Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51-58.

- Famukhit, M. L. (2020). Pelatihan Desain Promosi Usaha Menggunakan Canva Pada Smk Diponegoro Tulakan Kabupaten Pacitan. *Journal of Social Empowerment*, 5(1), 1-5.
- Hasibuan, A., Jamaludin, J., Yuliana, Y., Sudirman, A., Wirapraja, A., Kusuma, A. H. P., ... & Simarmata, J. (2020). E-Business: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. *Yayasan Kita Menulis*.
- Intan, T., Revia, B., & Erwita, A. (2019). Peningkatan daya saing produsen minuman herbal melalui pembuatan konten kreatif media sosial berbasis pemasaran e-marketing. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(2).
- Oktaviani, W. F., & Fatchiya, A. (2019). Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi Wisata Umbul Ponggok, Kabupaten Klaten. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(1), 13-27.
- Pelangi, G., Syarif, U., & Jakarta, H. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo UNPAM*, 8(2), 79-96. <https://doi.org/10.32493/SASINDO.V8I2.79-96>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Quintania, M., Anwar, R. N., Handayani, E. N., & Nova, F. (2020). Pelatihan Penjualan Online Untuk Ibu-Ibu PKK di Saung Singgah TPU Pondok Kopi, Jakarta Timur. *Sinar Sang Surya: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 7-22. <http://dx.doi.org/10.24127/sss.v4i2.1314>
- Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15-21. <https://doi.org/10.54892/jurnal.tam.v9i1.594>
- Sholeh, M., Rachmawati, Rr. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436. <https://doi.org/10.31764/JPMB.V4I1.2983>
- Surenggono, S., Erdiana, A., & Djamilah, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi UMKM Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 26-30. <https://doi.org/10.32493/J.PDL.V4I1.13178>
- Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat SMK di SMKN 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 476-480. <https://doi.org/10.31949/JB.V1I4.417>
- Wahyudi, A. D., Surahman, A., & Sivi, N. A. (2021). Penerapan Media Promosi Produk E-Marketplace Menggunakan Pendekatan AIDA Model dan 3D Objek. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 6(1), 35-40.