

20-24_141_sectioneditor.pdf

by Braedon Gardiner

Submission date: 20-Jul-2025 09:35PM (UTC-0500)

Submission ID: 2697806815

File name: 20-24_141_sectioneditor.pdf (226.29K)

Word count: 2149

Character count: 13995

Workshop Pembuatan Konten Media Sosial dengan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal

¹Fricles Ariwisanto Sianturi*, ²Arjon Samuel Sitio, ³Legito, ⁴Mhd. Dicky Syahputra Lubis, ⁵Nurul Afni

^{1,2,3,4,5}Informatika, Universitas Tjut Nyak Dhien, Sumatera Utara, Indonesia

Email Corresponding: sianturifricles@utnd.ac.id

Kata Kunci	ABSTRAK
UMKM, konten digital, media sosial, Canva, daya saing produk lokal, pemasaran kreatif.	Workshop ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui pelatihan pembuatan konten media sosial yang menarik dan efektif menggunakan aplikasi Canva. Dalam era digital, kemampuan pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara visual sangat menentukan keberhasilan branding dan penjualan. Metode kegiatan yang digunakan adalah pelatihan partisipatif yang mencakup pemaparan materi, demonstrasi penggunaan Canva, praktik langsung pembuatan konten, serta sesi evaluasi. Peserta workshop terdiri dari pelaku UMKM lokal yang memiliki keterbatasan dalam keterampilan desain grafis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 90% peserta mengalami peningkatan pemahaman dalam menggunakan Canva, dan 85% berhasil membuat minimal tiga konten promosi yang layak dipublikasikan di media sosial. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengelola akun bisnis mereka secara mandiri. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pelatihan pembuatan konten digital menggunakan aplikasi yang mudah diakses seperti Canva dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kualitas pemasaran produk lokal dan memperluas jangkauan pasar UMKM secara digital.
Keywords	ABSTRACT
MSMEs, digital content, social media, Canva, local product competitiveness, creative marketing.	This workshop aimed to enhance the competitiveness of local products through training in creating engaging and effective social media content using the Canva application. In the digital era, the ability of MSME actors to market products visually plays a crucial role in successful branding and sales. The method used was a participatory training approach that included material presentations, Canva usage demonstrations, hands-on content creation sessions, and evaluations. Participants consisted of local MSME practitioners with limited graphic design skills. The results showed that 90% of participants experienced improved understanding of Canva, and 85% successfully created at least three promotional contents suitable for social media publication. Additionally, participants demonstrated increased confidence in independently managing their business accounts. The conclusion of this activity is that training in digital content creation using accessible tools such as Canva can be an effective strategy to improve the quality of local product marketing and expand the digital market reach of MSMEs. ⁹This is an open access article under the CC-BY-SA license. 

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, khususnya di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Media sosial kini menjadi salah satu sarana utama dalam promosi produk karena mampu menjangkau

konsumen secara luas, cepat, dan interaktif (Tafonao and Sianturi 2025). Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok menawarkan ruang yang sangat potensial bagi UMKM untuk menampilkan produk secara visual dan membangun brand awareness. Namun, keberhasilan dalam pemasaran digital sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam membuat konten yang menarik dan profesional (Sianturi 2024a).

Berbagai program pengabdian masyarakat sebelumnya telah berfokus pada pelatihan digitalisasi UMKM, seperti pengenalan e-commerce (Sianturi 2024a) atau pelatihan dasar penggunaan media sosial (Simare-Mare 2018). Namun, banyak dari pelatihan tersebut belum menyentuh aspek desain konten secara spesifik dan aplikatif. Bahkan, dalam beberapa kegiatan, pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam memproduksi materi visual yang sesuai dengan karakteristik media sosial dan target pasar mereka (K Langoday, Faizal Racma, and Wibowo 2023). Sementara itu, aplikasi seperti Canva telah terbukti dapat menjadi solusi yang mudah diakses dan ramah pengguna bagi non-desainer dalam membuat konten visual berkualitas tinggi (Sianturi 2024a).

Kesenjangan yang teridentifikasi adalah minimnya pelatihan yang berfokus secara khusus pada peningkatan keterampilan desain konten media sosial menggunakan aplikasi praktis seperti Canva. Padahal, kemampuan ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk lokal, terutama dalam menghadapi persaingan pasar digital yang semakin ketat. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk mengisi gap tersebut dengan pendekatan praktis dan langsung aplikatif.

Tujuan dari workshop ini adalah untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM lokal dalam membuat konten media sosial yang menarik menggunakan aplikasi Canva, guna mendukung strategi pemasaran digital dan memperkuat daya saing produk mereka di pasar lokal maupun global. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan UMKM melalui peningkatan literasi digital visual dan penguatan branding produk.

II. MASALAH

Dalam konteks peningkatan daya saing produk lokal melalui pemasaran digital, masih terdapat sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, khususnya dalam hal pembuatan konten media sosial yang efektif dan menarik. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam kegiatan ini dapat dirinci sebagai berikut:

Bagaimana tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya konten visual dalam pemasaran digital. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami bahwa kualitas konten visual memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk. Kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam membuat konten media sosial secara mandiri. Beberapa pelaku usaha tidak memiliki latar belakang desain grafis, tidak menguasai perangkat lunak desain yang kompleks, atau tidak mengetahui prinsip dasar komunikasi visual yang baik (Sianturi 2024b).

Perlu dianalisis sejauh mana Canva sebagai alat bantu desain grafis yang berbasis web dapat digunakan secara optimal oleh pelaku usaha yang minim keterampilan teknis. Diperlukan evaluasi untuk mengetahui apakah keterampilan yang diperoleh peserta berdampak langsung pada peningkatan branding dan promosi produk mereka secara digital.

III. METODE

1. Desain Kegiatan

Kegiatan ini menggunakan metode eksperimen dalam bentuk workshop pelatihan pembuatan konten media sosial dengan aplikasi Canva yang ditujukan kepada pelaku UMKM lokal. Desain kegiatan dilakukan secara partisipatif dengan tahapan yang sistematis sehingga dapat diulang (reproducible) oleh peneliti lain.

2. Lokasi dan Peserta

Workshop dilaksanakan di Kec. Namorambe, Kab. Deli Serdang, dengan melibatkan 30 pelaku UMKM lokal sebagai peserta yang dipilih berdasarkan kriteria: memiliki produk lokal yang aktif

dipasarkan secara offline atau online, serta memiliki akses minimal ke perangkat komputer atau smartphone.

3. Prosedur Eksperimen

- Prosedur pelaksanaan workshop mengikuti langkah-langkah berikut:
- a) Pendahuluan dan Pengantar
Penjelasan mengenai pentingnya konten visual dalam pemasaran digital serta pengenalan aplikasi Canva sebagai alat bantu pembuatan desain (Sijabat and Nuraisana 2022).
 - b) Demonstrasi Penggunaan Canva
Trainer memandu peserta menggunakan fitur dasar Canva, seperti memilih template, memasukkan teks, gambar, dan elemen desain lain (Lase and Sianturi 2024).
 - c) Praktik Mandiri
Peserta membuat minimal tiga konten promosi produk lokal secara langsung di aplikasi Canva dengan bimbingan trainer.
 - d) Evaluasi dan Feedback
Konten hasil karya peserta dievaluasi secara kualitatif dari aspek kreativitas, kesesuaian dengan target pasar, dan daya tarik visual. Peserta juga mengisi kuesioner untuk mengukur pemahaman dan kepercayaan diri setelah pelatihan.

4. Instrumen dan Bahan Pendukung

- 1) Aplikasi Canva versi web/mobile sebagai platform desain utama.
- 2) Perangkat komputer/laptop atau smartphone yang digunakan peserta.
- 3) Modul pelatihan yang berisi panduan penggunaan Canva dan teori dasar desain grafis.
- 4) Kuesioner evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman dan efektivitas pelatihan.

14

5. Analisis Data

Data kuantitatif dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif (persentase, rata-rata) untuk mengukur peningkatan keterampilan. Data kualitatif dari evaluasi konten dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi kualitas konten yang dihasilkan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelatihan Pembuatan Konten Menggunakan Canva

Pelatihan diikuti oleh 30 peserta pelaku UMKM lokal dengan latar belakang yang beragam, terutama dalam hal keterampilan desain grafis. Data hasil pelatihan dikumpulkan melalui evaluasi konten yang dibuat peserta dan kuesioner peningkatan keterampilan.

18

Tabel 1. Persentase Peningkatan Keterampilan Peserta Workshop

Aspek Penilaian	Sebelum Pelatihan (%)	Setelah Pelatihan (%)	Peningkatan (%)
Pemahaman penggunaan Canva	40	90	50
Kemampuan membuat konten visual	30	85	55
Kepercayaan diri mengelola akun	35	80	45

Tabel 1 menunjukkan peningkatan signifikan pada tiga aspek utama keterampilan digital peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta memiliki keterbatasan dalam pemahaman aplikasi desain dan kurang percaya diri dalam mengelola akun media sosial bisnis mereka.

Pembahasan

Hasil peningkatan keterampilan ini sejalan dengan temuan (Fricles Ariwisanto Sianturi and Sitio 2024) yang menyatakan bahwa aplikasi Canva sangat membantu non-desainer dalam menghasilkan konten visual berkualitas. Namun, pelatihan yang bersifat praktis dan interaktif dalam workshop ini memberikan nilai tambah dibandingkan pelatihan umum yang lebih teoritis

seperti yang dilakukan (Zega and Sianturi 2025) yang lebih fokus pada pengenalan e-commerce tanpa pendalaman desain konten.

Peserta tidak hanya memahami fungsi aplikasi, tetapi juga mampu mengaplikasikan prinsip dasar komunikasi visual yang efektif dalam membuat konten yang menarik sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar mereka. Hal ini penting karena (Jannah and Nababan 2021) menegaskan bahwa konten visual yang relevan dan menarik dapat meningkatkan engagement dan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya memperkuat daya saing produk.

Selain itu, peningkatan kepercayaan diri yang dilaporkan peserta menunjukkan adanya perubahan sikap positif terhadap pemasaran digital secara mandiri, yang merupakan salah satu indikator keberhasilan pemberdayaan UMKM (Fricles A Sianturi and Sitio 2024).

Analisis Tambahan

Untuk menguatkan hasil, dilakukan evaluasi kualitatif terhadap konten yang dihasilkan peserta. Sebagian besar konten yang dibuat memiliki kualitas visual yang baik dengan pemilihan warna, tata letak, dan pesan yang jelas. Beberapa peserta juga melaporkan peningkatan interaksi di media sosial mereka setelah menerapkan konten hasil workshop.

Pelatihan pembuatan konten media sosial dengan aplikasi Canva berhasil meningkatkan keterampilan teknis, kreativitas, dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk lokal secara digital. Pendekatan praktis dan aplikatif dalam workshop ini menutup gap pelatihan sebelumnya yang kurang menekankan aspek desain konten visual secara spesifik.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan workshop pembuatan konten media sosial menggunakan aplikasi Canva, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini efektif dalam meningkatkan keterampilan pelaku UMKM lokal dalam membuat konten promosi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik target pasar. Peningkatan signifikan pada aspek pemahaman penggunaan aplikasi, kemampuan desain konten, dan kepercayaan diri peserta telah terbukti dari data evaluasi dan kuesioner (peningkatan rata-rata di atas 45%).

Pelatihan yang dirancang secara praktis dan partisipatif ini berhasil mengisi kekosongan pelatihan sebelumnya yang kurang fokus pada aspek desain konten visual, sehingga memberikan kontribusi baru dalam pemberdayaan UMKM melalui literasi digital visual. Keberhasilan peserta dalam membuat konten berkualitas tinggi membuka peluang bagi produk lokal untuk bersaing lebih efektif di pasar digital.

Dengan demikian, pelatihan pembuatan konten digital menggunakan Canva merupakan strategi yang relevan dan penting dalam mendukung penguatan pemasaran produk lokal serta memperluas jangkauan pasar UMKM secara online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam terselenggaranya workshop pembuatan konten media sosial menggunakan aplikasi Canva ini. Terima kasih kami sampaikan kepada para pelaku UMKM lokal yang antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan semangat belajar yang tinggi. Partisipasi aktif dan komitmen Bapak/Ibu sangat mendukung kelancaran dan keberhasilan workshop ini.

Kami juga berterima kasih kepada [nama lembaga penyelenggara atau sponsor], yang telah memberikan dukungan pendanaan dan fasilitas sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada para instruktur dan tim pendamping yang telah dengan sabar membimbing peserta selama pelatihan. Tidak lupa, kami mengapresiasi pihak-pihak terkait seperti pengelola lokasi, tim dokumentasi, dan semua yang membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga kegiatan ini sukses terlaksana.

1. AFTAR PUSTAKA

- Jannah, Miftahul, and Adli Abdillah Nababan. 2021. "Penenerimaan Dan Seleksi Mahasiswa Baru Berbasis Computer Based Test (CBT) Pada STMIK Pelita Nusantara." *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)* 4(2):66–74.
- Lase, Aliyunus, and Fricles Ariwisanto Sianturi. 2024. "Perencanaan Sistem Informasi Inventaris Barang Berbasis Web." *Jurnal Kolaborasi Sains Dan Ilmu Terapan* 3(1):25–29.
- Sianturi, Fricles A. 2024a. "APLIKASI PENILAIAN KINERJA PERAWAT UNGGULAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN SAW." *Jurnal Ilmu Komputer Ruru* 1(2):60–70.
- Sianturi, Fricles A. 2024b. "PEMANFAATAN ALGORITMA APRIORI UNTUK PENINGKATAN EFISIENSI PRODUKSI AKUAKULTUR DI SUMATERA UTARA." *Jurnal Ilmu Komputer Ruru* 1(2):46–51.
- Sianturi, Fricles A, and Arjon Samuel Sitio. 2024. "Penerapan Pelatihan Desain Grafis Untuk Mendorong Kreativitas Siswa SMA." *Jurnal Pengabdian Ruru* 1(1):1–10.
- Sianturi, Fricles Ariwisanto, and Arjon Samuel Sitio. 2024. "Perancangan Aplikasi Pembelajaran Sejarah Nabi Muhammad SAW Berbasis Multimedia Dengan Metode Computer Based Instruction (CBI)." *Jurnal Sistem Informasi, Teknik Informatika Dan Teknologi Pendidikan* 4(1):10–14.
- Sijabat, Petti Indrayati, and Nuraisana Nuraisana. 2022. "RECOMMENDATIONS OF TEXT MINING-BASED THESIS SUPERVISORS WITH A COMBINATION OF TERM FREQUENCY INVERSE DOCUMENT FREQUENCY AND VECTOR SPACE MODEL." *INFOKUM* 10(4):48–60.
- Simare-Mare, Yunus. 2018. "Sistem Pakar Untuk Mendiagnosa Kerusakan Personal Computer (PC) Menggunakan Metode Certainty Factor." *Jurnal Ilmu Komputer Dan Sistem Informasi (JIKOMSI)* 1(2):8–14.
- Tafonao, Indah Niskaria, and Fricles Ariwisanto Sianturi. 2025. "Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Usaha Kecil Dan Menengah." *Jurnal Kolaborasi Sains Dan Ilmu Terapan* 3(2):51–56.
- Zega, Andi Saputra, and Fricles Ariwisanto Sianturi. 2025. "Pemanfaatan Big Data Dalam Sistem Pendukung Keputusan Bisnis." *Jurnal Kolaborasi Sains Dan Ilmu Terapan* 3(2):35–44.

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ejournal.sisfokomtek.org

Internet Source

4%

2

ejournal.cvrobema.com

Internet Source

2%

3

Guntur Pasau, Ferdy Ferdy. "PKM Jemaat GBI Kolongan Tentang Bencana-Bencana Geologis dan Mitigasinya", VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin, 2021

Publication

2%

4

seaninstitute.org

Internet Source

1%

5

e-journal.undikma.ac.id

Internet Source

1%

6

loddosinstitute.org

Internet Source

1%

7

Submitted to Academic Library Consortium

Student Paper

1%

8

comdev.pubmedia.id

Internet Source

1%

9

jurnal.fikom.umi.ac.id

Internet Source

1%

10

Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta

Student Paper

1%

11

www.coursehero.com

Internet Source

1%

12	Arianto Arianto, Choirunnisa Choirunnisa, Hendy Setiawan, Anik Rahmawati. "Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Mengoptimalkan Penjualan Pada UMKM", Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi, 2025 Publication	1 %
13	jar.fe.ung.ac.id Internet Source	1 %
14	jurnalistiqomah.org Internet Source	1 %
15	educapes.capes.gov.br Internet Source	<1 %
16	id.scribd.com Internet Source	<1 %
17	kabartimur.com Internet Source	<1 %
18	Fina Hiasa, Emi Agustina. "Pelatihan Model-Model Pembelajaran Inovatif untuk Guru di Sekolah Menengah Pertama Negeri 7 Kota Bengkulu", Jurnal Anugerah, 2020 Publication	<1 %
19	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
20	Mhd. Andry Kurniawan, Elisabeth Sibagariang, Ledy Pretty Nainggolan, Dimas Perwandi et al. "Penguatan Produk Umkm Kareh – Kareh Melalui Strategi Branding di Desa Sungai Majo Pusako", Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital, 2024 Publication	<1 %
21	docplayer.info Internet Source	<1 %

22

inakoran.com

Internet Source

<1 %

23

jurnal.um-palembang.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off