



PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK PEMBUATAN KONTEN GAMBAR SEBAGAI UPAYA PROMOSI PRODUK UMKM DI MEDIA SOSIAL

Gita Larasati^{1*}, Ida Syamsu Roidah²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: 19024010063@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari diadakannya kegiatan ini adalah untuk memberikan wawasan sekaligus pelatihan kepada pelaku UMKM di kecamatan Widodaren, terutama dalam memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi produk. Penggunaan *Canva* dilakukan supaya konten promosi tidak hanya sebatas posting foto produk, namun bagaimana cara meningkatkan nilai tawarnya dengan mengemas konten produk menjadi lebih menarik. Adapun permasalahan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mempromosikan produk diantaranya adalah minimnya pengetahuan mengenai teknologi aplikasi dan sulitnya membuat konten yang menarik. Upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memperkenalkan pada aplikasi yang terbilang mudah untuk dijalankan, yaitu aplikasi *Canva*. *Canva* memberikan kemudahan bagi para penggunanya karena menawarkan banyak template-template gratis dan tentunya menarik dalam pembuatan konten. Template tersebut berupa poster, logo, kemasan produk, *thumbnail youtube*, *newsletter*, dan tentunya konten media sosial. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan dengan metode diskusi yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana permasalahan pelaku UMKM dalam pembuatan konten promosi di media sosial serta penggunaan *Canva*, sekaligus memberikan pendampingan dan pelatihan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Kegiatan pendampingan diikuti perwakilan pelaku UMKM di kecamatan Widodaren. Hasil akhir dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM mempunyai pengetahuan sekaligus gambaran penggunaan aplikasi *Canva* untuk konten promosi di media sosial.

Kata kunci: media sosial, konten, aplikasi; *canva*

USE OF THE CANVA APP FOR IMAGE CONTENT CREATION AS AN ATTEMPTS TO PROMOTE MSME PRODUCTS ON SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

The purpose of this activity is to provide insight as well as training to MSMEs in the Widodaren district, especially in maximizing the use of social media as a means of product promotion. Using Canva is done so that promotional content is not just limited to posting product photos, but how to increase the bargaining value by packaging product content to be more attractive. The problems that are often faced by MSMEs in promoting their products include the lack of knowledge about application technology and the difficulty of creating interesting content. The effort to overcome this problem is to introduce an application that is relatively easy to run. Canva makes it easy for its users because it offers lots of free templates and interesting content creation. These templates are in the form of posters, logos, product packaging, newsletters, and social media content. This mentoring activity was carried out using the discussion method which aims to find out the extent of the problems of MSMEs in creating promotional content on social media and using Canva, as well as providing assistance and training to use the application. The mentoring activity was attended by representatives of MSMEs in the Widodaren district. The end result of this activity is that MSMEs have knowledge as well as an overview of using the Canva application for promotional content on social media.

Keywords: *social media, content, application; canva*

PENDAHULUAN

Melekatnya penggunaan media sosial yang sudah seperti *lifestyle* membuktikan betapa pesatnya perkembangan era digitalisasi di Indonesia. Media sosial bahkan sudah seperti pengganti koran di pagi hari yang sulit dilewatkan setiap informasinya. Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi, berinteraksi, berkreasi, berbagi, dan berpartisipasi dengan mudah (Ratnamulyani & Maksudi, 2018). Adapun maksud dari berpartisipasi



adalah cara pengguna berbagi informasi dengan mudah melalui pesan, konten bergambar balasan pesan melalui komentar, dan fitur-fitur lainnya yang ada di media sosial.

Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia menjadi bukti bahwa era industri 4.0 dengan teknologi informasi yang serba cepat dan canggih sudah menjangkau Indonesia walaupun belum merata sepenuhnya. Selama tahun 2021, pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan data *We are Social* yang meliputi *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, dan *youtube* mencapai 80-90%. *Youtube* menempati peringkat pertama dengan urutan pengguna terbanyak, disusul oleh *whatsapp* dan *instagram*. Adanya kemudahan dalam akses tentu menjadikan media sosial banyak digemari oleh masyarakat. Bagi pelaku usaha, media sosial menjadi salah satu strategi *Digital Marketing* yang wajib diaplikasikan dalam bisnis. Titik penting aktivitas manusia, terutama pada sektor bisnis terletak pada dunia digital itu sendiri.

Banyaknya pengguna media sosial termasuk juga di kalangan pelaku usaha tidak menjadi jaminan bahwa semua pengguna tersebut bisa memaksimalkan manfaat sekaligus peluang media sosial. Misalnya saja dalam hal pembuatan konten promosi produk. Tidak jarang para pelaku usaha tersebut hanya memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan untuk sekadar berkomunikasi dengan konsumennya, namun sangat kurang dalam hal promosi. Salah satu promosi yang mendukung pelaksanaan digital marketing adalah dengan memanfaatkan media sosial.

Promosi melalui media sosial tentu akan menjangkau pasar yang lebih luas. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital yang mempermudah interaksi antara produsen, perantara, hingga calon konsumen (Naimah et al., 2020). Memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi *digital marketing* juga akan mempermudah sekaligus menyederhanakan pencarian konsumen berdasarkan keinginan dan kebutuhannya.

Promosi menggunakan media sosial memberikan daya tarik melalui konten-konten yang dibagikan. Misalnya, seperti konten gambar, apabila dikemas dengan menarik dan mempunyai nilai tawar akan membuat konsumen tertarik dan memutuskan untuk membeli. Hal ini sesuai dengan konsep teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Sebelum terjadi tindakan (*action*) dari konsumen untuk melakukan pembelian, mereka cenderung melihat konten produk terlebih dahulu (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Maka dari itu, pelaku usaha harus membuat konten promosi yang bisa menarik perhatian konsumen sesuai dengan target pasarnya.

Sehubungan dengan program pemerintah dalam bidang bisnis untuk memenuhi berbagai tuntutan di era industri 4.0, pelaku UMKM tentu memiliki peran yang penting demi tercapainya tuntutan tersebut, khususnya dalam perekonomian. Selain bisa menjangkau pasar lebih luas, penggunaan media sosial untuk promosi produk juga akan menghemat biaya pemasaran, sekaligus menjadikan ruang dan waktu pemasaran menjadi tidak terbatas (Andri et al., 2019). Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, sudah seharusnya semua pelaku usaha, terutama UMKM memanfaatkan adanya media sosial dalam pemasaran produk, mengingat banyaknya keuntungan yang akan didapatkan.

Besarnya peluang penggunaan media sosial sebagai promosi produk ternyata belum bisa dimanfaatkan sepenuhnya oleh pelaku UMKM. Kebanyakan dari mereka belum memahami manfaat serta peran penting media sosial, kesulitan untuk membuat konten gambar promosi yang menarik, terbatasnya pengetahuan teknologi aplikasi, dan terbatasnya kreativitas pada desain grafis. Menurut Khomariah & Primandari (2021) konten promosi yang menarik merupakan salah satu kunci utama pada *digital marketing*.

Canva menjadi salah satu teknologi aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam desain grafis. Adanya aplikasi *Canva* ini tentu bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam pembuatan konten gambar sebagai promosi produk karena penggunaannya yang terbilang mudah. Aplikasi *Canva* bisa diakses dengan mudah melalui desktop berbasis web maupun mobile. *Canva* memberikan banyak fitur-fitur menarik seperti *template*, elemen, teks, video, dan lain sebagainya. *Canva* dibagi menjadi dua, yaitu versi berbayar dan tidak berbayar. Akun berbayar semakin memudahkan dalam pembuatan konten karena fitur yang disediakan menjadi tidak terbatas. Namun, akun tidak berbayar pun sudah mendapatkan banyak keuntungan, seperti misalnya ribuan *template* menarik yang disediakan gratis. Adapun *template* tersebut berupa logo, poster, konten sosial media, kemasan produk, *newsletter*, dan lain sebagainya. *Template* tersebut bisa dengan mudah dikreasikan, bahkan bagi pemula sekalipun dalam bidang desain grafis.



Pendampingan dan pelatihan penggunaan aplikasi *Canva* ini diharapkan bisa membantu pelaku UMKM di kecamatan Widodaren mendapatkan pengetahuan mengenai aplikasi tersebut. Selain itu, diharapkan ada peningkatan ide dan kreativitas dalam pembuatan konten gambar sebagai upaya memaksimalkan *digital marketing* melalui promosi di media sosial. *Digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk dimanfaatkan sebagai media promosi (Pradiani, 2017).

METODE

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu pelaku UMKM kecamatan Widodaren memaksimalkan pembuatan konten gambar sebagai upaya promosi di media sosial. Adapun metode yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Pemetaan
Metode pemetaan merupakan metode yang dilaksanakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di suatu wilayah. Pelaku UMKM di kecamatan Widodaren mengalami kesulitan dalam pembuatan konten gambar untuk promosi di media sosial, sehingga pelaksanaan *digital marketing* masih belum efektif dan efisien.
2. Perancangan
Merancang kegiatan pendampingan penggunaan aplikasi *Canva* kepada pelaku UMKM kecamatan Widodaren dalam membuat konten gambar yang lebih menarik untuk promosi di media sosial. Aplikasi *Canva* dipilih karena berbagai kemudahan yang ditawarkan dan cocok bagi pemula dalam bidang desain grafis.
3. Pendampingan
Kegiatan pendampingan ini dilakukan dengan memaparkan pentingnya konten gambar yang menarik dalam promosi produk, serta pengenalan dan cara penggunaan aplikasi *Canva*.

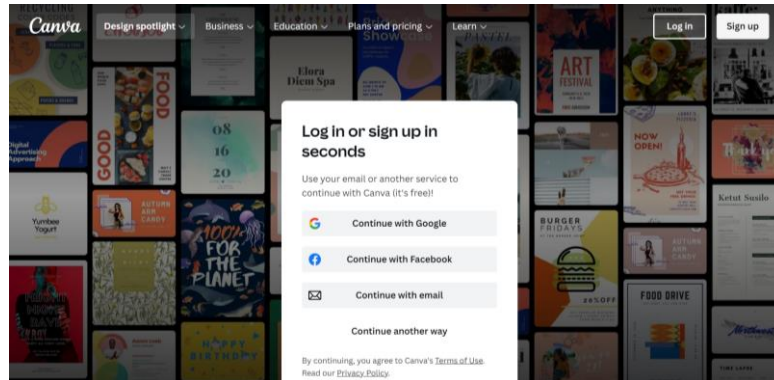
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Aplikasi Canva

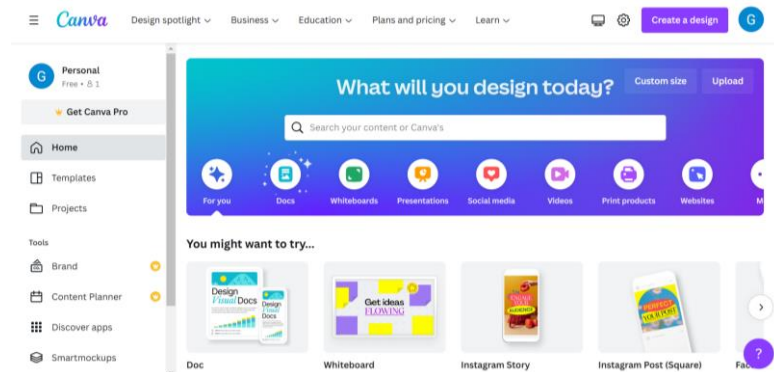
Konten merupakan hal yang penting dan wajib diperhatikan ketika melakukan promosi di media sosial. Konten yang menarik adalah konten yang bisa membuat konsumen memahami sekaligus menumbuhkan rasa percaya pada produk yang kita dijual. Artinya, semakin bernilai suatu konten, semakin produk tersebut sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan dari konsumen, maka *feedback* konsumen terhadap produk yang dipromosikan akan didapatkan.

Konten gambar menjadi salah satu konten yang dapat menarik perhatian konsumen. Tidak hanya sekadar memposting gambar produk, namun diperlukan ide serta kreativitas dari pelaku usaha untuk mengemas gambar produk tersebut menjadi konten yang bernilai. Namun, keterbatasan dalam ide, kreativitas, dan *skill* desain yang masih menjadi permasalahan bagi pelaku UMKM tentu menghambat memaksimalkan *digital marketing*.

Canggihnya teknologi informasi di era 4.0 ini banyak memunculkan aplikasi-aplikasi yang bisa membantu pekerjaan menjadi lebih mudah. Salah satu dari sekian banyak aplikasi desain yang memberikan banyak penawaran menarik sekaligus mudah pengoperasiannya adalah *Canva*. *Canva* adalah aplikasi desain yang menawarkan ribuan *template* gratis dan berbagai fitur menarik untuk membantu dalam pembuatan konten gambar. *Template* dan fitur tersebut bisa dikombinasikan untuk membantu mengembangkan kreativitas dalam mendesain berbagai konten. Sebelum menggunakan aplikasi *Canva*, pengguna harus mendaftarkan diri menggunakan *email* yang bisa diakses melalui *desktop* (*website*) maupun *mobile* (*smartphone*).



Gambar 1. Tampilan log in *Canva* melalui *website* (www.canva.com/login/)

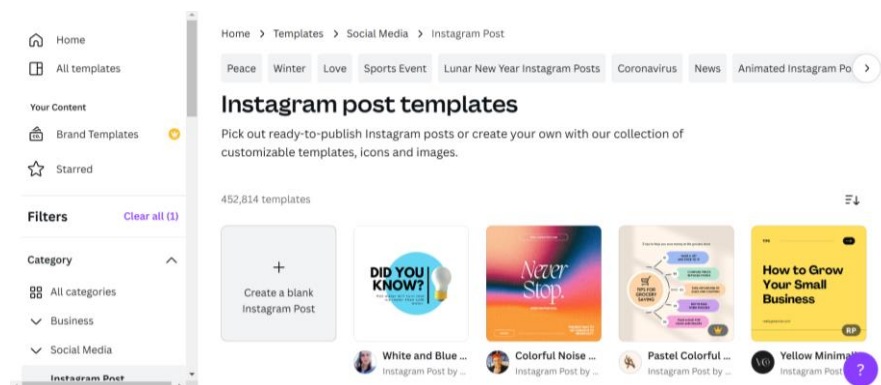


Gambar 2. Tampilan utama (home) *Canva*

Proses pendaftaran diperlukan untuk memudahkan penggunaan fitur-fitur yang telah disediakan oleh *Canva*. Apabila ingin menikmati fitur tanpa batas, bisa menggunakan *Canva* premium. Namun tidak perlu khawatir, pengguna *Canva* non-premium pun masih tetap bisa menggunakan banyak fitur-fitur *Canva* seperti *template*, elemen, teks, dan lain sebagainya.

Template Desain *Canva*

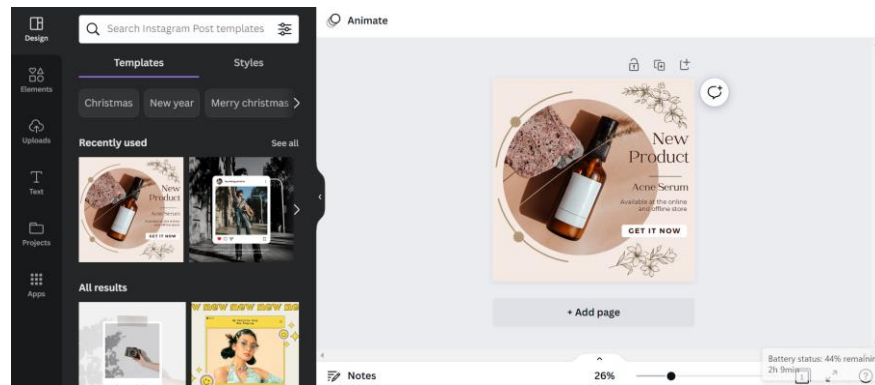
Canva memiliki banyak *template* untuk mempermudah desain konten. *Template-template* yang sering digunakan diantaranya adalah media sosial, logo, poster, dan lain sebagainya. Untuk membuat konten gambar promosi di media sosial, tentu yang dibutuhkan adalah *template* konten media sosial. *Template* ini berisi konten-konten postingan di media sosial seperti *instagram* dan *facebook*, yang bisa dikreasikan sesuai dengan keinginan.



Gambar 3. Template konten media sosial

Penggunaan *template* cukup mudah dilakukan untuk pemula. Setelah memilih *template* yang diinginkan, hanya perlu mengklik *template* tersebut dan mulai mendesain. Perlu diingat, untuk *template* dengan tulisan *Pro*, berarti hanya diperbolehkan untuk akun *Canva* premium. *Template* gratis

bukan berarti *template* tersebut tidak bagus atau kurang menarik, justru sisi positifnya dengan memakai *template* gratis tersebut akan menghemat dari segi biaya.



Gambar 4. Tampilan *template* yang didesain

Hal-hal yang perlu diperhatikan ketika mendesain adalah prinsip-prinsip desain yang meliputi kontras, kesederhanaan, serta proporsi. Kesederhanaan yang dimaksud adalah dimana konten gambar tersebut tidak berlebihan, seperti misalnya terlalu banyak warna, tulisan, atau bahkan gambar. Konten gambar cukup berisi gambar produk yang menarik dan bisa menyampaikan pesan kepada konsumen. Sedangkan proporsi adalah keterkaitan antara elemen-elemen yang digunakan dalam desain. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, pengguna jadi tahu cara memadu padankan elemen desain dan meningkatkan kreativitas.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan diawali dengan *group discussion* dengan perwakilan pelaku UMKM di Kecamatan Widodaren untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman mengenai pentingnya konten gambar yang menarik di media sosial dan aplikasi *Canva*. Hasil dari diskusi tersebut menunjukkan bahwa banyak yang belum memahami pentingnya konten yang menarik dan penggunaan aplikasi *Canva*. Kebanyakan dari mereka hanya memposting gambar produk secara langsung, sehingga konten kurang menarik dan promosi belum maksimal.



Gambar 5. Pelaksanaan kegiatan pendampingan

Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan mengenai aplikasi *Canva*. Adapun pemaparan tersebut dilakukan secara rinci mulai dari cara pendaftaran, cara mencari *template*, cara mendesain konten yang menarik, dan terakhir cara menyimpan hasil konten tersebut.



Gambar 6. Pemaparan aplikasi Canva

Kegiatan pendampingan ini juga sekaligus digunakan sebagai penambahan wawasan pelaku UMKM tentang bagaimana mencari ide dan meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten. Adapun hal-hal yang bisa dilakukan adalah dengan mengikuti perkembangan *trend*, yang bisa dipantau melalui media sosial ataupun *google trends*. Hal ini dikarenakan dunia digital terus mengalami perkembangan yang cepat, khususnya selera konsumen. Apabila pelaku usaha tidak bisa mengikuti *trend* yang disukai konsumen, maka akan tertinggal.

SIMPULAN

Digital marketing menjadi strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk dilakukan oleh pelaku UMKM. Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi menjadi sebuah keuntungan karena proses promosi menjadi tidak terbatas dan menjangkau pasar yang luas. Selain itu, menggunakan media sosial juga akan menghemat biaya pengeluaran. Namun, menggunakan media sosial sebagai alat promosi produk harus memperhatikan konten yang dibagikan. Konten tersebut harus menarik, sesuai target pasar, sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen, dan tentunya bisa menambah kepercayaan konsumen kepada produk yang dijual.

Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM agar promosi konten gambar di media sosial maksimal adalah dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Aplikasi ini menawarkan berbagai kemudahan melalui *template-template* gratis dan fitur-fitur menarik lainnya. Dengan adanya kegiatan pendampingan penggunaan aplikasi *Canva* ini, diharapkan kedepannya pelaku UMKM di Kecamatan Widodaren bisa meningkat kreativitasnya dan semakin ahli dalam pembuatan konten gambar dan konten-konten lainnya. Sehingga, proses promosi di media sosial bisa mendapatkan banyak *feedback* dan meningkatkan kepercayaan dari konsumen.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah terlibat dalam kegiatan pendampingan ini. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai konversi KKN melalui Studi Independen Akademi Digital Marketing di NF Computer. Terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah membantu melalui saran serta masukannya dari awal hingga kegiatan ini berakhir, serta perwakilan pelaku UMKM di kecamatan Widodaren Ngawi yang telah antusias dalam kegiatan pendampingan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Et. Al., (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-Dinamika*, 4(2).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation & practice*. Pearson uk.
- 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.



- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Ratnamulyani, I. A., & Maksudi, B. I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154–161.