

# **Pelatihan Membuat Iklan yang Menarik menggunakan Canva Bagi para UMKM di Sekitar Cipayung**

**Suwarni, Yasmianti, Desmiwati, Ramadhani Ulansari, S. Rudi Hartanto, Naisya Putri,  
Christianto Tri Raihan**

Universitas Respati Indonesia

E-mail : fti@urindo.ac.id

## **Abstrak**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan oleh tim Dosen dan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Universitas Respati Indonesia, Jakarta Timur. Tema kegiatan adalah "Pelatihan Membuat Iklan yang Menarik menggunakan Canva Bagi para UMKM di Sekitar Cipayung." Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam membuat iklan yang menarik dan efektif, yang diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan dan branding produk mereka. Pelatihan ini diikuti oleh sejumlah UMKM yang berada di sekitar kampus, dengan fokus pada pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat bantu desain grafis yang mudah digunakan dan memiliki fitur yang lengkap. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi ceramah, demonstrasi, dan praktek langsung, sehingga peserta dapat langsung mengaplikasikan ilmu yang diperoleh. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat iklan digital, serta tingginya antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan. Dampak positif lainnya adalah terjalinnya hubungan yang lebih erat antara universitas dan komunitas UMKM di sekitar kampus.

**Kata Kunci:** UMKM, Canva, Iklan Digital, Desain Grafis, FTI URINDO.

## **Abstract**

This Community Service (PkM) activity was carried out by a team of Lecturers and Students of the Faculty of Information Technology, Respati University Indonesia, East Jakarta. The theme of the activity is "Training in Making Attractive Ads using Canva for MSMEs around Cipayung." The purpose of this training is to improve the ability of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) actors to create attractive and effective advertisements, which are expected to help increase sales and branding of their products. The training was attended by a number of MSMEs located around the campus, with a focus on utilizing the Canva application as a graphic design tool that is easy to use and has complete features. The methods used in this training include lectures, demonstrations, and hands-on practice, so that participants can immediately apply the knowledge gained. The results of this activity showed an increase in participants' understanding and skills in creating digital advertisements, as well as the high enthusiasm of participants in participating in the training. Another positive impact is the establishment of a closer relationship between the university and the MSME community around the campus.

**Keywords:** MSMEs, Canva, Digital Advertising, Graphic Design, FTI URINDO.

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di wilayah Cipayung, Jakarta Timur. Namun, banyak pelaku UMKM di sekitar kawasan ini menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran produk mereka. Keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan keterampilan dalam membuat iklan yang menarik dan efektif sering kali menjadi hambatan utama. Dalam era digital saat ini, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan media

sosial sebagai alat promosi sangatlah krusial. Tanpa strategi pemasaran yang efektif, UMKM akan sulit bersaing dan berkembang.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini difokuskan pada pelatihan pembuatan iklan yang menarik menggunakan aplikasi Canva. Canva dipilih karena kemudahannya dalam digunakan oleh pemula, serta fitur-fiturnya yang lengkap untuk mendukung pembuatan materi promosi yang berkualitas. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dasar tentang desain grafis dan penggunaan Canva, serta strategi pembuatan iklan yang efektif. Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM yang berada di sekitar Universitas Respati Indonesia, Jakarta Timur.

Tujuan dari kegiatan ini adalah 1) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat iklan digital yang menarik dan efektif. 2) Memperkenalkan dan mengajarkan penggunaan aplikasi Canva sebagai alat bantu desain grafis yang mudah digunakan. 3) Membantu UMKM dalam meningkatkan branding dan pemasaran produk mereka melalui iklan yang menarik. 4) Menjalin hubungan yang lebih erat antara universitas dan komunitas UMKM di sekitar kampus.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi 1) Peningkatan kemampuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat dan mengelola iklan digital. 2) Penggunaan media digital secara efektif untuk mempromosikan produk UMKM, yang dapat meningkatkan penjualan dan daya saing. 3) Terciptanya iklim kolaboratif antara Universitas Respati Indonesia dan komunitas UMKM di sekitar kampus, yang dapat mendukung pengembangan ekonomi lokal. 4) Memberikan kontribusi nyata dari dunia akademik dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi.

## **METODE**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan beberapa metode yang dirancang untuk memastikan peserta dapat memahami dan menerapkan ilmu yang diberikan secara optimal. Metode-metode yang digunakan meliputi :

### **1. Identifikasi Kebutuhan:**

- Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan survei dan wawancara dengan pelaku UMKM di sekitar Cipayang untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat pemahaman mereka tentang pemasaran digital dan penggunaan aplikasi desain grafis.
- Hasil dari identifikasi ini digunakan untuk menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan peserta.

## 2. Ceramah dan Presentasi:

- Kegiatan dimulai dengan sesi ceramah dan presentasi oleh dosen dan mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Universitas Respati Indonesia.
- Materi yang disampaikan meliputi dasar-dasar pemasaran digital, pentingnya iklan yang menarik, dan pengenalan aplikasi Canva.
- Penjelasan teori yang disertai dengan contoh-contoh nyata untuk memudahkan pemahaman peserta.

## 3. Demonstrasi Langsung:

- Setelah sesi ceramah, dilakukan demonstrasi langsung tentang cara menggunakan Canva.
- Demonstrasi ini mencakup cara membuat akun, memilih template, menambahkan elemen desain, dan menyusun iklan yang menarik.
- Peserta diajak untuk menyaksikan langkah-langkah secara langsung sehingga mereka dapat melihat proses pembuatan iklan dari awal hingga selesai.

## 4. Praktik Mandiri:

- Peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan sendiri pembuatan iklan menggunakan Canva.
- Dosen dan mahasiswa bertindak sebagai fasilitator yang siap memberikan bimbingan dan menjawab pertanyaan peserta selama sesi praktik.
- Setiap peserta diminta untuk membuat satu iklan yang relevan dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan.

## 5. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi:

- Sesi tanya jawab dan diskusi diadakan untuk membahas kendala yang dihadapi peserta selama praktik dan memberikan solusi yang tepat.
- Diskusi juga mencakup strategi pemasaran yang efektif dan cara mengoptimalkan penggunaan iklan digital.

## 6. Penilaian dan Umpan Balik:

- Peserta diminta untuk menyerahkan hasil iklan yang telah mereka buat untuk dinilai oleh tim pelatih.
- Umpan balik konstruktif diberikan kepada setiap peserta untuk meningkatkan kualitas desain iklan mereka.

- Penilaian juga mencakup evaluasi keseluruhan kegiatan untuk mengukur efektivitas pelatihan.

#### 7. Monitoring dan Pendampingan:

- Setelah pelatihan selesai, dilakukan monitoring dan pendampingan kepada UMKM yang telah mengikuti pelatihan.
- Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan mereka dapat menerapkan ilmu yang didapatkan secara berkelanjutan dan memberikan dukungan jika mereka menghadapi kesulitan.

Dengan metode-metode ini, diharapkan pelatihan dapat berjalan dengan efektif dan memberikan manfaat nyata bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat iklan yang menarik dan efektif.

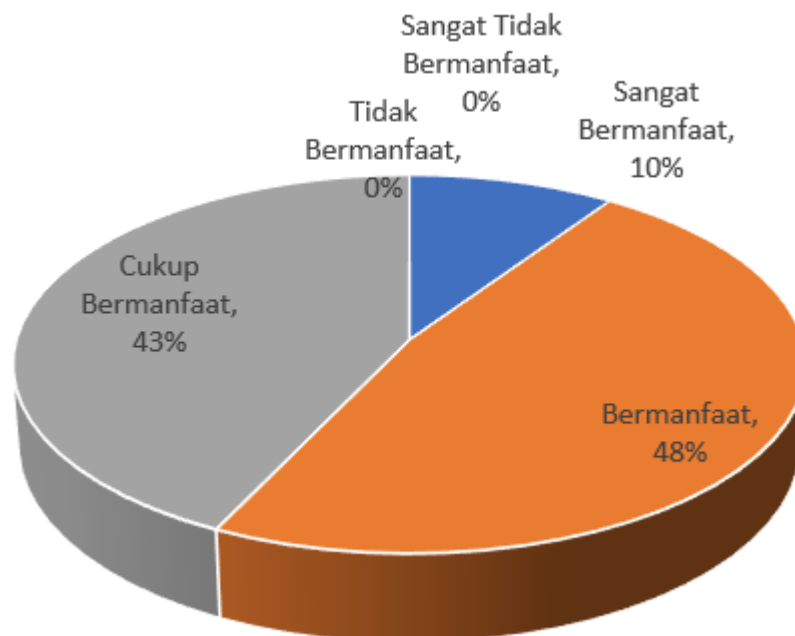
### **HASIL**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) bertema "Pelatihan Membuat Iklan yang Menarik menggunakan Canva Bagi para UMKM di Sekitar Cipayung" yang dilaksanakan oleh tim Dosen dan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Universitas Respati Indonesia, Jakarta Timur, telah berlangsung dengan sukses. Berikut adalah rangkuman singkat dari hasil pelaksanaan kegiatan tersebut:

- Pelatihan diikuti oleh 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha yang berlokasi di sekitar kampus.
- Partisipasi peserta sangat antusias, terlihat dari kehadiran penuh dan keterlibatan aktif dalam setiap sesi.
- Peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka tentang pentingnya iklan digital dan strategi pemasaran.
- Kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi Canva untuk membuat iklan yang menarik juga meningkat drastis, sebagaimana terlihat dari hasil karya mereka.
- Setiap peserta berhasil membuat satu iklan digital menggunakan Canva, yang relevan dengan produk atau jasa yang mereka tawarkan.
- Hasil karya peserta menunjukkan kreativitas dan pemahaman yang baik tentang elemen-elemen desain grafis yang efektif. Umpan balik dari peserta sangat positif, dengan mayoritas menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan mereka.
- Evaluasi keseluruhan menunjukkan bahwa metode pelatihan yang diterapkan efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta.

- Pelatihan ini telah membantu UMKM di sekitar Cipayung untuk lebih kompetitif di pasar dengan iklan digital yang lebih menarik.
- Hubungan antara Universitas Respati Indonesia dan komunitas UMKM di sekitar kampus menjadi lebih erat, membuka peluang untuk kolaborasi lebih lanjut di masa depan.
- Setelah pelatihan, beberapa UMKM melaporkan peningkatan dalam engagement dan penjualan setelah menerapkan iklan yang mereka buat selama pelatihan.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, memberikan dampak positif bagi peserta dan komunitas UMKM di sekitar Universitas Respati Indonesia, serta memperkuat peran universitas dalam pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan keterampilan teknologi informasi dan komunikasi.



Gambar Grafik Tingkat Kepuasan

## PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga bagian seperti berikut ini :

### A. Tahap Persiapan

#### 1. Identifikasi Kebutuhan:

- Survei dilakukan terhadap pelaku UMKM di sekitar Cipayung untuk memahami kebutuhan mereka terkait pemasaran digital dan penggunaan aplikasi desain grafis.

- Wawancara dengan beberapa pelaku UMKM dilakukan untuk menggali lebih dalam tantangan dan hambatan yang mereka hadapi dalam membuat iklan.
2. Perencanaan Kegiatan:
    - Berdasarkan hasil survei dan wawancara, tim dosen dan mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi menyusun kurikulum pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.
    - Materi pelatihan meliputi dasar-dasar pemasaran digital, pentingnya iklan yang menarik, dan panduan penggunaan Canva.
  3. Koordinasi dan Sosialisasi:
    - Tim melakukan koordinasi dengan pihak kampus dan komunitas UMKM untuk menentukan jadwal dan lokasi pelatihan.
    - Sosialisasi dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, grup WhatsApp, dan pengumuman di lingkungan kampus dan sekitar Cipayung.

## B. Tahap Pelaksanaan

1. Pembukaan Kegiatan:
  - Acara dibuka oleh dekan Fakultas Teknologi Informasi yang memberikan sambutan dan penjelasan singkat tentang tujuan dan manfaat pelatihan.
  - Pengarahan singkat tentang agenda kegiatan dan perkenalan tim pengajar.
2. Ceramah dan Presentasi:
  - Sesi pertama dimulai dengan ceramah tentang dasar-dasar pemasaran digital oleh salah satu dosen senior.
  - Presentasi mengenai pentingnya iklan yang menarik dan strategi pembuatan iklan efektif.
  - Penjelasan teori disertai dengan contoh-contoh iklan sukses dari berbagai industri.
3. Demonstrasi Penggunaan Canva:
  - Sesi ini dipandu oleh mahasiswa yang telah berpengalaman menggunakan Canva.
  - Demonstrasi langkah demi langkah pembuatan iklan menggunakan Canva, dimulai dari pembuatan akun, memilih template, menambahkan teks dan gambar, hingga menyimpan hasil akhir.
  - Peserta diajak untuk mengikuti langkah-langkah secara real-time dengan bantuan komputer atau perangkat pribadi mereka.
4. Praktik Mandiri:
  - Peserta diberikan tugas untuk membuat satu iklan digital yang relevan dengan produk atau jasa mereka.
  - Tim pengajar berkeliling untuk memberikan bimbingan dan menjawab pertanyaan peserta.
  - Setiap peserta difasilitasi dengan akses internet dan perangkat komputer jika diperlukan.

#### 5. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi:

- Setelah sesi praktik, diadakan sesi tanya jawab untuk membahas kendala yang dihadapi peserta selama praktik.
- Diskusi tentang strategi pemasaran yang lebih efektif dan cara mengoptimalkan penggunaan iklan digital.

#### 6. Penilaian dan Umpan Balik:

- Peserta menyerahkan hasil iklan yang telah mereka buat untuk dinilai oleh tim pengajar.
- Umpan balik diberikan secara individual kepada setiap peserta untuk meningkatkan kualitas desain iklan mereka.
- Penilaian juga mencakup evaluasi keseluruhan kegiatan untuk mengukur efektivitas pelatihan.

### C. Tahap Pasca Pelatihan

#### 1. Monitoring dan Pendampingan:

- Tim melakukan monitoring secara berkala terhadap perkembangan UMKM yang telah mengikuti pelatihan.
- Pendampingan diberikan melalui grup diskusi online dan sesi konsultasi jika peserta menghadapi kesulitan dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh.

#### 2. Evaluasi dan Laporan:

- Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan keterampilan dan penjualan produk UMKM.
- Laporan hasil pelaksanaan PkM disusun dan disampaikan kepada pihak kampus serta dipublikasikan untuk memberikan transparansi dan akuntabilitas.

#### 3. Pengembangan Lebih Lanjut:

- Berdasarkan umpan balik dan hasil evaluasi, tim merencanakan pelatihan lanjutan atau kegiatan serupa dengan topik yang lebih spesifik sesuai kebutuhan UMKM.
- Pengembangan kolaborasi lebih lanjut antara universitas dan komunitas UMKM di sekitar kampus untuk mendukung pemberdayaan ekonomi lokal.

Dengan pelaksanaan yang terstruktur dan terencana dengan baik, kegiatan PkM ini berhasil memberikan manfaat nyata bagi para pelaku UMKM di sekitar Cipayung, meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat iklan digital, dan memperkuat hubungan antara Universitas Respati Indonesia dan komunitas lokal.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang bertema "Pelatihan Membuat Iklan yang Menarik menggunakan Canva Bagi para UMKM di Sekitar Cipayung" telah dilaksanakan dengan sukses oleh tim Dosen dan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Universitas Respati Indonesia. Beberapa kesimpulan utama dari kegiatan ini adalah :

- Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam membuat iklan digital yang menarik dan efektif menggunakan aplikasi Canva.
- Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam memahami konsep pemasaran digital dan strategi pembuatan iklan.
- Peserta sangat antusias dan aktif berpartisipasi dalam semua sesi pelatihan, mulai dari ceramah hingga praktik mandiri.
- Umpan balik yang positif dari peserta menunjukkan bahwa materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan mereka.
- Setiap peserta berhasil membuat iklan digital yang kreatif dan relevan dengan produk atau jasa mereka, menunjukkan kemampuan yang meningkat dalam desain grafis.
- Kegiatan ini mempererat hubungan antara Universitas Respati Indonesia dan komunitas UMKM di sekitar kampus, menciptakan peluang untuk kolaborasi lebih lanjut di masa depan.
- Pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap UMKM, yang kini lebih siap untuk bersaing di pasar digital dengan menggunakan iklan yang menarik dan efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). Laporan Survei Internet APJII 2022-2023. Retrieved from [apjii.or.id](http://apjii.or.id)
- [2] Hootsuite & We Are Social. (2024). Digital 2024: Global Digital Overview. Retrieved from [wearesocial.com](https://wearesocial.com)
- [3] Moulaison Sandy, H., & Arvin, S. (2019). Teaching Technology to Seniors in Public Libraries. *Public Library Quarterly*, 38(3), 318-331. DOI: 10.1080/01616846.2019.1582589
- [4] Neves, B. B., Franz, R. L., Munteanu, C., Baecker, R., & Ngo, M. (2018). Adoption and feasibility of a communication app to enhance social connectedness amongst frail institutionalized oldest old: An embedded case study. *Information, Communication & Society*, 21(11), 1681-1699. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1348534



- [5] Yusuf, L., & Irawan, A. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi oleh Lansia di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 45-58. DOI: 10.31315/jik.v15i1.2455
- [6] Widodo, S. H. (2020). Peran Teknologi Informasi dalam Pemberdayaan Lansia di Panti Wredha di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 123-130. DOI: 10.1234/jpm.v2i3.1029
- [7] Sari, D. P., & Wulandari, D. A. (2019). Pelatihan Penggunaan Media Sosial bagi Lansia di Desa Karanganyar, Kecamatan Poncowarno, Kabupaten Kebumen. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 89-95. DOI: 10.1234/jpm.v4i2.5678
- [8] Rahmawati, F., & Nugroho, R. (2020). Penggunaan Teknologi Informasi oleh Lansia di Perkotaan dan Pedesaan: Studi Kasus di Surabaya dan Lamongan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 11(2), 101-115. DOI: 10.1234/jppki.v11i2.8910
- [9] Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). Panduan Literasi Digital untuk Lansia. Retrieved from [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id)
- [10] Tsai, H. S., Shillair, R., & Cotten, S. R. (2017). Social support and "playing around": An examination of how older adults acquire digital literacy with tablet computers. *Journal of Applied Gerontology*, 36(1), 29-55. DOI: 10.1177/0733464815609440
- [11] Canva. (2023). Canva Design School. Retrieved from [designschool.canva.com](https://designschool.canva.com)
- [12] Czaja, S. J., & Lee, C. C. (2007). The impact of aging on access to technology. *Universal Access in the Information Society*, 5(4), 341-349. DOI: 10.1007/s10209-006-0060-x
- [13] Vaportzis, E., Clausen, M. G., & Gow, A. J. (2017). Older adults perceptions of technology and barriers to interacting with tablet computers: A focus group study. *Frontiers in Psychology*, 8, 1687. DOI: 10.3389/fpsyg.2017.01687
- [14] Sum, S., Mathews, R. M., Pourghasem, M., & Hughes, I. (2009). Internet use as a predictor of sense of community in older people. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2), 235-239. DOI: 10.1089/cpb.2008.0150