

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

¹Baringin Sianipar, ²Preddy Marpaung

¹Teknik Informatika, Universitas HKBP Nommensen, Medan, Indonesia

²Sistem Informasi, Universitas MTU, Medan, Indonesia

Email Corresponding: sianiparbaringin@uhn.ac.id*

Kata Kunci

UMKM,
konten digital,
media sosial,
Canva,
daya saing produk lokal,
pemasaran kreatif.

ABSTRAK

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

MSMEs,
digital content,
social media,
Canva,
local product competitiveness,
creative marketing.

ABSTRACT

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.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) 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 (Moussadecq, Muryasari, and Darmawan 2023). 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 (Furqan and Putra 2022).

Berbagai program pengabdian masyarakat sebelumnya telah berfokus pada pelatihan digitalisasi UMKM, seperti pengenalan e-commerce (Alfira 2023) atau pelatihan dasar penggunaan media sosial (Jhon and Wahyuningsih 2022). 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 (Suwandi and Karim 2024). 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 (Mega Sangu, Suryani Hamid, and Realino Keh 2024).

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:

1. Bagaimana tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya konten visual dalam pemasaran digital?
2. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami bahwa kualitas konten visual memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk.
3. Apa saja kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam membuat konten media sosial secara mandiri?
4. 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.
5. Sejauh mana efektivitas aplikasi Canva dalam membantu pelaku UMKM membuat konten media sosial yang menarik dan relevan dengan target pasar?
6. Perlu dianalisis sejauh mana Canva sebagai alat bantu desain grafis yang berbasis web dapat digunakan secara optimal oleh pelaku usaha yang minim keterampilan teknis.
7. Bagaimana dampak pelatihan pembuatan konten menggunakan Canva terhadap peningkatan kualitas konten promosi dan daya saing produk lokal di media sosial?
8. 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

Pengabdian 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 pengabdian lain.

2. Lokasi dan Peserta

Workshop dilaksanakan di Desa Ujung Labuhan, 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:

1. Pendahuluan dan Pengantar

Penjelasan mengenai pentingnya konten visual dalam pemasaran digital serta pengenalan aplikasi Canva sebagai alat bantu pembuatan desain (Sianturi and Sitio 2024)

2. Demonstrasi Penggunaan Canva

Trainer memandu peserta menggunakan fitur dasar Canva, seperti memilih template, memasukkan teks, gambar, dan elemen desain lain (Sianturi 2024).

3. Praktik Mandiri

Peserta membuat minimal tiga konten promosi produk lokal secara langsung di aplikasi Canva dengan bimbingan trainer.

4. 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

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

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

4.1. 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.

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.

4.2. Pembahasan

Hasil peningkatan keterampilan ini sejalan dengan temuan (Moussadecq et al. 2023) 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 (Alfira 2023) 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 (Jhon and Wahyuningsih 2022) 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 (Suwandi and Karim 2024).

4.3. 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.

4.4. Kesimpulan Sementara

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. 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. Semoga hasil workshop ini dapat memberikan manfaat nyata dalam pengembangan UMKM dan meningkatkan daya saing produk lokal di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfira, Putri. 2023. "UPGRADING PRODUK LABEL KEMASAN SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN DAYA TARIK PEMASARAN PADA UMKM RENGGINANG DI DESA PERPAT, BELITUNG." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(1):10-14.
- Furqan, and Yogi Putra. 2022. "Pelatihan Sertifikasi Kompetensi SDM Pariwisata Di Hotel Saka Medan Tahun 2022." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 1(1):6-12.
- Jhon, Yoseph and Wahyuningsih. 2022. "Upaya Guru Dalam Mengatasi Rendahnya Minat Baca Siswa Di Perpustakaan MTS Muhammadiyah Al-Fatah Nangahale." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 1(1):18-22.
- Mega Sangu, Romualdus Wilhelmus, Vera Suryani Hamid, and Bernardino Realino Keh. 2024. "SOSIALISASI DAN MARKETING ONLINE UMKM KAIN TENUNAN DESA TOOBAUN, KECAMATAN AMARASI BARAT." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 3(1):28-32.
- Moussadecq, Ade, Desiana Muryasari, and Abdi Darmawan. 2023. "Pelatihan Desain Grafis Bagi Siswa-Siswi Sma Negeri 5 Bandar Lampung." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 2(1):1-9.
- Sianturi, Fricles A. 2024. "PEMANFAATAN ALGORITMA APRIORI UNTUK PENINGKATAN EFISIENSI PRODUKSI AKUAKULTUR DI SUMATERA UTARA." *Jurnal Ilmu Komputer Ruru* 1(2):46-51.
- 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.
- Suwandi, and et. all Karim Amat. 2024. "Sosialisasi Pengolahan Sampah Supaya Bernilai Ekonomis Desa Simpangan Kec. Cikarang Utara Kab. Bekasi." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara* 3(1):23-27.