



Pelatihan Pembuatan Konten Grafis Menggunakan Canva di Yayasan Purba Danarta Semarang

Nurvita Trianasari¹, Puspita Kencana Sari² & Adhi Prasetyo³

¹ Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40282
Telp: +6281322892073

E-mail: nurvitrianasari@telkomuniversity.ac.id

² Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40282
Telp: +6281510365085

E-mail: puspitaks@telkomuniversity.ac.id

³ Universitas Telkom, Bandung, Indonesia, 40282
Tel/Fax: +6281322881813

E-mail: adhipras@telkomuniversity.ac.id

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2025-06-17

Revised : 2025-07-11

Accepted: 2025-07-11

KEYWORD

Canva
Semarang MSME Training
graphic content
digital marketing
economic improvement
design skills
visual content canva

KATA KUNCI

Canva
Pelatihan UMKM Semarang
konten grafis
pemasaran digital
peningkatan ekonomi
keterampilan desain
visual konten canva

ABSTRACT

The Purba Danarta Foundation (YPD) carries out community development activities, particularly in the area of improving the economy of small communities and has many MSMEs assisted spread across various locations in Semarang. There are two main problems: the need for MSMEs to have graphic content creation skills to support their digital marketing and the lack of teaching resources to provide such materials. This community service activity aims to provide content creation training using Canva to MSMEs assisted. The training was conducted face-to-face and through direct practice, while test data was further evaluated using descriptive methods to determine the training's impact. The program was generally successful in increasing participants' knowledge of Canva. Participants demonstrated a good understanding of Canva's basic functions as a graphic design tool and the ability to produce output in various formats, as well as being able to master the important aspects of designing attractive visual content. There are areas that require more attention, especially related to collaboration features and the initial steps in creating an account.

ABSTRAK

Yayasan Purba Danarta (YPD) menjalankan kegiatan pengembangan masyarakat, khususnya dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil dan memiliki banyak UMKM binaan yang tersebar di berbagai lokasi di Semarang. Terdapat dua permasalahan utama yaitu kebutuhan UMKM untuk memiliki keterampilan membuat konten grafis untuk mendukung pemasaran digital mereka dan belum adanya sumber daya pengajar yang dapat memberikan materi tersebut. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan konten menggunakan Canva pada UMKM binaannya. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dan praktik langsung dengan jumlah peserta sebanyak 32 orang, sementara data hasil tes dievaluasi lebih lanjut menggunakan metode deskriptif untuk mengetahui dampak pelatihan. Program ini secara umum berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang Canva. Peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang fungsi dasar Canva sebagai alat desain grafis dan kemampuan untuk menghasilkan luaran dalam berbagai format, serta mampu menguasai aspek-

aspek penting dalam mendesain konten visual yang menarik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan dapat menjawab permasalahan pada UMKM binaan YPD. Namun demikian masih terdapat area yang memerlukan perhatian lebih, terutama terkait dengan fitur-fitur kolaborasi dan langkah-langkah awal dalam membuat akun.

1. Pendahuluan

Yayasan Purba Danarta (YPD) menjalankan kegiatan pengembangan masyarakat, khususnya dalam bidang peningkatan ekonomi masyarakat kecil. Lembaga yang berlokasi di kota Semarang ini pada awalnya berperan sebagai lembaga pencari, pengawas dan pembina dana bagi berbagai proyek sosio ekonomi. Kemudian YPD mencoba untuk mandiri dengan menciptakan pendapatan sendiri supaya dapat mendampingi orang lain menjadi mandiri.

YPD menciptakan program-program basis berupa pengaturan Ekonomi Rumah Tangga (ERT), tabungan Bina Anggaran, Kewirausahaan, Pelengkap Usaha. YPD juga mengembangkan layanan audit dan konsultasi manajemen. Sejalan dengan pengembangan layanan, YPD mengembangkan kerja sama dengan pemerintah dan lembaga-lembaga lain serta menambah jumlah stafnya.

Sampai saat ini YPD melakukan kegiatan pengembangan masyarakat ekonomi mikro. YPD terus aktif menggalang kerja sama dengan lembaga pengembang masyarakat, Lembaga Keuangan Mikro, maupun lembaga donor dalam bentuk pelatihan dan konsultasi di bidang keuangan mikro, kewirausahaan serta manajemen keuangan. Selain itu YPD juga mengembangkan kerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan terutama dalam penyelenggaraan pelatihan atau pendidikan keuangan, kewirausahaan, *leadership*, dan pembentukan karakter bagi siswa.

YPD memiliki banyak UMKM binaan dengan berbagai bidang usaha. Saat ini, para UMKM binaan YPD mulai memanfaatkan pemasaran digital. Untuk mendukung hal tersebut, YPD berencana untuk melaksanakan pelatihan pembuatan konten menggunakan *Canva* dan memerlukan tenaga pengajar untuk menyampaikan materi tersebut pada UMKM binaannya. Pelatihan ini diharapkan dapat membekali peserta dengan keterampilan membuat konten grafis menggunakan *Canva*.

Konten visual memegang peranan penting dalam pemasaran digital. Pada umumnya, UMKM memanfaatkan media sosial untuk melakukan pemasaran digital mereka. Untuk dapat melakukan pemasaran digital yang baik, maka konsistensi

dalam melakukan *posting* konten visual yang bermutu dan teratur menjadi kunci keberhasilan mereka.

Desain komunikasi visual telah mengalami perkembangan pesat seiring dengan kemajuan teknologi dan memiliki berbagai aplikasi dan alat untuk menciptakan media visual yang menarik (Creativani, 2023). Melihat konteks ini, pelatihan pembuatan konten grafis menjadi semakin penting, terutama bagi UMKM dalam naungan Yayasan Purba Danarta Semarang yang berupaya meningkatkan visibilitas dan efektivitas komunikasi mereka (Cahyadi, 2017). Hasil wawancara awal dengan pengelola yayasan menunjukkan adanya gap pada keterampilan membuat konten visual pada UMKM yang menjadi binaan Yayasan.

Dari pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua permasalahan utama yaitu kebutuhan UMKM untuk memiliki keterampilan membuat konten grafis untuk mendukung pemasaran digital mereka dan belum adanya sumber daya pengajar yang dapat memberikan materi tersebut. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka dilakukan pelatihan pembuatan konten grafis menggunakan *Canva* berjudul *Content Creation with Canva* yang bertujuan untuk memberikan keterampilan membuat konten visual yang berkualitas bagi UMKM untuk mendukung pemasaran digital yang mereka lakukan.

2. Tinjauan Literatur

Era digital saat ini ditandai dengan pergeseran paradigma komunikasi, di mana konten visual memegang peranan krusial dalam menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara efektif. Keterampilan yang diperoleh melalui pengalaman dan teknik observasi visual, juga menjadi semakin penting dalam pendidikan abad ke-21, karena memfasilitasi peserta didik dalam mencari informasi dari sumber internet (AGUSTINA et al., 2021). Penggunaan platform desain grafis yang mudah digunakan seperti *Canva*, dapat memberdayakan individu dan organisasi untuk menghasilkan konten visual berkualitas tinggi tanpa memerlukan keahlian desain profesional yang mendalam (Kurniawan et al., 2021). Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang fokus pada pengelolaan dan perencanaan terstruktur untuk

membentuk komunikasi yang efektif, dengan tujuan mempengaruhi khalayak sasaran melalui elemen-elemen visual seperti gambar dan tipografi (Pradipta, 2021).

Dalam dunia modern, komunikasi visual telah berkembang pesat dan menjadi elemen penting dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran, pendidikan, dan hiburan (Sari & Irena, 2022). Warna sebagai elemen desain visual yang krusial, memainkan peran penting dalam mempengaruhi emosi dan persepsi seseorang, bahkan hingga memengaruhi keputusan pembelian (Listya, 2018). Seiring perkembangan zaman, visual memegang peranan penting dalam menyampaikan informasi, membujuk, dan menghibur khalayak luas. Pemanfaatan elemen visual, terutama merek dagang, menjadi sangat penting agar produk dikenal oleh khalayak luas, yang pada gilirannya akan memengaruhi preferensi konsumen (Banindro, 2021). Hal ini menegaskan bahwa desain visual yang efektif sangat penting untuk membangun identitas merek yang kuat dan membedakan produk dari pesaing.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga membawa perubahan signifikan dalam cara kita berinteraksi dengan dunia di sekitar kita. Penyampaian pesan kini dapat dilakukan melalui berbagai media informasi, seperti media cetak, media *online*, dan *website* (Nugraha & Putra, 2021). Kemampuan media digital dalam memberikan informasi dan membandingkan berbagai sumber berita menjadi sangat penting dalam era informasi yang serba cepat ini (Suryani et al., 2023). Dalam konteks ini, media sosial, seperti Instagram, telah menjadi platform yang sangat populer untuk berbagi konten visual (Arumsari & Utama, 2018). Media sosial menawarkan platform bagi pengguna untuk berbagi pengalaman dan pendapat *online* dalam bentuk teks, foto, dan video (Aripradono, 2020). Dengan lebih dari 69,2 juta pengguna aktif di Indonesia pada periode Januari-Mei 2020 (Hadi et al., 2021), Instagram menyediakan peluang besar bagi organisasi untuk menjangkau audiens yang luas dan membangun hubungan yang kuat dengan para pengikut mereka (Hadi et al., 2021). Instagram memiliki daya tarik tersendiri melalui fitur mengunggah foto dan video (Iksandy, 2022). Instagram menjadi pilihan yang tepat bagi para pelaku bisnis untuk mempromosikan bisnisnya karena kemudahan dan fitur yang tersedia di dalamnya (Lutfiansyah, 2023).

Efektivitas media sosial sebagai sarana pemasaran telah didokumentasikan dengan baik, terutama kemampuannya untuk menjangkau

pelanggan secara luas dan memberikan informasi yang komprehensif (Lestari & Qadri, 2021). Strategi pemasaran melalui media sosial telah menjadi semakin penting bagi bisnis dari semua ukuran, memungkinkan mereka untuk membangun merek, menghasilkan prospek, dan meningkatkan penjualan (Purwadanti et al., 2022). Pemasaran digital, sebagai strategi promosi barang dan jasa melalui media digital seperti media sosial, telah menjadi sangat populer dan memberikan dampak positif bagi UMKM dengan menjangkau pemirsa yang lebih luas (Haryanto et al., 2022). Media sosial adalah sarana yang digunakan untuk bersosialisasi dan berinteraksi antar individu, memanfaatkan teknologi untuk terhubung, membangun kepercayaan, dan menciptakan hubungan yang mendukung pembelian produk (Arumsari & Utama, 2018).

Dalam konteks ini, pelatihan pembuatan konten grafis menggunakan *Canva* dapat membekali peserta dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk membuat konten visual yang menarik dan efektif untuk media sosial. *Canva*, sebagai platform desain grafis yang ramah pengguna, menawarkan berbagai *template* dan alat desain yang dapat digunakan untuk membuat berbagai jenis konten visual, termasuk *postingan* media sosial, presentasi, dan materi pemasaran. *Canva* telah muncul sebagai alat yang sangat diperlukan untuk bisnis modern, menyediakan platform sederhana untuk membuat konten visual seperti logo, presentasi, dan *infografis*. Kemudahan penggunaan dan fitur kolaboratif *Canva* menjadikannya pilihan yang menarik bagi individu dan tim yang ingin meningkatkan kehadiran visual mereka. Dengan *Canva*, pengguna tidak perlu memiliki pengalaman desain sebelumnya untuk membuat konten yang tampak profesional. Pelatihan ini dapat membantu organisasi seperti Yayasan Purba Danarta Semarang untuk meningkatkan visibilitas mereka di media sosial, membangun hubungan yang lebih kuat dengan para pemangku kepentingan, dan mencapai tujuan organisasi mereka secara lebih efektif (Mikhael, 2022).

3. Metode

Pelatihan ini menggunakan metode tatap muka yang didominasi dengan praktik agar peserta lebih mudah memahami dan dapat melakukan pembuatan konten dengan baik. Pelatihan dilakukan selama 3 jam dan setelah pelatihan dilakukan *post-test* dengan menggunakan bentuk soal pilihan ganda. Metode dan tahapan pelaksanaan pelatihan adalah sebagai berikut:

- Tahap Persiapan Pada tahap persiapan, kegiatan ini dimulai dengan melaksanakan koordinasi melalui WA dan zoom meet untuk mengidentifikasi permasalahan Masyarakat sasar. Hasil dari identifikasi kebutuhan ini kemudian digunakan untuk merancang materi pelatihan dan menyusun jadwal kegiatan yang sesuai dengan jadwal sekolah serta ketersediaan guru. Selain itu, dalam koordinasi ini akan membahas mengenai persyaratan peserta dan peralatan yang perlu disiapkan oleh peserta.
- Tahap Pelaksanaan Tahap pelaksanaan dimulai dengan sesi pembukaan yang melibatkan pengenalan tujuan dan manfaat pelatihan kepada para peserta. Selanjutnya, dilakukan lokakarya pelatihan yang mencakup sesi teoritis dan praktis tentang pembuatan konten grafis menggunakan *Canva*. Selain itu, persiapan logistik dan teknologi juga dilakukan, termasuk menyiapkan sarana dan prasarana yang diperlukan seperti perangkat komputer, proyektor, dan akses internet guna mendukung kelancaran pelatihan.
- Tahap Evaluasi Pada tahap ini, diadakan sesi evaluasi dan *feedback* untuk menilai keberhasilan pelatihan dan implementasi pembelajaran. Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan lagi, sehingga proses pembelajaran dapat berjalan lebih efektif di masa depan.
- Tahap Penutupan Tahap penutupan melibatkan sesi penutupan dan refleksi bersama atas hasil kegiatan, di pelatihan yang sudah dilakukan. Selain itu, hasil kegiatan pengabdian ini akan didokumentasikan dan dipublikasikan dalam bentuk laporan dan artikel ilmiah, yang akan disebarluaskan untuk memberikan manfaat yang lebih luas bagi komunitas pendidikan dan masyarakat.

Untuk menilai efektivitas hasil pelatihan, dilakukan dengan metode analisis deskriptif terhadap hasil ujian peserta. Persentase yang memberikan jawaban benar akan dianalisis untuk melihat pemetaan tingkat penyerapan. Pelatihan dianggap berhasil jika nilai rata-rata *post-test* minimal 70. Selain itu peserta juga akan diminta untuk melakukan praktik pembuatan konten untuk melakukan praktik langsung dan meningkatkan pemahaman mereka.

4. Hasil

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 15 Mei 2025 di kantor YPD dan melibatkan 32 peserta yang merupakan pemilik UMKM dari 16 kecamatan di seputar area Semarang. Hasil penilaian terhadap hasil *post-test* peserta ditunjukkan pada Tabel 1, dengan nilai rata-rata peserta sebesar 78,3.

Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai cara pembuatan konten menggunakan *Canva* dan lebih jauh lagi mampu melakukan pembuatan konten dengan alat tersebut. Adapun contoh karya hasil pelatihan dari peserta ditampilkan pada Gambar 1.

Tabel 1.

Tabel Persentase menjawab benar Post-Test

Pertanyaan	Persentase menjawab Benar Post- Test (%)
1. Apa tujuan utama <i>Canva</i> ?	91.4
2. Apa perbedaan utama antara <i>Canva</i> Free dan <i>Canva</i> Pro?	80.0
3. Bagaimana pengguna dapat membagikan desain <i>Canva</i> mereka?	88.6
4. Fitur mana yang memungkinkan kolaborasi waktu nyata di <i>Canva</i> ?	57.1
5. Apa langkah pertama dalam membuat akun <i>Canva</i> ?	57.1
6. Bagaimana pengguna dapat menyesuaikan teks di <i>Canva</i> ?	97.1
7. Apa tujuan fitur "Elemen" di <i>Canva</i> ?	97.1
8. Apa langkah pertama yang disarankan sebelum memilih templat di <i>Canva</i> ?	71.4
9. Bagaimana pengguna dapat menemukan desain serupa di <i>Canva</i> ?	54.3
10. Format file apa yang tersedia untuk mengunduh desain <i>Canva</i> ?	94.3
11. Bagaimana <i>Canva</i> mengatur templatnya?	85.7
12. Apa yang diperlukan untuk menggunakan platform <i>Canva</i> ?	65.7



Gambar 1. Contoh Hasil Karya Peserta

5. Diskusi

Analisis deskriptif hasil penelitian edukasi tentang *Canva* bagi UKM di Kota Semarang yang mayoritas pesertanya adalah perempuan, menunjukkan tingkat pemahaman yang berbeda-beda mengenai berbagai fitur dan fungsi platform desain grafis ini. Secara keseluruhan, hasil *post-test* menunjukkan bahwa program edukasi ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta mengenai *Canva*, meskipun ada beberapa area yang perlu mendapat perhatian lebih (Harini et al., 2022). Tingkat keberhasilan yang tinggi terlihat pada pertanyaan yang menguji pengetahuan dasar tentang *Canva*, seperti apa tujuan utama *Canva* (91,4%), cara mengubah teks (97,1%), dan untuk apa fitur "Elemen". Sebaliknya, tingkat pemahaman yang lebih rendah terlihat pada pertanyaan yang berkaitan dengan fitur kolaboratif dan langkah awal dalam pembuatan akun, yang menunjukkan perlunya peningkatan materi terkait dalam sesi edukasi mendatang. Keberhasilan yang menonjol pada pertanyaan mengenai tujuan utama *Canva* (91,4%) dan format file yang tersedia untuk mengunduh desain (94,3%) mengimplikasikan bahwa peserta telah memahami fungsi dasar *Canva* sebagai alat desain grafis dan kemampuan untuk menghasilkan luaran dalam berbagai format yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran dan promosi mereka. Tingginya persentase jawaban benar atas pertanyaan tentang penyesuaian teks dan tujuan fitur "Elemen" menunjukkan bahwa peserta mampu menguasai bagian penting dalam mendesain konten visual yang menarik dan informatif. Hal ini penting karena visual yang menarik penting untuk

mempromosikan dan *branding* usaha kecil dan menengah (Widyastuti et al., 2022). Anda juga bisa menggunakan materi promosi seperti poster (Febriawati et al., 2022). Dalam poster, ukuran menjadi salah satu hal yang dibicarakan (Pradipta, 2021).

Sementara itu, tingkat pemahaman yang lebih rendah pada pertanyaan tentang perbedaan antara *Canva Free* dan *Canva Pro*, fitur kolaborasi waktu nyata, dan langkah pertama dalam membuat akun, menunjukkan bahwa peserta mungkin belum sepenuhnya memahami potensi *Canva* dalam mendukung tim kolaborasi dan manfaat dari fitur-fitur premium yang ditawarkan. Beberapa peserta mungkin masih mengalami kesulitan dalam memulai menggunakan platform ini. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa beberapa pengguna *Canva* bahkan tidak mengetahui tentang fitur "*Canva for Teams*" atau cara menggunakannya (Stierand, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang lebih mendalam mengenai fitur-fitur ini akan sangat membantu bagi usaha kecil dan menengah, terutama dalam hal membuat tim mereka bekerja lebih efisien dan produktif.

Namun, tingkat keberhasilan yang cukup tinggi pada pertanyaan tentang bagaimana *Canva* mengatur *template* dan langkah pertama yang disarankan sebelum memilih *template* menunjukkan bahwa peserta sudah memahami betapa pentingnya perencanaan desain dan organisasi *template* dalam proses kreatif. Pemahaman ini penting karena membantu peserta memilih *template* yang tepat sesuai kebutuhan mereka serta menghemat waktu dan uang. Namun, penting bagi seorang desainer komunikasi visual untuk mempertimbangkan efektivitas, kelayakan, keindahan, dan ekonomisitas suatu pesan (Pradipta, 2021). Tingkat pemahaman yang berbeda-beda ini menunjukkan betapa pentingnya untuk mempersonalisasi program pendidikan *Canva* untuk UMKM, dengan fokus pada kebutuhan dan tingkat pengalaman peserta yang berbeda-beda.

Berdasarkan analisis ini, dapat disimpulkan bahwa program edukasi *Canva* telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM wanita di Semarang dalam mendesain konten visual. Tetapi, penting untuk terus meningkatkan kualitas dan relevansi program pendidikan ini dengan memperhatikan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi UMKM di era digital saat ini.

Meskipun pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, namun masih ada aspek yang perlu mendapat perhatian

lebih dalam pelatihan lanjutan. Penekanan materi perlu diberikan pada dua aspek penting yaitu penjelasan yang lebih mendalam mengenai fitur-fitur kolaborasi dan langkah-langkah awal dalam pembuatan akun.

6. Kesimpulan

Berdasarkan analisis terhadap hasil penelitian edukasi *Canva* pada UMKM wanita di Semarang, dapat disimpulkan bahwa program ini secara umum berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang *Canva*. Peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang fungsi dasar *Canva* sebagai alat desain grafis dan kemampuan untuk menghasilkan luaran dalam berbagai format, serta mampu menguasai aspek-aspek penting dalam mendesain konten visual yang menarik.

Namun, terdapat area yang memerlukan perhatian lebih, terutama terkait dengan fitur-fitur kolaborasi dan langkah-langkah awal dalam membuat akun. Hal ini mengindikasikan perlunya pelatihan lanjutan yang lebih mendalam tentang fitur-fitur ini, terutama dalam meningkatkan efisiensi kerja dan produktivitas tim UMKM. Personalisasi program edukasi *Canva* juga penting untuk mempertimbangkan kebutuhan dan tingkat pengalaman peserta yang berbeda-beda.

Secara keseluruhan, program edukasi *Canva* memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM wanita di Semarang dalam mendesain konten visual. Penting untuk terus meningkatkan kualitas dan relevansi program edukasi ini dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam era digital saat ini.

Pelatihan lanjutan dapat dilakukan dengan mitra sasaran lain dengan skala yang lebih luas dengan memperhatikan aspek-aspek yang relatif kurang mudah dipahami oleh peserta seperti fitur kolaborasi dan pembuatan akun.

7. Persembahan

Penelitian ini didukung oleh Universitas Telkom dan Yayasan Purba Danarta.

8. Referensi

Agustina, A., Rusijono, R., & Dewi, U. (2021). Pengaruh project-based online learning terhadap visual literacy skill siswa SMK jurusan multimedia. *Jurnal Pendidikan Glasser*, 5(2), 59. <https://doi.org/10.32529/glasser.v5i2.924>

- Aripradono, H. W. (2020). Penerapan komunikasi digital storytelling pada media sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>
- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian pendekatan visual iklan pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v2i1.230>
- Banindro, B. S. (2021). "Fake brands": Studi kasus peniruan identitas visual pada consumer products industry. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(2), 363. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i2.5048>
- Cahyadi, D. (2017). Membangun infrastruktur kurikulum prodi DKV berbasis core business competencies. *JAS-PT: Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia*, 1(1), 27. <https://doi.org/10.36339/jaspt.v1i1.65>
- Creativani, K. (2023). Exploring the potential of visual communication design education: Transforming education paradigm. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 5(2), 281. <https://doi.org/10.30998/vh.v5i2.8242>
- Febriawati, H., Efrianti, D., Yanuarti, R., Oktarianita, O., & Angraini, W. (2022). Pengembangan poster sebagai media promosi pencegahan COVID-19. *Jurnal Kesmas Asclepius*, 4(2), 42. <https://doi.org/10.31539/jka.v4i2.4183>
- Hadi, S., Ma'arif, B. S., & Kamil, P. (2021). Pengaruh desain komunikasi visual akun Instagram Bantu Dakwah terhadap perilaku beragama pengikut. *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.29313/pkpi.v7i1.26083>
- Harini, C., Wulan, H. S., & Agustina, F. (2022). Upaya meningkatkan volume penjualan menggunakan digital marketing pada UMKM Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 23(2), 90. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v23i2.16860>
- Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181. <https://doi.org/10.52436/1.jpmp.494>
- Iksandy, D. Y. (2022). Dramaturgi pengguna second account di media sosial Instagram. *Jurnal Source Ilmu Komunikasi*, 8(1), 24. <https://doi.org/10.35308/source.v8i1.4546>
- Kurniawan, B., K., I. B., Widiastuti, N. P. K., & Ahmad, R. A. R. (2021). Pengembangan

- multimedia interaktif dengan metode EPIC 5C berbasis model case-based learning pada materi tematik terpadu kelas V. *Jurnal Edutech Undiksha*, 9(2), 312. <https://doi.org/10.23887/jeu.v9i2.41368>
- Lestari, N., & Qadri, A. (2021). Efektivitas media sosial sebagai media pemasaran Polibatam Press. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2), 152. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.3219>
- Listya, A. (2018). Konsep dan penggunaan warna dalam infografis. *Deleted Journal*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.30998/jurnal Desain.v6i01.2837>
- Lutfiansyah, N. S. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dengan fotografi. *Jurnal Nawala Visual*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v5i1.562>
- Mikhael, L. (2022). Sosialisasi pemahaman larangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik serta etika penggunaan media sosial pada remaja. *AIWADTHU: Jurnal Pengabdian Hukum*, 2(2), 50. <https://doi.org/10.47268/aiwadthu.v2i2.940>
- Nugraha, A. R., & Putra, R. A. P. (2021). Pengelolaan iklan layanan masyarakat “Jaga Pasokan Air” oleh Humas PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor. *MEDIUM*, 9(1), 32. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(1\).7445](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(1).7445)
- Pradipta, D. A. (2021). Miskomunikasi visual dalam poster Instagram story acara Gelar Cipta Tata Rias 2019: Indonesian folklore. *DeKaVe*, 1(2), 14. <https://doi.org/10.24821/dkv.v1i2.4867>
- Purwadanti, F. A., Krismasakti, Rr. B., Sukarni, N. F., & Ridwan, W. (2022). Strategi UMKM “Makan Meat” dalam menggunakan digital platform. *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 145. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2430>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Stierand, B. (2019). Notion – The all-in-one workspace for your notes, tasks, wikis, and databases. <https://known.stierand.org/2019/01/notion-the-all-in-one-workspace-for-your-notes-tasks-wikis-and>
- Suryani, N., Yusnaeni, W., & Basri, H. (2023). Pelatihan desain presentasi dengan Canva pada DKM Darul Hikmah Depok. *Jurnal Aruna Mengabdi*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.61398/armi.v1i1.2>
- Widyastuti, S., Astriratma, R., & Indarso, A. O. (2022). Optimalisasi smartphone dalam pembuatan media promosi bagi usaha kecil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pemberdayaan Inovasi dan Perubahan*, 2(2). <https://doi.org/10.59818/jpm.v2i2.153>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).