



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 11%

Date: Wednesday, September 23, 2020

Statistics: 242 words Plagiarized / 2209 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

PENGGUNAAN **APLIKASI CANVA UNTUK MEMBUAT** KONTEN GAMBAR PADA MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN HASIL PRODUK UKM Muhammad Sholeh1), Rr. Yuliana Rachmawati2), Erma Susanti3) 1,2,3) Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta
Corresponding author : Muhammad Sholeh E-mail : muhash@akprind.ac.id Diterima 20XX, Disetujui

20XX (10 pt) ABSTRAK Penggunaan media social sebagai sarana promosi sudah menjadi salah satu solusi bagi pelaku usaha. Penggunaan media social tidak hanya memasang foto produk tetapi bagaimana mengemas konten produk tersebut menjadi menarik dan ada nilai tawar. Persoalan yang sering dialami pelaku usaha dalam menggunakan media social adalah membuat konten yang menarik dan mudah.

Upaya untuk memberikan cara membuat konten yang mudah dan menarik adalah dengan menggunakan aplikasi yang menawarkan template-template. **Salah satu aplikasi yang** bisa digunakan adalah dengan menggunakan Canva. Dengan Canva, pelaku usaha dapat membuat konten dengan pilihan template yang sudah tersedia, membuat logo, poster, info grafis, newsletter, featured image blog, invoice, thumbnail Youtube serta desain kemasan. Dalam pelaksanaan pendampingan ini, pelaksanaan dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner.

Kuesioner ini digunakan untuk memetakan sejauh mana persoalan dalam membuat konten serta dan penggunaan Canva serta dengan memberikan pelatihan dan pendampingan. Hasil akhir dari kegiatan ini peserta mempunyai gambaran penggunaan Canva. Kata kunci: media social; konten; aplikasi; Canva. ABSTRACT The **use of social media as a means of** promotion has become one of the solutions for business actors.

The **use of social media** is not only about posting product photos but also how to package product content to be attractive and have bargaining value. The problem that is often experienced by business people in using social media is creating interesting and easy content. An effort to provide an easy and attractive way to create content is to use an application that offers templates. One application that can be used is to use Canva.

With Canva, businesses can create content with a selection of templates already available, create logos, posters, graphic info, newsletters, featured image blogs, invoices, Youtube thumbnails and packaging designs. In implementing this assistance, the implementation is carried out using a questionnaire method. This questionnaire is used to map the extent of problems in content creation and use of Canva and by providing training and mentoring.

The end result of this activity participants have **an overview of using** Canva. Keywords: social media; content; application; Canva.

PENDAHULUAN Banyaknya pengguna media sosial tentunya membuka peluang bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk. Peluang memasarkan melalui media sosial dapat dilakukan dengan membuat konten atau memasang hasil produk dalam media sosial.

Penggunaan media sosial sebagai salah satu media pemasaran harus menjadi salah satu cara yang diantisipasi pelaku usaha. Dengan media sosial, pemasaran produk dapat dilakukan kapan saja dan jangkauan promosi semakin luas serta dapat melakukan interaksi antara penjual dengan calon pembeli. Media sosial adalah media online yang dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sesuai secara online di internet.

Di media sosial, proses interaksi dan komunikasi dapat dilakukan sesama penggunanya. Sesama pengguna dapat saling berinteraksi, berkomunikasi, berbagi informasi dan kegiatan lainnya. Teknologi media sosial menggunakan teknologi berbasis internet atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk komunikasi yang dapat saling berinteraksi.

Contoh media sosial yang populer dan banyak pengguna di Indonesia diantaranya Facebook, YouTube, Blog, Twitter, Instagram (Mac Aditiawarman 2019) Menurut Utari (Utari 2011), media sosial adalah sebagai sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan saling berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti pengguna dapat saling berinteraksi dengan mudah dalam berbagi informasi, menciptakan gambar dalam bentuk konten atau isi yang informasi yang akan disampaikan kepada orang lain, memberikan balasan komentar pada masukan yang disampaikan pengguna lain serta komunikasi lainnya yang ada dalam fasilitas media sosial. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.

Publikasi menjadi hal yang sangat penting dalam mengenalkan ataupun mempromosikan potensi dari suatu daerah apapun itu, baik itu potensi sumber daya manusia maupun potensi wilayah yang ada, seperti potensi sumber daya alam. Dengan media sosial siapapun bisa mempublikasikan informasi apapun dengan sangat mudah dan dengan biaya yang sangat murah juga, terlebih dengan berkembangnya media sosial Daya tarik promosi di media sosial diantaranya adalah konten promosi yang menarik dan mempunyai nilai tawar calon pembeli untuk melihat konten dan akhirnya memutuskan untuk membeli.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "konten" diartikan sebagai suatu informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Dengan konten yang menarik pengguna media sosial dapat saling berinteraksi. Salah satu konten yang menarik untuk diposting ke media sosial adalah foto. Pengguna dapat memosting foto

dengan gene bebas dengan kreativitas yang dimiliki.

Foto menarik dalam media social adalah foto yang menjadi suatu hal yang baru, yang mengakibatkan banyak pengguna lain terinspirasi dengan konten/ foto tersebut (Ardipraditiya 2020). Menurut Hanif (Hanif Mahaldi 2018), hal lain yang perlu diperhatikan dalam membuat konten adalah target dari produk yang dituju. Produk sama tetapi sasaran berbeda isi konten bisa berbeda. Penggunaan media sosial sebagai media promosi menjadi alternatif dalam melakukan promosi .

Hal ini mengingat media sosial mudah diakses dimana saja dan kapan saja, setiap hari smart phone. Promosi di media sosial merupakan promosi yang murah karena tidak berbayar dan jangkauan lebih luas. Jadi promosi melalui media sosial itu sangat efektif dikalangan anak muda (Purbohastuti 2017).

Peneliti lain, Puspitasari (Puspitarini and Nuraeni 2019), melakukan penelitian pada Happy Go Lucky house yang melakukan promosi melalui Instagram. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Kesimpulan dari penelitian bahwa Happy Go Lucky house melakukan pemanfaatan Instagram dengan baik, dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia.

Penelitian lain yang mengupas media sosial sebagai media promosi diantaranya (Romadhan 2017), (Vernia 2017), (Widayati and Augustinah 2019), (Fauzi 2016) Penelitian lain yang berhubungan dengan aplikasi Canva dilakukan oleh Lucius (Leryan et al. 2018). Lucius menggunakan hasil Canva sebagai inovasi dalam membuat media presentasi dan sudah dipraktekkan pada mahasiswa pendidikan sejarah Universitas Sanata Dharma.

Dengan adanya aplikasi Canva ini, para pengajar mata pelajaran Sejarah mampu mengaplikasikan pembelajaran sejarah secara mudah dan dapat mengikuti perkembangan teknologi. Purwati (Purwati et al. 2019), dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat memberikan pelatihan penggunaan aplikasi canva pada Komunitas ibu profesional Banyumas Raya.

Materi yang diberikan dalam pelatihan adalah pengenalan Canva yang digunakan dalam membuat konten serta keperluan lain seperti membuat flyer. Selain membuat konten, dalam pelatihan ini juga disampaikan penggunaan canva untuk membuat infografis, sertifikat serta mendesain poster untuk promosi atau penyampaian informasi. Pelaksanaan pengabdian pada masyarakat yang lain dilakukan oleh (Pratiwi et al. 2020). Dalam pelaksanaan ini, peserta adalah para guru.

Dalam **pelatihan ini diharapkan peserta** pelatihan sudah bisa menggunakan aplikasi yang digunakan dalam desain termasuk dengan menggunakan Canva. HASIL DAN PEMBAHASAN Membuat konten dengan Canva Dalam **melakukan promosi di media sosial**, hal yang sangat penting adalah konten yang berisi promosi yang diposting di media sosial yang digunakan. Apapun bentuk promosi, foto atau konten menjadi salah satu daya Tarik konsumen untuk membaca atau menyimpan.

Dalam membuat konten, kreativitas dan dukungan aplikasi yang mudah digunakan menjadi salah satu persoalan yang dihadapi para pelaku usaha dalam mempromosikan. Kekurangan kemampuan dalam mendesain konten dan membuat konten yang menarik dapat diatasi dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang gratis dan menawarkan berbagai template yang dapat digunakan. Salah satu aplikasi online yang gratis dan menawarkan banyak template adalah canva.

Canva adalah aplikasi **yang dapat digunakan untuk** melakukan desain grafis . Penggunaan aplikasi Canva dapat meningkatkan kreativitas dalam membuat desain poster, presentasi, dan konten visual lainnya. Dalam melakukan desain, pplikasi Canva menyediakan beragam foto yang dapat digunakan sebagai ilustrasi konten, konten dalam bentuk template sehingga dapat langsung digunakan, jenis huruf dan berbagai ilustrasi lainnya dalam menunjang kreativitas dalam membuat desain .

Agar dapat menggunakan Canva, pengguna harus mendaftar sebagai anggota dan penggunaan canva dilakukan secara online dengan laman www.canva.com. Gambar 2 merupakan halaman depan dari www.canva.com. / Gambar 2 Laman untuk login di www.canva.com Dengan melakukan pendaftaran, pengguna dapat **memanfaatkan fasilitas yang ada di** Canva.

Fasilitas yang ada di Canva tidak hanya berisi kumpulan template untuk desain konten tetapi ada fasilitas lain **yang digunakan untuk membuat** jenis huruf, animasi dan lainnya. Gambar 3, laman yang dapat digunakan setelah menjadi anggota di Canva / Gambar 3 Laman setelah login di www.canva.com Manfaat Canva Selain digunakan untuk mendesain konten di media sosial, Canva dapat digunakan untuk melakukan desain lain, seperti membuat logo, poster, banner iklan, dan lainnya. Desain-desain yang dapat dimanfaatkan diantaranya : Logo : Logo dapat digunakan sebagai sarana branding dari usaha yang dilakukan.

Untuk mendesain logo, di Canva ada beberapa **template yang sudah disediakan** atau buat sendiri . Gambar 4 Contoh **template yang sudah disediakan** Canva. / Gambar 4 Template untuk membuat logo Poster : Poster dapat digunakan untuk iklan produk, jasa

dan lain-lain. Gambar 5 Contoh template untuk membuat poster / Gambar 4 Contoh template untuk membuat poster Banner Iklan : Banner iklan dapat digunakan untuk promosi dengan menggunakan website.

Gambar 6 Contoh template untuk membuat banner iklan / Gambar 6 Contoh template untuk membuat banner iklan Sertifikat : Template ini digunakan untuk membuat berbagai sertifikat. Gambar 7 Contoh template untuk membuat sertifikat / Gambar 7 Contoh template untuk membuat sertifikat Membuat konten di Canva Daya tarik di media sosial diantaranya adalah konten dan agar konten yang dibuat tidak hanya foto produk usaha, perlu adanya desain atau kemasan yang menarik.

Membuat konten di canva dapat dilakukan dengan memilih sosial. Gambar 8, tampilan pencarian dengan kata kunci media sosial. Hasil pencarian memunculkan berbagai template yang ada dan dari pilihan template yang digunakan, desain konten bisa diganti dengan foto dan narasi sesuai dengan keinginan. Gambar 9, contoh desain konten yang dipilih.

/ Gambar 8 Pencarian dengan kata kunci media sosial / Gambar 9 Desain konten dengan menggunakan template Pelaksanaan Kegiatan Pelaksanaan kegiatan diawali dengan kuesioner yang diantaranya berisi pertanyaan apakah peserta yang mahir dalam membuat konten dan aplikasi yang pernah digunakan serta pertanyaan apakah pernah menggunakan Canva untuk mendesain konten.

Jawaban dari pertanyaan tersebut, semua responden menjawab belum pernah membuat konten dengan aplikasi, proses promosi hanya memosting foto produk serta belum pernah menggunakan Canva. Gambar 10 pembukaan kegiatan oleh perwakilan dari kecamatan Sedayu dan gambar 11 paparan dari nara sumber / Gambar 10 Pembukaan kegiatan dari Kecamatan Sedayu / Gambar 11 Pemaparan dari nara sumber Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan diantaranya bagaimana peserta dapat membuat konten di media sosial dengan mudah tetapi hasilnya menarik.

Gambar 12, pemaparan materi Canva yang disampaikan narasumber / Gambar 12 Pemaparan materi Canva Agar proses sosialisasi dapat berjalan dengan baik, diskusi dengan peserta menjadi sarana untuk mengetahui sejauh mana pemahaman terhadap kegiatan yang dilakukan. Gambar 13 dan gambar 14, suasana dalam pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan. / Gambar 13 Peserta kegiatan / Gambar 12 Diskusi dengan peserta .

SIMPULAN DAN SARAN Konten menjadi salah satu faktor terpenting dalam pengelolaan promosi di media sosial. Kesulitan bagi pelaku usaha dalam membuat konten yang

menarik dapat diatasi dengan menggunakan aplikasi yang menawarkan banyak template. Dengan banyaknya template, pengguna tinggal memilih template yang digunakan tanpa melakukan desain dari awal.

Template yang dipilih dilakukan modifikasi dengan gambar dan narasi sesuai yang diinginkan. Salah satu aplikasi yang dapat digunakan secara mudah dan banyak template adalah canva. Canva merupakan aplikasi yang bersifat online dengan laman www.canva.com. Dalam sosialisasi ini peserta mendapatkan gambaran bagaimana membuat konten dengan mudah sehingga konten yang digunakan sebagai sarana promosi mempunyai daya tarik yang menarik. UCAPAN TERIMA KASIH Terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah mengizinkan dan membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini.

Kegiatan ini merupakan rangkaian dari riset yang mendapatkan pendanaan dari Deputi Bidang Penguatan Riset dan Pengembangan - Kementerian Riset dan Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional tahun 2020. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan pada Dinas Komunikasi dan Informatika kabupaten Bantul yang telah memberikan kesempatan kepada tim IST AKPRIND untuk memberikan pendampingan serta Kecamatan Sedayu yang telah memberikan fasilitas dalam kegiatan pendampingan ini. . DAFTAR RUJUKAN Mac Aditiawarman, Rafli. 2019.

Hoax Dan Hate Speech Di Dunia Maya. Lembaga Kajian Aset Budaya Indonesia Tonggak Tuo. Ardipraditiya, Farisan Hamda. 2020. Peradaban Media Sosial Di Era Industri 4.0. Malang: Inteligencia Media (Intrans Publishing Group). Fauzi, viny putri. 2016. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing Er-Corner Boutique Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru." Jom Fisip 3(Februari):1–15. Hanif Mahaldi.

2018. Content Marketing Untuk Pemula. Bogor: ebooku.id. Leryan, Lucius Pravasta Alver, Christophorus Putro Damringtyas, Mario Priyo Hutomo, and Brigida Intan Printina. 2018. "The Use of Canva Application As an Innovative Presentation Media Learning History." Pp. 190–203 in Prosiding Seminar Nasional FKIP 2018. Pratiwi, Dian, Gatot Budi Santoso, Is Mardianto, Agung Sedyono, and Abdul Rochman. 2020.

"Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress , Canva Dan Photoshop Untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta Web Content Management Using Wordpress , Canva and Photoshop for Teachers of the Jakarta Region." Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat 2(1):11–15. Purbohastuti, A. .. 2017. "EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI Arum." Tirtayasa Ekonomika 12(2):212–31.

Purwati, Yuli, Linda Perdanawanti, Prodi Teknik Informatika, Aplikasi Canva, and Ibu Profesional. 2019. "PELATIHAN DESAIN MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA." Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM) Vol. 1(1):42–51. Puspitarini, Dinda Sekar and Reni Nuraeni. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi." Jurnal Common 3(1):71–80. Romadhan, Mohammad Insan. 2017. "Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Potensi Desa." Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya 2(2):84–93.

Utari, Prhastiwi. 2011. Komunikasi 2.0 Teoritisasi Dan Implikasi. Aspikom. Vernia, Dellia Mila. 2017. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga." UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi 1(2):105–18. Widayati, Widayati and Fedianty Augustinah. 2019.

"Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang." DIALEKTIKA?: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial 4(2):1–20.

INTERNET SOURCES:

<1% - <http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/jpmb/issue/download/41/28>
1% - <https://rexdl.co.id/cara-membuat-twibbon/>
<1% - <https://www.lyfemarketing.com/blog/importance-of-digital-marketing/>
<1% - <https://notesmatic.com/2018/10/pepsi-social-media-marketing-strategy/>
<1% - <https://dinnertimemarketing.wordpress.com/category/social-media/>
<1% - <http://eprints.ums.ac.id/61512/3/NASKAH%20PUBLIKASI%20118.pdf>
1% - https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/7675/pdf_2
<1% -
<https://tutorialbahasainggris.co.id/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli-lengkap/>
1% - <http://repository.unpas.ac.id/30467/4/SKRIPSI%20BAB%202%20.pdf>
<1% -
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/download/2120/1708>
<1% -
<https://academiapr.blogspot.com/2017/05/strategi-publikasi-eksternal-humas-pt.html>
<1% -
<https://blog.ruangguru.com/potensi-sumber-daya-alam-benua-australia-amerika-dan-eropa>
<1% -
<https://www.exabytes.co.id/blog/20-cara-mudah-memindahkan-bisnis-dari-offline-ke-online-paling-update/>
1% - <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/238>
<1% - <https://slalu.com/blogs/artikel.atom>

<1% -

https://lppm.atmaluhur.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/Jurnal_1111500148-Nurita-Evitarina.pdf

<1% - <https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/download/2518/2062>

1% -

http://digilib.uin-suka.ac.id/28508/1/10730046_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf

<1% - <https://pragita.com/berbagai-fitur-yang-tersedia-dalam-aplikasi-bukukas/>

<1% - <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/jpmm/article/view/821>

<1% - <https://seoptimizer.id/pelatihan-barista/>

<1% - <https://www.jamiatabdillah.net/canva-pro-apk-mod/>

<1% - <http://www.pajak.go.id/id/artikel/pmk-86-dirilis-bedanya-apa>

<1% -

<https://id.scribd.com/doc/194587678/LAPORAN-PENGEMBANGAN-INTERAKTIF-E-Book>

<1% -

<https://www.amongguru.com/penilaian-formatif-dan-sumatif-pengertian-tujuan-serta-perbedaannya/>

<1% - <https://www.sipitek.com/aplikasi-edit-foto-pc/>

<1% -

http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/5458/1/222012029_BAB%20I_DAFTAR%20PUSTAKA.pdf

<1% - <https://lppm.unsyiah.ac.id/files/surat-panduan-PTDM2020.pdf>

1% -

https://saintek.ristekbrin.go.id/frontend/web/static/download/Pedoman_Beasiswa_Saintek_2020.pdf

<1% - <https://issuu.com/harian-equator/docs/22062011>

1% - <http://e-conf.usd.ac.id/index.php/sfkip/sfkip/schedConf/presentations>

<1% - <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/download/4456/3213>

1% - <http://journal.unhas.ac.id/index.php/jsep/article/view/10244>

1% - <http://scholar.google.co.id/citations?user=S3cnHAIAAAAJ&hl=en>