

PELATIHAN DESAIN DIGITAL BERBASIS CANVA UNTUK PENGUATAN PROMOSI EDUKASI BATIK PADA KOMUNITAS BATIK TIGA ZAMAN

Hesti Rosita Dwi Putri¹⁾, Fulkha Tajri M²⁾, Nisa Rizqiya Fadhliana³⁾, Rakha Dzaky Alfath⁴⁾,
Amelia Khasanah Putri⁵⁾, Olga Jane Vanka⁶⁾, Vito Zilanayo⁷⁾, Khodija Amalatus Sholeha⁸⁾,
Muhammad Azka Yunastio⁹⁾, Hari Yatun Nasifa¹⁰⁾, Vincensius Frodo Siregar¹¹⁾

^{1,2,4,5,6,7,8}Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Kalimantan, Indonesia

^{3,9,10,11}Informatika, Institut Teknologi Kalimantan, Indonesia

¹hesti.rosita@lecturer.itk.ac.id, ²fulkha.tajri@lecturer.itk.ac.id, ³nisafadhliana@lecturer.itk.ac.id,
⁴22241047@student.itk.ac.id, ⁵22241006@student.itk.ac.id, ⁶22241044@student.itk.ac.id, ⁷22241055@student.itk.ac.id,
⁸22231028@student.itk.ac.id, ⁹11231036@student.itk.ac.id, ¹⁰11231030@student.itk.ac.id, ¹¹11241088@student.itk.ac.id

Diterima 19 Agustus 2026, Direvisi 20 September 2026, Disetujui 22 September 2026

ABSTRAK

Komunitas Batik Tiga Zaman merupakan mitra pengabdian yang berperan sebagai pusat edukasi dan pelestarian batik di Balikpapan namun pengelolaan promosi dan branding komunitas masih dilakukan secara konvensional dengan jangkauan yang relatif terbatas akibat rendahnya kemampuan pengelolaan media digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas anggota komunitas dalam merancang media promosi edukasi batik menggunakan aplikasi Canva. Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif dengan pendekatan praktik langsung, meliputi penentuan informasi, penyusunan komposisi visual, pemilihan tipografi dan elemen grafis, serta penyesuaian desain dengan identitas komunitas, yang dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan konten promosi secara mandiri. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner pre-test dan post-test terhadap empat peserta pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan membuat konten promosi edukasi membatik dari rata-rata 2,25 menjadi 4,00 (meningkat 77,8%) dan kemampuan menentukan karakteristik desain brosur untuk anak dan dewasa dari rata-rata 3,75 menjadi 4,75 (meningkat 26,7%), dengan rata-rata keseluruhan sembilan indikator keberdayaan mitra meningkat dari 3,42 menjadi 4,44 (meningkat 30,1%). Pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis, pemahaman branding, serta kepercayaan diri mitra dalam mengelola promosi digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Canva; Desain Digital; Promosi Edukasi Batik; Branding Komunitas; Pelatihan Digital.*

ABSTRACT

Batik Tiga Zaman Community serves as a community-service partner acting as an education and conservation center for batik in the Balikpapan area, yet its promotion and branding management remains conventional with a relatively limited reach due to low digital media management skills. This community service activity aims to improve members' capacity in designing batik education promotional media using the Canva application. The method used was participatory training with a hands-on approach, covering information selection, visual composition, typography and graphic element selection, and design adjustment to the community's identity, followed by mentoring in independently producing promotional content. Evaluation was conducted through pre-test and post-test questionnaires administered to four training participants. Results showed that the ability to create engaging batik education promotional content increased from an average of 2.25 to 4.00 (an increase of 77.8%), and the ability to determine brochure design characteristics for children and adults increased from an average of 3.75 to 4.75 (an increase of 26.7%), with the overall average across nine empowerment indicators rising from 3.42 to 4.44 (an increase of 30.1%). The training proved effective in enhancing technical skills, branding understanding, and participants' confidence in managing digital promotion independently and sustainably.

Keywords: *Canva; Digital Design; Batik Education Promotion; Community Branding; Digital Training.*

PENDAHULUAN

Industri kreatif berbasis budaya menjadi salah satu sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Balikpapan dan kawasan Ibu Kota Nusantara (IKN) yang tengah berkembang pesat sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi baru Indonesia (Sutanto, 2022). Perkembangan kawasan IKN turut mendorong penguatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di wilayah penyangganya, termasuk Kota Balikpapan dan Penajam Paser Utara, yang menjadi beranda utama menuju IKN (Ulil Mu'Awanah, 2024). Salah satu produk budaya yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai identitas khas kawasan ini adalah batik, dengan motif-motif lokal yang mulai dirintis sebagai representasi budaya IKN (M.Ghofar, 2024). Batik juga telah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda Kemanusiaan sejak tahun 2009, sehingga upaya pelestarian dan promosinya memiliki nilai strategis (*Indonesian Batik*, 2009).

Komunitas Batik Tiga Zaman merupakan salah satu komunitas pengrajin batik yang berperan ganda sebagai pelaku ekonomi produktif sekaligus agen sosial budaya di Balikpapan. Selain memproduksi kain batik dengan teknik tulis dan cap sederhana, komunitas ini juga aktif menyelenggarakan kegiatan edukasi membatik bagi anak-anak di sekitar kawasan mitra, sehingga berperan sebagai pusat edukasi dan pelestarian batik. Namun demikian, kapasitas komunitas dalam mengelola branding dan promosi kegiatan maupun produknya masih belum optimal. Pemasaran yang dilakukan selama ini masih bersifat konvensional dengan jangkauan yang relatif terbatas pada jaringan lokal dan pemanfaatan media sosial sederhana, sehingga citra komunitas sebagai pusat edukasi batik belum dikenal secara luas oleh masyarakat, institusi pendidikan, maupun pemangku kepentingan di wilayah Balikpapan. Kondisi ini sejalan dengan hasil pemetaan masalah pada program pengabdian sebelumnya di komunitas yang sama, yang menemukan terbatasnya kemampuan mendesain secara digital serta rendahnya kemampuan memasarkan produk secara daring (Putri & Agung, 2025).

Keterbatasan tersebut sejalan dengan temuan berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat lain yang menunjukkan bahwa pelaku usaha dan komunitas berbasis budaya umumnya menghadapi kendala serupa, yaitu rendahnya kemampuan teknis dalam mendesain materi promosi yang menarik dan konsisten dengan identitas visual mereka (Choirina et al., 2022b). Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah menghadirkan berbagai perangkat desain grafis yang mudah diakses dan tidak memerlukan keahlian desain

tingkat lanjut, salah satunya adalah aplikasi Canva. Canva banyak dimanfaatkan dalam berbagai program pengabdian masyarakat karena antarmukanya yang intuitif, ketersediaan templat siap pakai, serta kemampuannya membantu pelaku usaha maupun komunitas menghasilkan media promosi yang informatif dan menarik tanpa memerlukan perangkat lunak desain profesional (Dharomesz et al., 2023). Pelatihan Canva juga dilaporkan mampu meningkatkan keterampilan desain serta penjualan produk UMKM (Sunarto & Setiadi, 2023), dan meningkatkan pemahaman prinsip desain grafis serta kepercayaan diri peserta dalam membuat desain promosi (Afifah, 2025). Adopsi pemasaran digital sendiri dilaporkan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM sektor kreatif (Nur et al., 2018).

Berbagai kegiatan pelatihan Canva pada kelompok masyarakat maupun UMKM terbukti mampu meningkatkan kreativitas dan kepercayaan diri peserta dalam merancang media promosi produk maupun kegiatan, sekaligus mendorong konsistensi identitas visual yang dibangun (Wahyudi et al., 2025). Pelatihan berbasis praktik langsung dengan pendampingan intensif juga dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan ceramah semata, karena peserta dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh pada kebutuhan promosi nyata mereka. Pendekatan serupa juga telah diterapkan pada pelatihan promosi produk batik daerah lain, yang menunjukkan bahwa penguatan kapasitas digital generasi muda dan pelaku usaha batik mampu meningkatkan partisipasi, minat, serta kepercayaan diri dalam mempromosikan produk budaya lokal secara digital (Darmaningrum et al., 2024; Fauziah & Widjajani, 2024).

Penguatan identitas visual dan promosi digital juga sejalan dengan upaya pengembangan branding kawasan berbasis nilai lokal, sebagaimana ditunjukkan pada berbagai kegiatan pengabdian pengembangan city branding maupun branding komunitas di Kalimantan Timur (Putri et al., 2024; Tajri et al., 2023). Pengalaman tersebut menegaskan bahwa strategi branding yang konsisten, didukung media promosi yang informatif, dapat memperluas jangkauan pengenalan suatu komunitas atau kawasan kepada khalayak yang lebih luas. Hal ini relevan dengan kebutuhan Komunitas Batik Tiga Zaman, yang selain memerlukan penguatan branding sebagai pusat edukasi batik, juga memerlukan kemampuan mandiri dalam menghasilkan konten promosi yang dapat digunakan secara berkelanjutan tanpa bergantung pada pihak eksternal, sejalan dengan strategi digitalisasi produk batik berbasis pemberdayaan komunitas yang telah dirintis di kawasan IKN (Putri & Agung, 2025). Penguatan branding berbasis nilai budaya juga dilaporkan

meningkatkan promosi digital dan citra wisata edukasi batik pada mitra di daerah lain (Bakti et al., 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas anggota Komunitas Batik Tiga Zaman dalam merancang media promosi edukasi batik menggunakan aplikasi Canva, sehingga komunitas memiliki keterampilan dasar desain digital yang dapat dikembangkan secara mandiri dan berkelanjutan untuk memperluas jangkauan promosi kegiatan edukasi serta pelestarian batik di kawasan Balikpapan.

METODE

Lokasi, Waktu, dan Peserta Kegiatan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada 13 Juni 2026, pukul 10.00–15.00 WITA, bertempat di Batik Shaho, lokasi kegiatan Komunitas Batik Tiga Zaman. Peserta kegiatan merupakan anggota Komunitas Batik Tiga Zaman yang berperan dalam kegiatan produksi, edukasi, maupun pengelolaan promosi komunitas. Pelatihan difasilitasi oleh anggota tim pengabdian yang memiliki keahlian pada bidang desain komunikasi visual.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan pelatihan partisipatif melalui metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung menggunakan aplikasi Canva sebagai media utama, karena mudah digunakan dan menyediakan berbagai fitur desain yang memungkinkan peserta menghasilkan materi promosi tanpa memerlukan kemampuan desain grafis tingkat lanjut. Materi pelatihan mencakup penentuan informasi yang akan disampaikan, penyusunan komposisi visual, pemilihan tipografi dan elemen grafis, serta penyesuaian desain dengan identitas dan kebutuhan komunikasi Komunitas Batik Tiga Zaman. Materi disusun dengan mengacu pada prinsip dasar desain grafis, yaitu hierarki informasi, komposisi, tipografi, dan penggunaan elemen visual. Selama kegiatan, peserta terlibat langsung dalam praktik membuat media promosi berdasarkan produk, kegiatan edukasi membatik, dan identitas komunitas.

Instrumen dan Evaluasi

Evaluasi dampak pelatihan dilakukan menggunakan kuesioner pre-test dan post-test berskala 1–5 yang diisi oleh empat peserta pelatihan, mencakup dua aspek utama, yaitu kemampuan membuat konten promosi edukasi membatik yang menarik dan kemampuan menentukan karakteristik desain brosur untuk sasaran anak dan dewasa. Selain itu, digunakan pula kuesioner keberdayaan mitra yang terdiri atas sembilan indikator terkait pemahaman promosi, konsep pemasaran konten, dan

personal branding usaha batik. Data pre-test dan post-test kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif untuk melihat besaran peningkatan pada setiap indikator. Pendekatan evaluasi pre-test dan post-test dengan analisis deskriptif ini juga lazim digunakan pada kegiatan pelatihan Canva maupun pelatihan pemasaran digital batik lainnya (Afifah, 2025; Darmaningrum et al., 2024).

Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap, yaitu: (1) Tahap sosialisasi, berupa penyampaian tujuan dan rangkaian program pengabdian kepada mitra; (2) Tahap pelatihan, berupa penyampaian materi dan praktik langsung penggunaan Canva untuk pembuatan media promosi; dan (3) Tahap pendampingan dan evaluasi, berupa pendampingan pembuatan konten promosi secara mandiri oleh peserta serta pengukuran capaian melalui kuesioner pre-test dan post-test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap sosialisasi

Pada tahap sosialisasi dilakukan dengan metode ceramah untuk menyampaikan kegiatan pelatihan desain digital berbasis Canva dilaksanakan dengan diikuti oleh anggota Komunitas Batik Tiga Zaman yang bertujuan meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan promosi komunitas.

Tahap Pelatihan

Tahap pelatihan dilakukan dua kegiatan yaitu penjelasan materi dan praktik langsung. Adapun materi pelatihan mencakup penentuan informasi, penyusunan komposisi visual, pemilihan tipografi dan elemen grafis, serta penyesuaian desain dengan identitas dan kebutuhan komunikasi komunitas. Selama kegiatan, peserta terlibat langsung dalam praktik membuat media promosi berdasarkan produk, kegiatan edukasi membatik, dan identitas Komunitas Batik Tiga Zaman, sehingga hasil desain yang diperoleh dapat langsung dikembangkan menjadi media komunikasi dan promosi yang fungsional.

Pendekatan praktik langsung ini sejalan dengan temuan bahwa pelatihan Canva yang menekankan hands-on practice lebih efektif meningkatkan keterampilan desain dibandingkan pendekatan ceramah semata, karena peserta dapat langsung menerapkan materi pada kebutuhan promosi nyata mereka (Afifah, 2025; Darmaningrum et al., 2024).



Gambar 1. Pelatihan desain menggunakan Canva
Sumber. Penulis

Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Kegiatan pendampingan lanjutan dilakukan untuk memastikan peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan dasar Canva secara mandiri, mencakup penyusunan informasi promosi, pemilihan tipografi, komposisi visual, penggunaan elemen grafis, serta penyesuaian desain berdasarkan karakteristik target audiens. Peserta juga didampingi secara langsung dalam membuat konten promosi edukasi batik sehingga dapat menghasilkan media promosi yang informatif, menarik, dan sesuai dengan identitas komunitas. Berikut hasil poster yang dihasilkan oleh peserta pelatihan:



Gambar 2. Desain hasil pelatihan
Sumber. Penulis

Hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mitra dalam merancang media promosi edukasi membatik, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Peningkatan Kemampuan Peserta pada Aspek Utama Pelatihan Canva

Indikator	Pre-test	Post-test	Peningkatan
Kemampuan membuat konten promosi edukasi membatik yang menarik	2,25	4,00	77,8%
Kemampuan menentukan karakteristik desain brosur untuk anak dan dewasa	3,75	4,75	26,7%

Pada aspek kemampuan membuat konten promosi edukasi membatik yang menarik, skor pre-test dari empat responden meningkat dari rata-rata 2,25 menjadi 4,00 setelah pelatihan, atau meningkat 1,75 poin (77,8%), dengan peningkatan tertinggi sebesar 3 poin pada responden yang sebelumnya memperoleh skor terendah. Pada aspek kemampuan menentukan karakteristik desain brosur untuk anak dan dewasa, skor meningkat dari rata-rata 3,75 menjadi 4,75, atau meningkat 26,7%. Peningkatan yang relatif lebih kecil pada aspek ini menunjukkan bahwa kemampuan awal mitra dalam menentukan karakteristik desain sudah cukup baik sebelum pelatihan dilaksanakan.

Hasil ini sejalan dengan berbagai kegiatan pelatihan Canva pada kelompok usaha dan komunitas lain, yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kreativitas dan keterampilan peserta dalam mendesain promosi produk secara menarik serta menguasai aplikasi Canva dengan baik (Afifah, 2025; Choirina et al., 2022a; Sunarto & Setiadi, 2023). Kemampuan menyusun informasi, memilih elemen visual, mengatur komposisi, dan menghasilkan konten promosi edukasi yang lebih menarik menjadi bekal penting bagi mitra untuk mengelola promosi digital secara mandiri ke depannya.

Peningkatan kapasitas mitra juga terlihat pada sembilan indikator keberdayaan yang lebih luas, mencakup pemahaman promosi, konsep konten, dan personal branding usaha batik, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Pre-test dan Post-test pada Sembilan Indikator Keberdayaan Mitra

No.	Indikator	Pre-test	Post-test	Peningkatan
1	Memahami pentingnya mempromosikan proses dan nilai edukasi membatik kepada masyarakat luas	4,00	4,75	+0,75
2	Memahami konsep formula H-S-V-A (Hook, Story, Value, Action) dalam membuat konten	4,50	4,75	+0,25
3	Mampu membedakan jenis konten yang sesuai untuk	3,00	4,25	+1,25

	Instagram, TikTok, WhatsApp, dan YouTube			
4	Yakin dapat membuat konten promosi edukasi membatik yang menarik	4,00	5,00	+1,00
5	Berniat menerapkan strategi promosi edukasi dalam usaha/aktivitas membatik	4,00	4,75	+0,75
6	Memahami pentingnya personal branding bagi pelaku usaha batik	2,25	4,00	+1,75
7	Memahami konsep dalam membangun brand	2,25	3,75	+1,50
8	Berniat memperbaiki/mengembangkan personal branding usaha setelah pelatihan	2,00	4,00	+2,00
9	Memahami perbedaan mendasar antara brosur untuk anak dan brosur untuk dewasa	4,75	4,75	0,00
	Rata-rata keseluruhan	3,42	4,44	+1,03 (30,1%)

Rata-rata keseluruhan skor pada sembilan indikator meningkat dari 3,42 pada pre-test menjadi 4,44 pada post-test, atau mengalami peningkatan sebesar 1,03 poin (30,1%). Peningkatan terbesar terjadi pada indikator niat memperbaiki atau mengembangkan personal branding usaha, yaitu sebesar 2,00 poin, diikuti oleh pemahaman mengenai pentingnya personal branding sebesar 1,75 poin, dan pemahaman konsep membangun brand sebesar 1,50 poin. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis penggunaan Canva, tetapi juga memperkuat pemahaman mitra mengenai pentingnya branding yang konsisten sebagai bagian dari strategi promosi jangka panjang, sejalan dengan prinsip bahwa desain visual yang menarik dan konsisten menjadi kunci utama dalam membangun citra usaha maupun komunitas berbasis budaya (Tajiri et al., 2023).

Kontribusi terhadap Penguatan Promosi Edukasi Batik

Peningkatan keterampilan desain digital yang diperoleh Komunitas Batik Tiga Zaman melalui pelatihan ini memberikan kontribusi langsung terhadap penguatan citra komunitas sebagai pusat edukasi dan pelestarian batik di wilayah Balikpapan. Kemampuan mitra dalam merancang konten promosi secara mandiri memungkinkan komunitas untuk terus memperbarui informasi kegiatan, mendokumentasikan proses edukasi membatik, dan memperluas jangkauan promosi melalui media sosial maupun media cetak, tanpa harus bergantung sepenuhnya pada tim pengabdian. Hal ini konsisten dengan hasil kegiatan serupa pada komunitas batik daerah lain, yang menunjukkan bahwa penguatan kapasitas digital mampu meningkatkan partisipasi dan minat generasi muda maupun pelaku usaha terhadap pelestarian dan promosi batik lokal secara berkelanjutan (Bakti et al., 2026; Fauziah & Widjajani, 2024; Putri & Agung, 2025).

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan desain digital berbasis Canva yang dilaksanakan bersama Komunitas Batik Tiga Zaman terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas mitra dalam merancang media promosi edukasi membatik. Kemampuan membuat konten promosi edukasi membatik meningkat sebesar 77,8% dan kemampuan menentukan karakteristik desain brosur untuk anak dan dewasa meningkat sebesar 26,7%, sedangkan rata-rata keseluruhan sembilan indikator keberdayaan mitra meningkat sebesar 30,1%. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung menggunakan Canva efektif meningkatkan keterampilan teknis, pemahaman branding, dan kepercayaan diri mitra dalam mengelola promosi digital secara mandiri, sehingga mendukung penguatan peran Komunitas Batik Tiga Zaman sebagai pusat edukasi dan pelestarian batik di Balikpapan. Program selanjutnya disarankan untuk memberikan pendampingan lanjutan secara berkala agar keterampilan yang diperoleh dapat terus diterapkan secara konsisten, serta memperluas cakupan pelatihan pada aspek pengelolaan media sosial dan pemanfaatan platform digital lain guna mendukung keberlanjutan promosi edukasi batik komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada BIMA Kemdiktisaintek tahun anggaran 2026 atas dukungan pendanaan kegiatan, kepada Institut

Teknologi Kalimantan atas fasilitasi pelaksanaan program, serta kepada Komunitas Batik Tiga Zaman atas partisipasi dan kerja sama yang baik selama pelaksanaan pelatihan.

DAFTAR RUJUKAN

- Afifah, S. (2025). Peningkatan Desain Promosi UMKM melalui Pelatihan Penggunaan Canva untuk Iklan Produk. *PROGRESIF*, 5(2), 125–136. <https://doi.org/10.36406/progresif.v5i2.256>
- Bakti, A. M. S., Rahmadianto, S. A., & Pratama, B. B. (2026). Optimalisasi Wisata Edukasi Batik Sebagai Sarana Pembelajaran Dan Penguatan Branding Di Anjani Batik Galeri Kota Batu. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*.
- Choirina, P., Rohman, M., Tjiptady, B. C., Darajat, P. P., Fadliana, A., & Wahyudi, F. (2022a). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain. *Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16.
- Choirina, P., Rohman, M., Tjiptady, B. C., Darajat, P. P., Fadliana, A., & Wahyudi, F. (2022b). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16.
- Darmaningrum, K., Widyaswati, R., Harsono, M., Aryani, N., Cyntia, A. I., Isach, S., Jati, A. K., & As Sidiq, I. A. G. (2024). Pemberdayaan Komunitas Perempuan Melalui Pelatihan Kerajinan Batik Berbasis Zero Waste dan Digital Marketing di Kota Solo. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(4), 710. <https://doi.org/10.33394/jpu.v5i4.12971>
- Dharomesz, V. Y., Adyantari, A., Sasmita, R. P. H., & Noventa, O. C. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(06), 469–475. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i06.815>
- Fauziah, A. N. A., & Widjajani, S. (2024). Pemberdayaan Pengerajin Batik Melalui Pengembangan Fashion Sebagai Upaya Pelestarian Budaya di Kalangan Generasi Muda. *Surya Abdimas*, 8(4), 583–592. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v8i4.5554>
- Indonesian Batik*. (2009). <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170>
- M.Ghofar. (2024, May 13). Batik Sekar Buen berpotensi menjadi batik khas IKN. *Antara Kaltim*. <https://kaltim.antaranews.com/berita/212100/>
- batik-sekar-buen-berpotensi-menjadi-batik-khas-ikn
- Nur, A., Mukhamad, A., Ma'mun Sarma, N., Leong, Y. C., & Afifah, A. N. (2018). Digital Marketing Adoption and The Influences Towards Business Successes of MSMEs Creative Sector in Indonesia and Malaysia Indexed in Google Scholar. *Journal of Applied Management (JAM)*, 16. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018>
- Putri, H. R. D., & Agung, E. S. (2025). Pelatihan digitalisasi dan inovasi produk batik untuk meningkatkan daya saing ekonomi kreatif IKN.
- Putri, H. R. D., Hijriah, Permana, R. H., Baransano, H., Nababan, N. P., Firdausi, A. C., Florentin, S. L. S., Aisy, A. R., Nurhalisa, & Salsabila. (2024). Branding Argowisata Kebun Melon Sumber Berkah Balikpapan melalui Media Sosial dan Fasilitas Penunjang. *Social Engangement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Sunarto, S. T., & Setiadi, P. B. (2023). Utilizing Canva Application Training to Improve Skills and Product Sales in Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) East Java. *Ilomata International Journal of Management*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i1.633>
- Sutanto, H. P. (2022). Transformasi Sosial Budaya Penduduk IKN Nusantara. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 1(1), 43–56. <https://doi.org/10.21787/jskp.1.2022.43-56>
- Tajri, F. M., Yendra, S., Febrianty Ngabito, O., Huldiansyah, D., Komunikasi Visual, D., & Institut Teknologi Kalimantan, A. (2023). City Branding Design from the Identification of Local Values of Penajam Paser Utara Regency. *VCD Journal of Visual Communication Design*, 08(2).
- Ulil Mu'Awanah. (2024, September 2). Balikpapan Kian Bertumbuh sebagai Pusat Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Menyongsong Peran sebagai Beranda IKN. *Kaltimpost*. <https://kaltimpost.jawapos.com/balikpapan/2409020001/balikpapan-kian-bertumbuh-sebagai-pusat-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-menyongsong-peran-sebagai-beranda-ikn>
- Wahyudi, E., Ruhibnur, R., Indah Pradasari, N., & Muhammad, A.-R. (2025). Penguatan Kapasitas Promosi UMKM melalui Pelatihan Media Digital Berbasis Aplikasi Canva. In *Jurnal Abdimas PHB* (Vol. 8).