

PENGELOLAAN KONTEN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI SEKOLAH MENGGUNAKAN CANVA

Ari Cahaya Puspitaningrum^{1*}, Mochamad Nurhadi², Heri Supriyanto³,
Muhammad Septama Prasetya⁴, Deny Hermansyah⁵, Noventy Ayuning Fitri⁶,
Arfi Indra Riskiawan⁷

^{1,3,4,6}Sistem Informasi, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia

^{5,7}Informatika, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia

²Manajemen, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Surabaya, Indonesia

ari.cahaya@hayamwuruk.ac.id¹, nurhadi@perbanas.ac.id², heri.supriyanto@hayamwuruk.ac.id³,
septama.prasetya@perbanas.ac.id⁴, deny.hermansyah@hayamwuruk.ac.id⁵,
202102021014@students.hayamwuruk.ac.id⁶, 202102011001@students.hayamwuruk.ac.id⁷

ABSTRAK

Abstrak: Dunia digital telah mempengaruhi perkembangan media promosi pada suatu bisnis. Sekolah merupakan salah satu bisnis bidang pendidikan yang perlu mengikuti perkembangan penggunaan media promosi untuk memasarkan kualitas sekolahnya kepada masyarakat umum, sehingga memperoleh siswa baru dalam jumlah yang banyak. Dalam penerapannya, tidak semua sekolah menyadari akan pentingnya media promosi, seperti halnya SD Islam (SDI) Al-Khoiriyyah Surabaya yang belum memaksimalkan pemanfaatan media promosi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para guru SDI Al-Khoiriyyah dalam menyediakan informasi yang menarik dan informatif pada website dan media sosial sekolah. Metode pelaksanaan menggunakan 5 tahap, yaitu: observasi & wawancara, analisis, pelaksanaan pelatihan, eksplorasi Canva, dan pendampingan. Pelatihan dan pendampingan ini dilakukan secara offline dan diikuti oleh guru dan staf admin berjumlah 9 peserta. Metode evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test Technology Acceptance Model* (TAM) dengan beberapa indikator, yaitu kemudahan, kebermanfaatan dan penerimaan teknologi informasi. Hasil evaluasi pelatihan menggunakan *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan sebesar 17,5%. Selain itu, evaluasi menggunakan TAM menunjukkan adanya peningkatan kemampuan dan keterampilan desain konten informasi untuk website dan media sosial yang dibuat oleh peserta sebesar 3,77 untuk indikator kemudahan, 4,27 untuk indikator kebermanfaatan, 4,64 untuk indikator penerimaan teknologi informasi.

Kata Kunci: informasi; media promosi; *website*; media sosial; canva; TAM.

Abstract: The digital world has influenced the development of promotional media for a business. Schools are one of the businesses in the education sector that needs to keep up with developments in the use of promotional media to market the quality of their schools to the general public, so as to get a large number of new students. In its application, not all schools are aware of the importance of promotional media, such as the Al-Khoiriyyah Islamic Elementary School (SDI) Surabaya which has not maximized the use of promotional media. This community service activity aims to increase the knowledge and skills of SDI Al-Khoiriyyah teachers in providing interesting and informative information on the school's website and social media. The implementation method uses 5 stages, namely: observation & interviews, analysis, training implementation, Canva exploration, and mentoring. This training and mentoring is carried out offline and is attended by 9 teachers and admin staff. The evaluation method uses a *pre-test* and *post-test Technology Acceptance Model* (TAM) with several indicators, namely convenience, usefulness and acceptance of information technology. The results of the training evaluation using the *pre-test* and *post-test* showed an increase in knowledge of 17.5%. In addition, the evaluation using TAM showed an increase in the ability and skills of information content design for websites and social media created by participants of 3.77 for the convenience indicator, 4.27 for the usefulness indicator, 4.64 for the information technology acceptance indicator.

Keywords: information; promotion media; *website*; social media; canva; TAM.



Article History:

Received: 01-02-2023

Revised : 25-02-2023

Accepted: 06-03-2023

Online : 08-04-2023

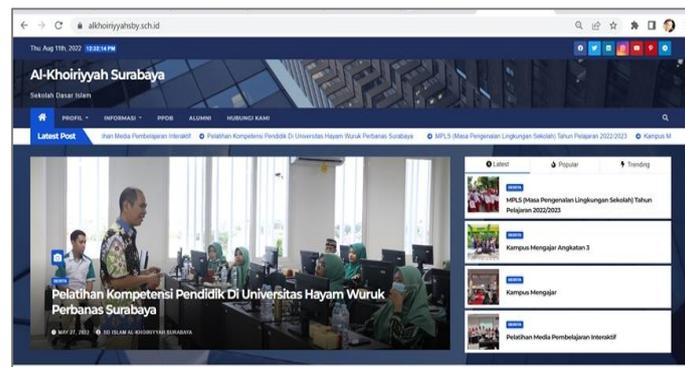


This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi (TI) di era digital telah menuntut bidang pendidikan, yaitu sekolah untuk menerapkan sistem pembelajaran berbasis teknologi. Tingkat penggunaan TI di sekolah masih tergolong rendah, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kompetensi guru, lingkungan sekolah, dan fasilitas sekolah (Purnasari dan Pebria, 2019) (Muazaroh et al., 2022). Guru memiliki peran penting untuk mendukung strategi pembelajaran di sekolah. Salah satu peran guru adalah melaksanakan tugas pengajaran yang tepat dengan menggunakan teknologi, sehingga kompetensi penguasaan teknologi perlu dimiliki oleh guru (Huda, 2020). Selain strategi pembelajaran berbasis teknologi, sekolah juga perlu menerapkan strategi marketing atau promosi berbasis teknologi. Pemasaran dan promosi dapat dilakukan secara *online*, dimana akan memudahkan sekolah untuk memperkenalkan profil sekolah ke masyarakat umum secara lengkap, detil, dan jelas (Akbar & Tjendrowaseno, 2017).

Sekolah Dasar Islam (SDI) Al-Khoiriyyah Surabaya merupakan mitra dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM). SDI tersebut merupakan sekolah yang berlokasi di wilayah Wonorejo Kecamatan Rungkut, Surabaya. SDI Al-Khoiriyyah Surabaya dapat dikategorikan sebagai sekolah yang tertinggal jaman dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran dan promosi berbasis teknologi. Selama ini, SDI Al-Khoiriyyah Surabaya belum memanfaatkan teknologi secara menyeluruh, terutama dalam penyampaian informasi dan promosi kepada masyarakat umum. Penyampaian informasi dan promosi hanya dilakukan melalui brosur, *banner* dan sosialisasi maupun silaturahmi ke TK yang ada di area sekitar sekolah. Hal ini menjadikan sekolah belum dikenal luas oleh masyarakat umum di luar wilayah sekolah. Berdasarkan wawancara awal dengan kepala sekolah, didapatkan informasi jumlah siswa baru SDI Al-Khoiriyyah 4 tahun terakhir ini mengalami penurunan. Selama 4 tahun tersebut, siswa baru yang diterima oleh sekolah rata-rata 10 siswa per tahun. Mayoritas siswa yang diterima masih berada di wilayah yang dekat dengan sekolah, yaitu di area Kelurahan Wonorejo, Rungkut Surabaya. Permasalahan utama yang dimiliki oleh SDI Al-Khoiriyyah adalah aspek informasi sekolah belum berbasis teknologi, adanya keterbatasan penguasaan TI oleh sumber daya manusia sekolah, dan belum memiliki kemampuan dalam mengelola informasi dan promosi sekolah. Menurut Suryani et al. (2020), kegiatan promosi secara efektif dan efisien dapat dilakukan melalui media digital *website*, media sosial dan Instagram. Saat ini, SDI Al-Khoiriyyah Surabaya telah memiliki *website* sekolah dengan url: <http://ww.sdialkhoiriyyahsby.sch.id>, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Website Sekolah

Website tersebut telah dikembangkan pada kegiatan PkM sebelumnya (Supriyanto et al., 2022). Namun, saat ini konten *website* belum lengkap dan kurang menarik. SDI Al-Khoiriyyah juga telah memiliki media sosial Instagram @sdialkhoiriyyah (Gambar 2), namun tidak dikelola dengan baik dan informasinya belum diperbaharui secara berkala. Penyampaian informasi dan promosi masih sering menggunakan cara *offline*, yaitu menyebarkan brosur, membuat *banner* atau spanduk, dan sosialisasi ke TK, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Instagram Sekolah

Pada kegiatan PkM yang pernah dilakukan, terdapat beberapa kegiatan pengelolaan informasi pada *website* dan media sosial sekolah sebagai sarana penyampaian informasi (Pramesti, 2022) (Riki Afriansyah, 2020) (Siswanjaya, 2021). Kegiatan lainnya, terdapat pelatihan kepada mitra UMKM Batik untuk mendesain dan mengelola konten di *feed* instagram menggunakan Canva (Ningrum et al., 2022). Kegiatan tersebut dilakukan untuk menciptakan media komunikasi dengan konsumen, meningkatkan penjualan dan terbangunnya loyalitas konsumen (Fitriani et al., 2022) (Sholeh & Susanti, 2020). Selain itu, terdapat kegiatan pendampingan kepada UMKM untuk memanfaatkan *market place* dan media sosial sebagai

sarana promosi ke masyarakat umum, sehingga meningkatkan penjualan Pribadi et al. (2018) Ningrum et al. (2022) dan juga terdapat penelitian yang menyimpulkan bahwa konten dari media sosial memiliki peranan penting. Konten yang diberikan haruslah informatif, persuasif, dan terorganisir dengan baik (Retnasary et al., 2019).

Berdasarkan kegiatan PkM dan penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa penting dalam mengembangkan dan mengelola konten *website* dan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi untuk meningkatkan nilai jual. Dengan demikian, pelatihan yang ditawarkan pada PkM ini adalah pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain konten informasi yang nantinya akan ditampilkan pada *website* dan media sosial sekolah. Aplikasi Canva dipilih sebagai alat untuk membuat desain konten dalam pelatihan, karena Canva memberikan kemudahan bagi para peserta untuk membuat konten informasi dan promosi secara *online*, tanpa harus mengunduh dan melakukan *install* aplikasi di PC/laptop. Dengan aplikasi Canva maka peserta dapat menyelesaikan permasalahan dalam pengelolaan konten informasi dan promosi secara mudah dengan memanfaatkan fitur *template* instagram dan *website* yang terdapat pada Canva, sehingga harapannya *feed* di instagram dan posting di *website* terlihat menarik dan rapi.

Selain itu, juga dilakukan pendampingan sehingga guru-guru sekolah dapat mengelola konten informasi dengan kualitas yang bagus. Pelatihan dan pendampingan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan para guru, termasuk pengelola admin sekolah dan kepala sekolah, sehingga mampu membuat, mendesain, dan mengelola konten informasi dan promosi di *website* dan media sosial menggunakan aplikasi desain Canva. Dampak yang diharapkan dari kegiatan PkM adalah para guru dan pengelola admin sekolah mampu menyampaikan informasi yang lebih luas, lebih cepat, terkini, efektif, dan efisien kepada masyarakat umum (Rochman et al., 2020).

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan pengelolaan konten informasi dan media promosi sekolah dilaksanakan pada tanggal 19 Mei 2022, di kampus Universitas Hayam Wuruk (UHW) Perbanas Surabaya, yaitu di ruang laboratorium komputer gedung C lantai 4 ruang 406. Peserta pelatihan ini adalah para guru dan staf administrasi SD Islam Al-Khoiriyyah, yang terdiri dari 9 peserta. Beberapa guru yang diundang tidak dapat mengikuti pelatihan dikarenakan pada jadwal yang sama ada agenda kegiatan di Sekolah. Selain pelatihan, juga dilakukan pendampingan selama 2 bulan yang dilaksanakan di Sekolah SD Islam Al-Khoiriyyah. Pendampingan dilaksanakan untuk memastikan ketercapaiannya peningkatan kemampuan dan keterampilan peserta dalam mendesain dan mengelola konten informasi pada media

promosi mereka menggunakan aplikasi Canva. Berikut ini merupakan metode pelaksanaan dari kegiatan PkM ini:

1. Tahap 1: Observasi & Wawancara

Kegiatan PkM ini diawali dengan melakukan observasi dan wawancara. Tim PkM melakukan kunjungan secara langsung ke Sekolah SD Islam Al-Khoiriyyah selama 5 hari untuk mengamati kondisi sekolah, seperti ruang guru, kelas, aula, lab, dan fasilitas sekolah lainnya. Sedangkan, untuk wawancara dilakukan kepada kepala sekolah, yaitu Bapak Nur Cholis untuk mengetahui kegiatan promosi sekolah yang telah dilakukan selama ini.

2. Tahap 2: Analisis

Selanjutnya, tim PkM melakukan analisis kebutuhan promosi sekolah mengacu pada hasil observasi dan wawancara. Dengan adanya analisis, maka diharapkan luaran dari pelatihan ini dapat bermanfaat dan sesuai kebutuhan sekolah.

3. Tahap 3: Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya memaksimalkan pengelolaan konten informasi, kemudian mendemostrasikan cara penggunaan dan fungsi dari fitur-fitur pada aplikasi Canva. Sebelum memberikan pengetahuan tersebut, peserta diberikan soal *pre-test* untuk mengetahui wawasan peserta sebelum pelatihan.

4. Tahap 4: Eksplorasi Canva oleh Peserta

Selanjutnya, peserta pelatihan akan diminta untuk mengeksplorasi aplikasi Canva melalui pembuatan *banner* sederhana. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peserta dapat mengaplikasikan fitur-fitur yang ada di Canva untuk keperluan membuat konten informasi. Setelah pelatihan berakhir, maka sebagai bahan evaluasi, peserta diberikan soal *post-test*.

5. Tahap 5: Pendampingan

Tahap akhir dari pelaksanaan PkM adalah dilakukan pendampingan kepada guru dan pengelola admin sekolah selama dua bulan, dengan harapan dapat membantu para peserta dalam mengembangkan kemampuannya untuk mengelola informasi dan promosi sekolah dengan cara yang lebih menarik dan informatif. Pada proses pendampingan, tim PkM menyebarkan kuesioner (survei) dengan tujuan untuk mengetahui peningkatan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh peserta. Kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang mencakup 3 indikator, yaitu kemudahan, kebermanfaatan dan penerimaan teknologi informasi. Berikut adalah konversi skor yang digunakan untuk hasil survei, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Konversi Skor Hasil Survei

Skor	Hasil
$1,0 \leq \text{skor} \leq 1,8$	Sangat tidak setuju
$1,8 < \text{skor} \leq 2,6$	Tidak setuju
$2,6 < \text{skor} \leq 3,4$	Ragu-Ragu
$3,4 < \text{skor} \leq 4,2$	Setuju
$4,2 < \text{skor} \leq 5$	Sangat Setuju

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Observasi dan Wawancara

Kegiatan PkM ini diawali dengan observasi dan wawancara secara langsung dengan melakukan kunjungan di Sekolah SDI Al-Khoiriyyah. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa kondisi fasilitas sekolah ini terbilang kurang. Jumlah ruangan tidak banyak, ruang guru dan ruang kelas yang ada tidak cukup luas. Adapun ruang lab komputer, namun jumlah komputer yang ada sekitar 6 buah saja. Menurut Bapak Nur Cholis Saleh selaku kepala sekolah dan Ibu Dyah selaku perwakilan guru yang merangkap sebagai staff administrasi, menyatakan bahwa media promosi online SDI sudah ada, namun belum digunakan secara maksimal. Selama ini promosi dimaksimalkan secara offline melalui penyebaran brosur, sosialisasi ke TK. Media promosi online yang dimiliki sekolah adalah instagram dan website. Para guru belum terampil dalam menyediakan konten informasi yang menarik dan informatif.

2. Tahap Analisis

Setelah mengetahui kondisi dan permasalahan sekolah, tim PkM melakukan analisis. Hasil analisis menunjukkan bahwa sumber daya manusia yang ada pada SDI Al-Khoiriyyah belum melek teknologi dan belum memahami pentingnya penyebaran informasi sekolah melalui media promosi online. Sementara itu, sekolah yang memanfaatkan media promosi online secara maksimal dapat memperkenalkan profil sekolah mereka kepada masyarakat luas sehingga memungkinkan memperoleh peserta didik/siswa dalam jumlah yang banyak. Selain itu, jika media promosi dikelola dengan baik, yaitu memberikan informasi terbaru, informatif, dan tampilannya menarik, maka juga akan memberikan daya tarik bagi orang tua untuk mendaftarkan anaknya bersekolah di SDI Al-Khoiriyyah. Dengan demikian, tim PkM melakukan pelatihan dan pendampingan pengelolaan konten informasi media promosi sekolah.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan yang dilaksanakan di kampus Universitas Hayam Wuruk (UHW) Perbanas Surabaya, meliputi: pemberian materi tentang (1) mengenal jenis informasi; (2) pentingnya informasi bagi promosi; (3) mengelola informasi berbasis digital; dan (4) membuat informasi lebih menarik dengan aplikasi Canva, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

Pada Gambar 3 merupakan dokumentasi dari kegiatan pelatihan yang dilaksanakan. Pelatihan mengenal jenis informasi memberikan gambaran kepada peserta tentang jenis-jenis informasi yang perlu dikelola dan dibutuhkan oleh pengguna informasi. Selanjutnya diberikan materi pengetahuan tentang pentingnya memaksimalkan pengelolaan konten informasi dalam kegiatan promosi, agar peserta mampu mengembangkan informasi sekolah untuk kebutuhan promosi. Pengelolaan informasi sangat memudahkan dengan adanya teknologi digital, sehingga dalam PkM diberikan materi membuat informasi dengan bantuan aplikasi Canva. Selain itu, para peserta diberikan pengetahuan tentang pentingnya memperbaharui posting di Instagram dan *website* secara berkala. Konten informasi dan promosi perlu dikelola dengan baik agar informasi atau berita terkini dari sekolah selalu tersampaikan secara *update* kepada masyarakat umum. Semakin menarik suatu informasi dan semakin sering informasi tersebut dilakukan *update* secara berkala, maka berdampak pada keberadaan SDI Al-Khoiriyyah yang semakin dikenal oleh masyarakat umum. Selama pelatihan berlangsung, para peserta antusias, aktif, banyak yang menyampaikan pertanyaan.

4. Tahap Eksplorasi Canva

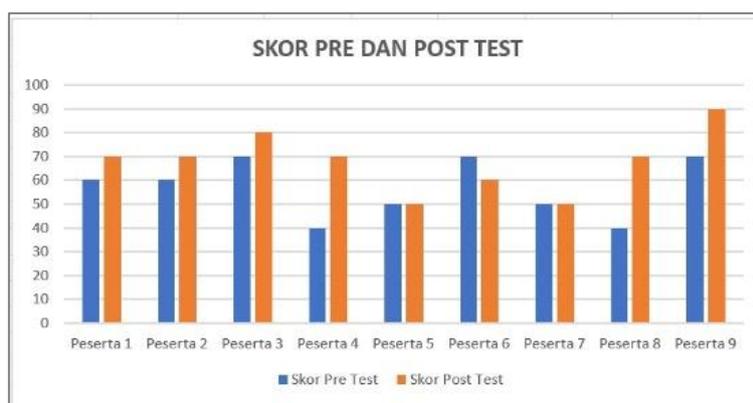
Setelah pemberian materi selesai, maka para peserta diberi kesempatan untuk mengeksplorasi aplikasi Canva. Eksplorasi dilakukan selama 1 jam. Selama eksplorasi, para peserta aktif bertanya ketika mengalami kesulitan dalam mengakses dan menggunakan Canva. Banyak sekali fitur-fitur yang peserta eksplor. Berikut contoh hasil karya peserta pelatihan dalam membuat bahan informasi dengan aplikasi Canva dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil karya peserta saat pelatihan

Berdasarkan hasil desain para peserta (Gambar 4), dapat disimpulkan bahwa mereka telah mampu menggunakan aplikasi Canva dengan baik, walaupun desain masih belum terlalu bagus. Namun para guru masih memiliki banyak waktu untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap fitur-fitur dari aplikasi Canva. Keterampilan peserta dalam mengelola informasi dengan aplikasi Canva akan ditingkatkan pada saat pendampingan.

Pada kegiatan pelatihan ini, peserta diberikan soal *pre-test* diberikan sebelum pelatihan dan soal *post-test* setelah pelatihan selesai. Hasil *pre-test* dan *post-test* pada Gambar 5, menunjukkan peningkatan kemampuan para peserta dalam memahami pentingnya mengelola informasi dengan benar dan menyajikan informasi yang menarik. Disamping itu, informasi yang disajikan dalam konten *website* dan media sosial menjadi lebih baik dan informatif, baik dalam bentuk tulisan/teks maupun gambar-gambar yang disajikan, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Skor hasil *pre-test* dan *post-test*

Pada Gambar 5 dapat dijelaskan bahwa terdapat 6 peserta yang pengetahuannya meningkat setelah diberikan pelatihan tentang pengelolaan konten informasi pada media promosi. Namun juga ada 1 peserta yang pengetahuannya menurun, dan juga ada 2 peserta yang pengetahuannya

sama setelah mengikuti pelatihan. Untuk peserta yang hasil skornya dari *pre-test* ke *post-test* mengalami penurunan, kemungkinan dikarenakan kurang berkonsentrasi selama pelatihan berlangsung. Namun, jika dirata – rata secara keseluruhan, maka ada peningkatan pengetahuan peserta sebelum mendapatkan pelatihan dan setelah pelatihan sebesar 17,5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa para peserta merasa terbantu dengan adanya pelatihan yang sudah dilakukan.

5. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Setelah selesai kegiatan pelatihan, tim melanjutkan kegiatan PkM dengan mengadakan pendampingan selama dua bulan seperti Gambar 6. Pendampingan dilakukan di SDI Al-Khoiriyyah, para guru dan tenaga admin diperkenankan untuk menghubungi tim PkM secara *online* melalui chat WA/ telepon apabila ada kesulitan dalam membuat konten media sosial dan *website* dengan aplikasi Canva, seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Kegiatan Pendampingan ke SDI Al-Khoiriyyah

Selama pendampingan berlangsung, keterampilan para peserta dalam membuat dan mengelola konten informasi semakin hari semakin meningkat, sehingga dalam pelaksanaannya tim PkM hanya memberikan saran terkait desain konten yang nantinya akan diunggah pada media sosial dan *website* sekolah, sehingga informasi yang disampaikan dapat menarik dan informatif.

Pendampingan yang dilakukan oleh Tim PkM dan Mahasiswa memberikan dampak positif dari kegiatan PkM yaitu para peserta dapat mengelola informasi dan promosi di akun *website* dan instagramnya dengan lebih menarik dengan bantuan aplikasi Canva. Selain itu, aplikasi Canva dapat meningkatkan fungsionalitas dari Instagram dan *website* yang dimiliki oleh sekolah. Hal tersebut didukung dengan PkM sebelumnya, yang juga menyimpulkan bahwa pemanfaatan Canva dapat meningkatkan fungsionalitas media sosial (Komalasari et al., 2021).

Berikut adalah beberapa postingan Instagram yang telah dibuat para peserta (guru) SDI Al-Khoiriyyah setelah mendapatkan pelatihan. Gambar 7 menunjukkan hasil desain Canva yang di posting pada Instagram peserta. Berdasarkan pengamatan pada akun Instagram SDI Al-Khoiriyyah dan akun pribadi guru sekolah, dapat disimpulkan bahwa mereka telah

menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah didapatkan saat pelatihan. Postingan Instagram telah dilakukan *update* secara berkala, seperti terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Posting di Instagram SDI Al-Khoiriyah

Setiap postingan terdapat keterangan (*caption*) yang mendeskripsikan postingan tersebut. Desain gambar juga tampak lebih menarik dari pada sebelumnya. Selain pada akun Instagram, para guru dan pengelola admin SDI Al-Khoiriyah juga memanfaatkan Canva sebagai desain grafis yang diunggah pada *website* sekolah mereka. Dalam *website* tersebut, terdapat sebuah struktur organisasi yang telah didesain menggunakan Canva sebagaimana Gambar 8.



Gambar 8. Struktur organisasi pada website sekolah

Untuk melakukan pengukuran atau evaluasi peningkatan kemampuan dan keterampilan aplikasi Canva oleh para peserta, tim PkM melakukan survei dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta, yang mana kuesioner tersebut meliputi beberapa pertanyaan yang mencakup 3 indikator, antara lain: kemudahan, kebermanfaatan, dan penerimaan teknologi informasi. Berikut adalah hasil survey, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Survei

No	Item Pertanyaan	Skor Terbobot	Hasil
<i>Aspek Kemudahan (Easy of Use)</i>			
1	Saya merasa mudah memilih dan menggunakan template di aplikasi Canva	4,42	Sangat Setuju
2	Saya merasa mudah dalam memasukkan tulisan di aplikasi Canva	3,68	Setuju
3	Saya merasa mudah mengunggah dan memasukkan gambar / foto pada desain saya di Canva	3,69	Setuju
4	Saya merasa mudah menggunakan elemen atau grafis pada desain saya di Canva	3,45	Setuju
5	Saya merasa mudah dalam mengubah atau mengedit (template, warna, gambar) desain saya di Canva	3,78	Setuju
6	Saya merasa mudah dalam menyimpan hasil desain dalam bentuk JPEG / PNG	3,65	Setuju
<i>Aspek Kebermanfaatan (Usefulness)</i>			
1	Saya merasa terbantu dengan adanya pelatihan dan pendampingan penggunaan Canva	4,50	Sangat Setuju
2	Saya merasa bekerja lebih mudah dalam mendesain dan mengelola konten informasi	4,47	Sangat Setuju
3	Saya merasa Canva dapat meningkatkan kreativitas dalam hal mendesain konten informasi	3,56	Setuju
4	Saya merasa Canva dapat membantu saya dalam menyediakan konten informasi yang menarik dan informatif	4,54	Sangat Setuju
<i>Aspek Penerimaan Teknologi Informasi (Acceptance of IT)</i>			
1	Saya merasa nyaman menggunakan Canva	4,76	Sangat Setuju
2	Saya merasa bahwa Canva menyediakan template dan fitur – fitur lainnya yang saya butuhkan	4,70	Sangat Setuju
3	Saya merasa Canva mudah untuk diakses	4,34	Sangat Setuju
4	Saya akan menggunakan Canva dalam durasi yang panjang	4,78	Sangat Setuju

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata skor terbobot dari indikator kemudahan sebesar 3,77. Skor tersebut menunjukkan bahwa para peserta merasa mudah dalam mengoperasikan fitur – fitur Canva, seperti menggunakan template, elemen, grafis, memasukkan, mengedit, menyimpan hasil desain. Untuk indikator kebermanfaatan, rata-rata skor terbobot sebesar 4,27 yang menunjukkan para peserta sangat setuju bahwa Canva sangat bermanfaat dalam pembuatan konten informasi media promosi sekolah yang menarik dan informatif. Selanjutnya, rata-rata skor terbobot indikator penerimaan teknologi informasi sebesar 4,64 yang menunjukkan

para peserta sangat setuju bahwa mereka merasa nyaman dan akan menggunakan Canva dalam durasi panjang.

D. SIMPULAN DAN SARAN

SDI Al-Khoiriyyah Surabaya merupakan sekolah yang terbelang tertinggal jaman di era digital yang semuanya serba berbasis teknologi. Namun, SDI Al-Khoiriyyah ini memiliki potensi untuk menerapkan teknologi di setiap aspek pembelajaran dan juga penyampaian informasi dan promosi ke masyarakat umum. Para guru memiliki semangat dalam mengembangkan sekolah menjadi sekolah yang siap bersaing di era digital sekarang ini. Semangat para guru terlihat dari rata-rata hasil skor *pre-test* dan *post-test* pelatihan yang mengalami peningkatan sebesar 17,5%. Selain itu, berdasarkan hasil survei dapat disimpulkan bahwa para peserta memiliki kemampuan dan keterampilan yang meningkat dalam hal pengelolaan konten informasi pada media promosi mereka, yaitu instagram dan website menggunakan aplikasi Canva. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata skor terbobot indikator kemudahan sebesar 3,77 (peserta setuju bahwa Canva mudah digunakan), indikator kebermanfaatan 4,64 (peserta sangat setuju bahwa Canva memberikan manfaat), indikator penerimaan teknologi informasi 4,64 (peserta sangat setuju bahwa Canva memberikan rasa nyaman ketika digunakan). Dengan demikian, para peserta dapat meningkatkan fungsionalitas dan memaksimalkan penggunaan instagram dan website sebagai media promosi. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk kegiatan PkM selanjutnya adalah memberikan pelatihan tentang bagaimana mengelola keamanan pada *website* dan media sosial yang dimiliki oleh SDI Al-Khoiriyyah Surabaya agar aman dari serangan *malware* dan sejenisnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PkM ucapkan terima kasih kepada kepala sekolah SDI Al-Khoiriyyah Surabaya telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan di sekolah. Terima kasih atas waktu dan kesempatan yang telah diberikan kepada kami, sehingga kami dapat menggali informasi terkait kondisi saat ini, informasi terkait kebutuhan sekolah dimasa mendatang, serta pelaksanaan pelatihan. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada PPPM Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan dana dan fasilitas pelatihan serta sarana pendampingan kepada Tim dalam melaksanakan kegiatan PkM.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, G., & Tjendrowaseno, T. I. (2017). Website Profil Sekolah Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *IJNS - Indonesian Journal on Networking and Security*, 4(1), 37–41.
- Fitriani, L. D., Hasanah, N., Dewi, U., Hudiwinarsih, G., Riqqoh, A. K., Purnamasari, L., & Soebijanto, A. (2022). Konten Media sosial Campaign Dalam

- Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *Gervasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 464–476.
- Huda, I. A. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Terhadap Kualitas Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121–125. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v1i2.622>
- Komalasari, Y., Muharrom, M., & Sumbaryadi, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Fungsionalitas Media Sosial Pada Pengurus dan Anggota Karang Taruna Kel . Kebon Bawang. *Abditeknika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 71–77.
- Muazaroh, M., Supriyati, S., Nurhadi, M., Hanandry, T., & Hafidz, M. Al. (2022). Pembelajaran Digital Guna Mendukung Guru Ekonomi Menjadi Pembelajar Kreatif Di Era Pandemi. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(1), 31–36.
- Ningrum, N. K., Umami, Z., & Andono, P. N. (2022). Pengelolaan Konten Digital Menggunakan Canva pada Industri Kecil Menengah Batik Semarangan Digital Content Management Using Canva for Small Media Medium Inustri of Batik Semarangan. *JUDIMAS (Jurnal Inovasi Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 3(1), 20–28.
- Pramesti, A. M. (2022). Pengelolaan Website dan Media Sosial di SMK Negeri 4 Surakarta Azzahra Maya Pramesti. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*, 5(2), 54–68.
- Pribadi, A., Ghozali, K., Hidayanto, B. C., Hafidz, I., Muqtadiroh, F. A., Hafidz, M. Al, Sintiya, E. S., Puspitaningrum, A. C., & Sari, R. (2018). Pelatihan Teknik Social Media Marketing sebagai Sarana Pemasaran Produk pada Konveksi Kerudung ‘Al- Kattar’ Di Kelurahan Merjosari, Malang. *Sewagati, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat – LPPM ITS*, 2(1), 53–59.
- Purnasari, Pebria Deni Sadewo, Y. D. (2019). Strategi Pembelajaran Pendidikan Dasar di Perbatasan pada Era Digital. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1683–1688.
- Retnasary, M., Setiawati, S. D., Fitriawati, D., & Anggara, R. (2019). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Digital Marketing Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 76–83.
- Riki Afriansyah. (2020). Pembuatan Portal Website Sekolah Sma Negeri 1 Sungailiat Sebagai Media Informasi. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 154–160. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i1.4413>
- Rochman, A., Hanafri, M. I., & Wandira, A. (2020). Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source. *AJCSR [Academic Journal of Computer Science Research]*, 2(1), 46–51.
- Sholeh, M., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM. *Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430–436.
- Siswanjaya. (2021). Penggunaan Canva Pada Pembelajaran Berbasis Proyek Untuk Meningkatkan Keterampilan Dan Motivasi Menulis Siswa. *Jurnal Didaktika Pendidikan Dasar*, 5(2), 421–442. <https://doi.org/10.26811/didaktika.v5i2.259>
- Supriyanto, H., Nurhadi, M., Prasetya, M. S., Hermansyah, D., & Puspitaningrum, A. C. (2022). Pembuatan Media Informasi Digital Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Sekolah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.9929>
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-Marketing Bagi UMKM: Strategi Periklanan, Website, & Media Sosial*. CV. Jakad Media Publishing.