

Pelatihan pembuatan desain logo/merek/*template design* promosi dengan aplikasi Canva di kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan

Nafiah Ariyani, Mira Septiani, Tanjung Prasetyo

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Indonesia

Penulis korespondensi: Mira Septiani

E-mail: miraseptiani792@gmail.com

Diterima: 19 Agustus 2024 | Direvisi: 10 September 2024 | Disetujui: 10 September 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Perkembangan teknologi *digital* yang pesat memaksa pelaku UMKM harus mampu berkomunikasi secara *visual* dengan pelanggan maupun calon pelanggan. Logo merupakan salah satu bentuk representasi komunikasi *visual*, oleh karenanya pembuatan desain logo yang tepat menjadi penting karena dapat menjadi media promosi yang baik. Aplikasi Canva menjadi salah satu aplikasi teknologi yang memudahkan pelaku UMKM membuat desain logo yang tepat dan murah. Sebagai upaya untuk berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM, maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini dilakukan. Kegiatan PKM dilakukan di Kelurahan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Kegiatan ini dilakukan menggunakan metode ceramah, praktik desain logo dan evaluasi menggunakan *pretest* dan *posttest*. Mitra kegiatan PKM ini berjumlah 44 orang. Hasil evaluasi menunjukkan nilai rata-rata pengetahuan mitra sebelum dilakukan pelatihan sebesar 22,27% dan setelah dilakukan pelatihan nilai rata-rata pengetahuan mitra menjadi 95,45% sehingga terjadi peningkatan pengetahuan mitra tentang aplikasi Canva sebesar 73,18%.

Kata kunci: desain grafis; canva; UMKM.

Abstract

The development of digital technology forces MSMEs to be able to communicate visually with customers and potential customers. A logo is a form of visual communication representation; therefore, creating the right design is essential because it can be an excellent promotional medium. The Canva application is a technology application that makes it easier for MSMEs to develop appropriate and cheap logo designs. As an effort to contribute to improving the capabilities of MSME actors, this community service (PKM) activity was carried out. PKM activities were carried out in Kebayoran Lama Village, South Jakarta. This activity was carried out using the socialization method, logo design practice and evaluation using *pretest* and *posttest*. There are 44 partners for this PKM activity. The evaluation results show that the average partner knowledge value before the training was 22.27% and after the training the average partner knowledge value was 95.45%, increasing partner knowledge about Canva by 73.18%.

Keywords: graphic design; canva; MSMEs.

PENDAHULUAN

Dalam era *digital* yang semakin berkembang, desain grafis menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi *visual* (Alia et al., 2024). Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi *visual* dalam bentuk pesan dengan menggunakan beragam elemen, meliputi tipografi, ilustrasi, dan fotografi pada berbagai media (Jonathan & Valentina, 2023). Dalam membuat desain grafis, dibutuhkan perantara berupa aplikasi yang dapat dipakai membuat desain grafis (Widyana & Waluyanto, 2022). Aplikasi Canva menjadi salah satu aplikasi teknologi yang memudahkan pelaku usaha dalam membuat desain grafis, terutama dalam pembuatan logo untuk keperluan promosi produk (Noviandari et al.,

2024). Canva merupakan aplikasi praktis yang dapat dioperasikan melalui *desktop web* maupun perangkat *mobile*. Aplikasi Canva sendiri memiliki versi berbayar dan versi gratis yang menyediakan ribuan *template*, termasuk untuk pembuatan logo, poster, konten sosial media.

Menurut Satu Data Indonesia (SDI) yang dapat diakses melalui <https://www.data.go.id/>, jumlah UMKM terdigitalisasi di Jakarta pada triwulan 1 Tahun 2024 sekitar 59.97%, artinya masih terdapat sekitar 40,03% UMKM yang belum terdigitalisasi. Sebagai upaya dalam mengimbangi persaingan pasar saat ini, pelaku UMKM haruslah terus melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas produk maupun jasanya (Ariescy et al., 2021). Inovasi produk tidak hanya tentang menciptakan atau mengembangkan sesuatu produk yang baru dan asli (Rosmegawati, 2022). Bentuk inovasi tersebut salah satunya dapat dilakukan dengan penguatan merek produk (*branding*) (Viano et al., 2023). Melalui *branding* produk, UMKM dapat mempresentasikan pembaruan dan perubahan dalam beberapa hal baik pada produk ataupun UMKM tersebut (Nastain, 2017). Menurut Arifudin et al. (2021) secara garis besar, *branding* produk untuk UMKM meliputi nama merek dagang, logo, *visual*, desain kemasan, slogan atau *tagline*. Logo dalam UMKM juga sangat penting tujuannya yaitu agar penjual memiliki merek atau brand sendiri dan juga dengan adanya logo produk yang dijual dapat dikenal oleh kalangan masyarakat (Suwandi et al., 2023).

Ainun et al. (2023) menyatakan logo adalah representasi *visual* dari identitas merek dalam bentuk videogram, simbol, lambang, ikon, atau tanda. Logo yang baik harus memiliki ciri-ciri tertentu untuk membedakan dengan produk lain baik berupa warna, bentuk, maupun tipografinya (Suwandi et al., 2023). Pembuatan desain logo kemasan suatu produk yang tepat merupakan salah satu hal yang sangat penting karena logo pada kemasan produk merupakan salah satu media promosi yang baik (Novitasari et al., 2022).

Mayoritas pelaku UMKM di Indonesia sudah membuat merek produk namun belum memiliki keterampilan desain yang dapat memberikan informasi produk karena belum memenuhi teori komunikasi penjualan (Zettira et al., 2022). Hal ini sesuai dengan keadaan pada mayoritas para pelaku UMKM di Jakarta, khususnya di Kecamatan kebayoran lama. Pelaku UMKM di wilayah ini masih kurang mengenal peran penting logo sebagai salah faktor kunci dalam meningkatkan penjualan. Solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah mengadakan pelatihan tentang pentingnya logo dan cara membuat desain grafis logo sederhana yang merepresentasikan keunggulan produk mereka. Salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan desain grafis bagi UMKM adalah dengan menggunakan aplikasi *online* yang mudah digunakan dan gratis seperti aplikasi Canva (Endra et al., 2024). Oleh karena itu, mengadakan pelatihan tentang *design* logo dengan aplikasi Canva untuk UMKM di Jakarta, khususnya di Kelurahan Kebayoran Lama merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sangat relevan, karena dapat membantu UMKM mengadopsi teknologi *digital* untuk memperkuat daya saing bisnis mereka.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode ceramah dan praktek, yang dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Metode ceramah dilakukan untuk sosialisasi tentang pentingnya *branding* dan pengenalan desain grafis dan aplikasi Canva. Materi sosialisasi meliputi: (1) gambaran umum *design* grafis dan canva, (2) kesalahan dan *tips* dalam mendesain, serta (3) langkah-langkah penggunaan aplikasi Canva. Ditengah sosialisasi juga berlangsung tanya jawab dan untuk dokumentasi kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

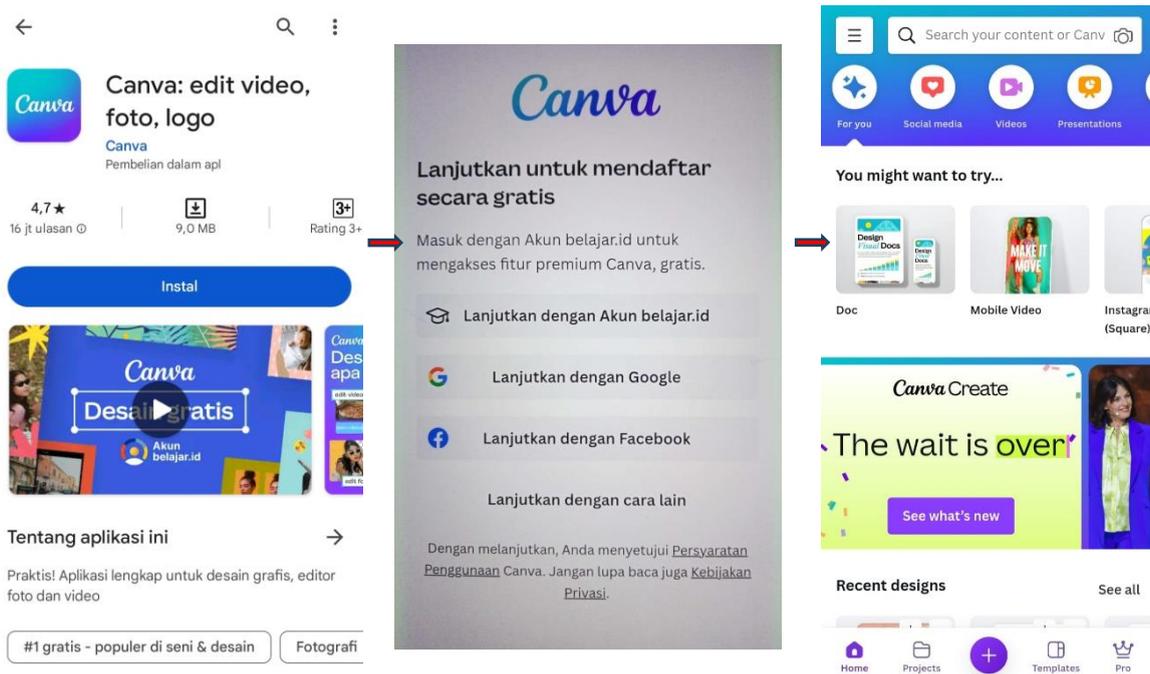
Pelatihan pembuatan desain logo/merek/*template design* promosi dengan aplikasi Canva di kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi

Tahapan ini diakhiri dengan sesi tanya jawab dan diskusi untuk memberikan kesempatan kepada mitra mengajukan pertanyaan dan mendiskusikan tantangan yang mitra hadapi berkaitan dengan *branding* produk mereka.

Praktik desain logo menggunakan aplikasi Canva dilakukan oleh seluruh mitra dipandu oleh instruktur. Praktik ditujukan agar mitra mampu membuat desain logo mulai dari fitur sederhana hingga lanjutan dan mitra diberikan waktu membuat desain logo produk mereka sendiri. Pada tahap ini seluruh mitra mempraktekkan cara membuat desain logo menggunakan gawai masing-masing. Adapun langkah-langkah pembuatan logo pada aplikasi canva disajikan pada Gambar 3 - 5.



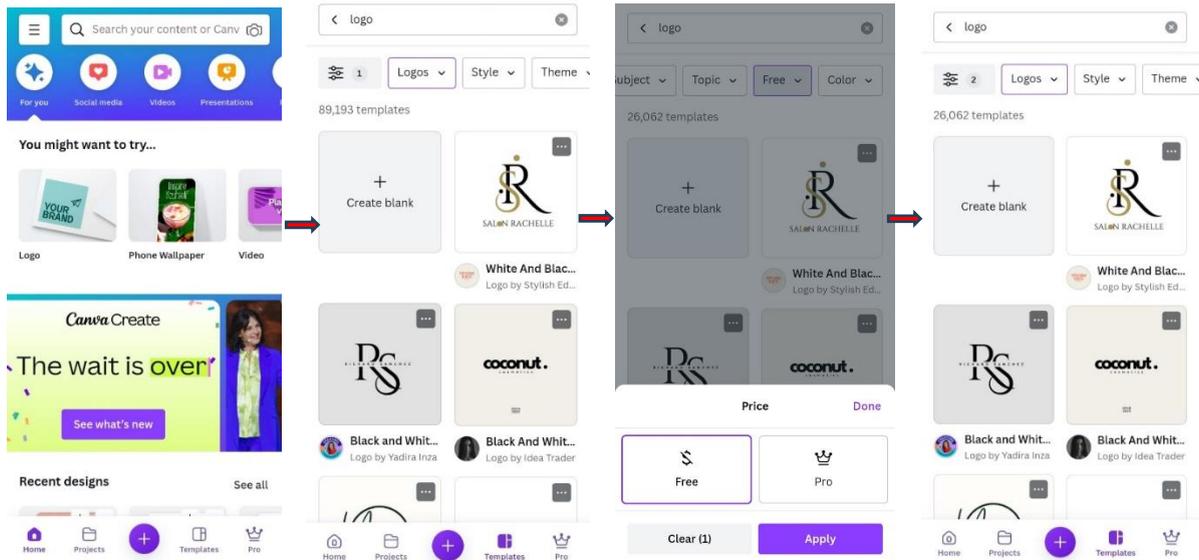
Unduh Aplikasi Canva

Lanjutkan Dengan Google

Canva Siap Digunakan

Gambar 3. Pengunduhan Aplikasi Canva

Pelatihan pembuatan desain logo/merek/*template design* promosi dengan aplikasi Canva di kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan



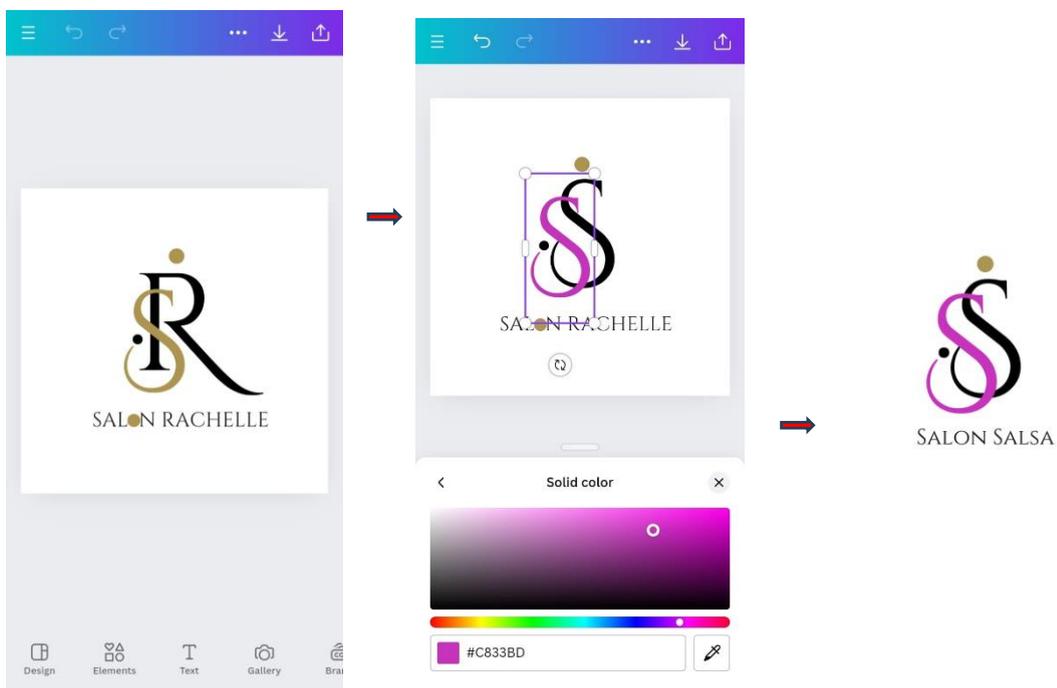
Jelajah Canva, Pilih “Logo”

Terdapat 89.193 Template Yang Bisa Digunakan

Pada Menu Price, Pilih “Free” Jika Ingin Versi Gratis

Terdapat 26.062 Template Gratis Yang Bisa Digunakan

Gambar 4. Pemilihan *Template Logo*



Pilih Template Sesuai Karakter Bisnis

Mulai Edit Template Seperti Warna, Font, Text, dsb.

Jika Sudah Selesai Mengedit, Silahkan Unduh dan Periksa Gambar Pada Galeri Ponsel.

Gambar 5. Contoh Memulai *Design Logo*

Evaluasi kegiatan merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengetahui penguasaan mitra terhadap materi yang disampaikan. Evaluasi sekaligus digunakan untuk mendapatkan *feedback* dari mitra atas pelaksanaan kegiatan dan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan PKM. Evaluasi kegiatan ini dilakukan menggunakan kuesioner *pretest* dan *posttest*. Kuesioner tersebut meliputi pertanyaan tentang: (1) Fungsi Canva, (2) Keunggulan Canva, (3) Elemen desain logo pada Canva, (4) Tujuan penggunaan Canva, dan (5) Mencari *template* desain Canva. Analisis data dilakukan menggunakan Paired Sample T-Test untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan secara signifikan pengetahuan mitra tentang Canva antara sebelum dilakukan pelatihan dengan setelah selesainya kegiatan. Analisis Paired Simple T-Test dibantu Software SPSS versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh kegiatan dilakukan melibatkan pendekatan langsung kepada masyarakat. Kegiatan ceramah dilakukan pada tanggal 06 Juni 2024 bertempat di RPTRA (Ruang Publik Terpadu Ramah Anak) Kampung Perigi, Kelurahan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM di wilayah Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan berjumlah 44 orang. Pemilihan mitra ditentukan melalui metode *purposive sampling* dengan kriteria: pemilik UMKM yang menjalankan usaha di wilayah Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan.

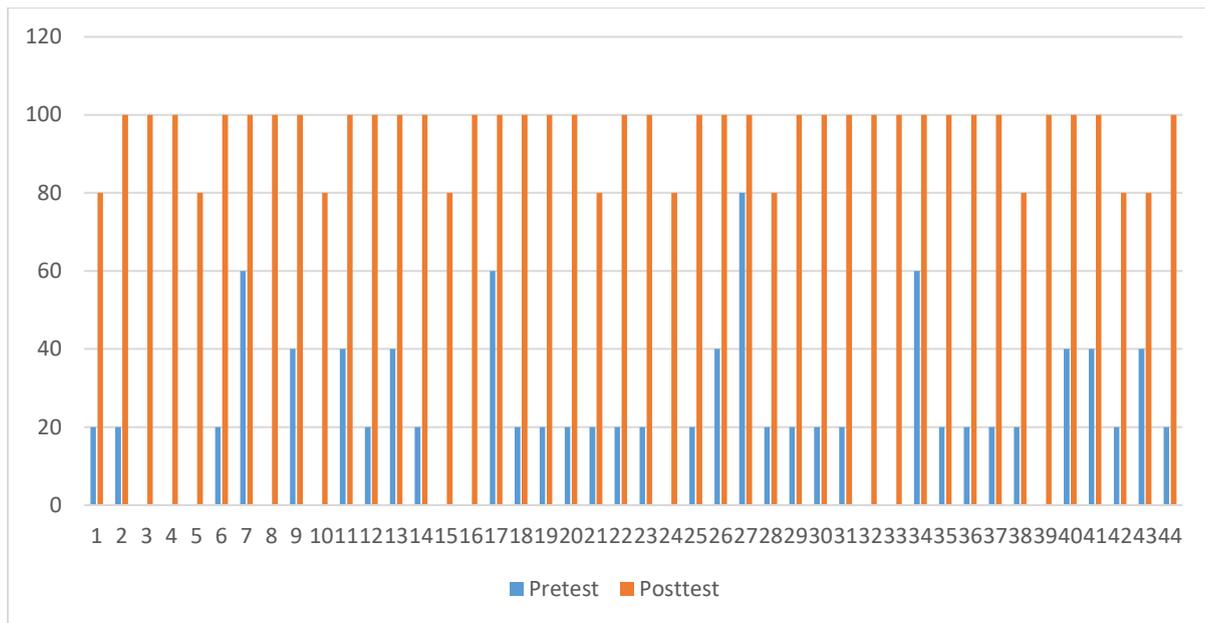
Kegiatan PKM ini telah berhasil melatih mitra membuat logo dengan menggunakan aplikasi Canva. Contoh logo yang dibuat mitra seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Design Logo Yang Berhasil Dibuat Beberapa Mitra

Ibu Nuri mitra PKM pemilik usaha “Nuri laundry” mengungkapkan bahwa sebelum dilakukan pelatihan pembuatan desain logo dengan Canva, untuk logo usahanya sendiri sudah ada, tetapi logo tersebut tidak dapat merepresentasikan usahanya sehingga ingin mengganti logonya. Dengan adanya kegiatan PKM ini, Ibu Nuri sangat terbantu khususnya dalam pembuatan desain logo yang dapat merepresentasikan usahanya tersebut. Tidak hanya Ibu Nuri, seluruh mitra dalam kegiatan ini sangat antusias dan merasa terbantu karena mitra sekarang tahu akan pentingnya logo yang dapat merepresentasikan usaha mereka.

Dari evaluasi kegiatan menggunakan kuesioner *pretest* dan *posttest* terdapat perubahan pengetahuan mitra tentang aplikasi Canva antara sebelum dan sesudah pelatihan sebagaimana disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Hasil Pretest Dan Posttest

Grafik berwarna biru adalah hasil kuesioner *pretest* kegiatan ini, sedangkan grafik berwarna oranye adalah hasil kuesioner *posttest* kegiatan ini. Dari grafik tersebut dapat dilihat bahwa terjadi perubahan yang cukup jelas dan signifiakn antara sebelum dilakukan pelatihan dengan setelah dilakukan pelatihan. Untuk mengetahui sigifikansi perubahan nilai mitra dilakukan uji beda menggunakan metode *Paired Sample T-Test*. Untuk memenuhi syarat uji *Paired Sample T-Test* sebelumnya telah dilakukan uji normalitas data. Hasil uji normalitas data menunjukkan data berdistribusi normal karena nilai signifikan Shapiro Wilk > 0,05 seperti terlihat dalam tabel 1. Hasil uji *Paired Sample T-Test* pelatihan ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Test Normalisasi Data

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pretest	,298	44	,228	,838	44	,308
Posttest	,477	44	,198	,519	44	,124

a. Lilliefors Significance Correction

Tabel 2. Hasil Paired Sample T-Test

Pair 1	Pretest - Posttest	Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
		-73,182	18,773	2,830	-78,889	-67,474	-25,858	43	,000

Dari Tabel 2 diketahui nilai signifikansi (2-tailed) adalah 0,000 (Sig < 0,05) artinya hasil *pretest* dan *posttest* mengalami perubahan yang signifikan (berarti). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kegiatan

Pelatihan pembuatan desain logo/merek/template design promosi dengan aplikasi Canva di kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan

pengabdian kepada masyarakat ini meningkatkan pemahaman mitra mengenai fungsi desain grafis dan manfaat penggunaan aplikasi canva pada bisnis mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM tentang pelatihan pembuatan desain logo/merek/*template design* promosi dengan aplikasi Canva di Kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan ini, telah mampu meningkatkan pengetahuan mitra baik tentang konsep desain grafis maupun tentang manfaat aplikasi Canva. Hal ini dibuktikan sebagian besar mitra telah dapat mempraktekkan membuat desain logo sendiri. Selain itu juga hasil *pretest* dan *posttest* yang menunjukkan kenaikan yang signifikan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Sahid yang berkolaborasi dengan Suku Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Administrasi Jakarta Selatan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan PKM ini dan seluruh mitra yang terlibat dalam kegiatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun *Branding* Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V6i1.967>
- Alia, P. A., Prayogo, J. S., Kriswibowo, R., Setyawan, A. B., & Febriana, R. Widha. (2024). Pengembangan Keterampilan Desain Interaktif Dan Serbaguna Dalam Era *Society* 5.0 Dengan Menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi Ipteks*, 2(3), 977–983.
- Ariescy, R. R., Mawardi, A. I., Sholihatin, E., & Aprilisanda, I. D. (2021). Inovasi Pemasaran Produk UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(1), 418–432. <http://jim.unsyiah.ac.id/Ekm>
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai *Branding* Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.31764/Jmm.V5i5.5847>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan *Design* Dengan Canva Untuk UMKM Sebagai Sarana Promosi Produk Di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian Ummk*, 3(1), 32–38. <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu>
- Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023). Peran Desain Grafis Pada Peningkatan *Brand Awareness* Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 108–116. <https://doi.org/10.24912/Jssh.V1i3.28357>
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel*, 5(1), 14–26.
- Noviandari, Ritan, D., & Nugroho, M. K. A. (2024). Pelatihan Membuat Logo Dan Kemasan Menggunakan Aplikasi Canva Pada UMKM Desa Gondang. 827–838.
- Novitasari, D., Marlinda, N. L. P. M., Agetania, N. L. P., Thalib, E. F., & Ratnaningrum, L. P. R. A. (2022). Pelatihan Kolaborasi Membuat Logo Kemasan Produk Menggunakan Aplikasi Canva. *Sinaptek*, 5, 45–52.
- Rosmegawati. (2022). Peran Aspek Pemasaran *Digital* Dalam Penjualan UMKM Pangan. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Borobudur*.
- Suwandi, A., Susanti, & Nisrina. (2023). Pengembangan Logo Pada Produk Sebagai Branding UMKM Di Desa Wisata Kertarahayu. *Journal Of Tourism And Creativity*, 7(2), 108–112. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/index>
- Viano, M. R. O., Saefullah, Moch. A. S., Iskandar, R., Rusmana, O., & Purwanggono, I. (2023). Strategi Inovasi *Branding* Dan *Marketing* Dalam Pengembangan Produk Potensi Desa Dalam Upaya Peningkatan Kognitif Masyarakat Desa Neglasari Kecamatan Cisompet Kabupaten Garut. *Masyarakat Pariwisata: Journal Of Community Services In Tourism*, 4(1), 26–32. <https://doi.org/10.34013/Mp.V4i1.1360>

Pelatihan pembuatan desain logo/merek/*template design* promosi dengan aplikasi Canva di kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan

-
- Widyana, A. I., & Waluyanto, H. D. (2022). Pengembangan Kreativitas Desainer Melalui Aplikasi Grafis Dalam Perancangan Desain Komunikasi Visual.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/Japd.V2i2.1524>