

Pelatihan Desain Konten Branding Menggunakan Canva untuk Pelaku Usaha Pemula

Silvia Ekasari¹, Elizabeth², Rino Istarno³, Donny Dharmawan⁴, Firman Dera⁵

¹STIE Manajemen Bisnis Indonesia, ²Universitas Budi Luhur, ³Universitas Al-Khairiyah, ⁴Universitas Krisnadwipayana, ⁵Universitas Gorontalo

e-mail: ¹silvia.ekasari@stiembi.ac.id, ²elizabeth@budiuhur.ac.id, ³rino.istarno@unival.ac.id,
⁴donny28dh@gmail.com, ⁵derafirman@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap strategi pemasaran khususnya pada pelaku usaha pemula. Penguatan kemampuan dalam mendesain konten branding menjadi kebutuhan utama untuk meningkatkan daya saing, terutama melalui pemanfaatan media sosial. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha pemula dalam merancang konten branding yang menarik dan profesional dengan menggunakan platform Canva. Metode pelaksanaan meliputi observasi kebutuhan, penyampaian materi melalui sesi pelatihan, pendampingan praktik langsung, serta evaluasi terhadap hasil desain peserta. Kegiatan ini dilaksanakan di lingkungan pelaku usaha pemula yang tergabung dalam komunitas UMKM lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep dasar branding, menerapkan prinsip desain grafis, serta menghasilkan konten promosi yang lebih kreatif dan relevan dengan identitas usaha masing-masing. Evaluasi akhir memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengelola desain konten digital untuk mendukung promosi usaha. Dengan demikian, pelatihan ini berkontribusi pada penguatan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Pelatihan, Desain Konten, Branding, Canva, Pelaku Usaha Pemula

Abstract

The development of digital technology has brought significant changes to marketing strategies, especially for start-up businesses. Strengthening the ability to design branding content has become a key requirement for increasing competitiveness, particularly through the use of social media. This community service program aims to improve the competence of start-up businesses in designing attractive and professional branding content using the Canva platform. The implementation methods include needs assessment, delivering materials through training sessions, hands-on guidance, and evaluating participants' design outcomes. The activity was conducted within the environment of new entrepreneurs who are part of a local SME community. The results of the activity show that participants are able to understand the basic concepts of branding, apply graphic design principles, and produce promotional content that is more creative and relevant to the identity of their respective businesses. The final evaluation shows an increase in participants' understanding and skills in managing digital content design to support business promotion. Thus, this training contributes to strengthening the capacity of entrepreneurs in utilizing digital media as an effective and sustainable marketing tool.

Keywords: Training, Content Design, Branding, Canva, Start-up Entrepreneurs.

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung pesat dalam dua dekade terakhir telah mengubah pola interaksi masyarakat dalam berbagai bidang, termasuk sektor pemasaran dan pengembangan usaha [1]. Media sosial hadir sebagai platform strategis yang memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan promosi, membangun citra merek, serta meningkatkan keterlibatan konsumen secara lebih efektif [2]. Dalam konteks tersebut,

kemampuan menghasilkan konten visual yang menarik dan merepresentasikan identitas usaha menjadi faktor penting dalam upaya meningkatkan daya saing khususnya bagi pelaku usaha pemula yang masih dalam tahap pengembangan pasar [3].

Pelaku usaha pemula umumnya menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya, baik secara finansial maupun kompetensi, terutama dalam bidang desain grafis yang dibutuhkan untuk mendukung strategi branding [4]. Minimnya keterampilan dalam menciptakan konten digital menyebabkan kualitas promosi yang dihasilkan kurang optimal dan tidak mampu bersaing dengan pelaku usaha lain yang telah memanfaatkan teknologi desain secara maksimal. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa pelatihan yang dapat membantu meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam merancang konten branding yang lebih profesional, kreatif, serta sesuai dengan karakteristik usaha yang dijalankan [5].

Canva merupakan salah satu platform desain grafis berbasis web yang menawarkan kemudahan dalam pembuatan berbagai materi promosi seperti poster, katalog, logo, dan konten media sosial [6]. Fitur yang intuitif, ketersediaan beragam template, serta fleksibilitas penggunaan menjadikan Canva sebagai alat yang relevan untuk diadopsi oleh pelaku usaha pemula yang tidak memiliki latar belakang desain [7]. Pemanfaatan Canva dalam pelatihan desain konten branding diharapkan mampu meningkatkan literasi digital peserta dan memfasilitasi mereka untuk menghasilkan materi pemasaran yang memiliki nilai estetika dan pesan yang komunikatif [8].

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam mendukung penguatan kompetensi pelaku usaha pemula melalui peningkatan keterampilan desain konten branding berbasis teknologi digital. Pelatihan dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual mengenai branding serta kemampuan praktis dalam memanfaatkan Canva guna menciptakan konten promosi yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran. Dengan adanya kegiatan ini, pelaku usaha diharapkan mampu melakukan promosi secara lebih mandiri dan efektif, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk dan keberlangsungan usaha dalam persaingan ekonomi digital yang semakin kompetitif.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan pelaku usaha pemula sebagai subjek yang aktif dalam seluruh rangkaian proses pelatihan. Metode pelatihan dirancang secara sistematis dengan tahapan meliputi analisis kebutuhan, pemberian materi, praktik terarah, pendampingan intensif, serta evaluasi capaian kompetensi peserta.

Tahap awal dimulai dengan observasi lapangan dan wawancara singkat untuk mengidentifikasi kapasitas awal peserta dalam mengelola konten digital dan memahami konsep branding. Hasil identifikasi kebutuhan tersebut digunakan sebagai dasar dalam penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan karakteristik serta tingkat kemampuan peserta. Pada tahap pelaksanaan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar branding, prinsip desain grafis untuk media digital, serta peran visual identity dalam strategi promosi usaha. Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif yang memfasilitasi diskusi dan tanya jawab, sehingga peserta memperoleh pemahaman teoritis yang kuat sebelum memasuki praktik.

Tahap praktik terarah dilakukan dengan mengarahkan peserta untuk memanfaatkan platform Canva dalam merancang berbagai bentuk konten promosi seperti poster, katalog

produk, dan desain untuk media sosial. Fasilitator memberikan panduan langkah demi langkah mengenai pemilihan template, pemanfaatan elemen grafis, penggunaan tipografi dan warna, serta penyesuaian desain agar selaras dengan identitas visual usaha masing-masing. Selanjutnya, dilakukan pendampingan intensif untuk memastikan setiap peserta mampu menerapkan materi secara mandiri dalam menghasilkan karya desain yang relevan. Pendampingan ini memungkinkan fasilitator memberikan koreksi langsung terhadap hasil desain peserta dan memberikan masukan konstruktif terkait aspek estetika maupun kesesuaian pesan branding.

Tahap akhir berupa evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan kemampuan peserta baik dalam aspek pemahaman konsep branding maupun keterampilan teknis penggunaan Canva. Evaluasi dilaksanakan melalui penilaian produk desain yang dihasilkan serta angket yang mengukur persepsi peserta terhadap kebermanfaatan pelatihan. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam penyusunan rekomendasi pengembangan program serupa pada masa mendatang. Rangkaian metode tersebut diharapkan mampu memastikan bahwa program pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi turut memperkuat kompetensi praktis pelaku usaha pemula dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung strategi branding dan pemasaran usaha secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan desain konten branding menggunakan Canva yang diikuti oleh pelaku usaha pemula menunjukkan hasil yang positif terhadap peningkatan kapasitas peserta dalam merancang media promosi berbasis digital. Seluruh rangkaian kegiatan yang dilaksanakan secara terstruktur mampu memberikan dampak nyata baik pada aspek pemahaman teoretis mengenai branding maupun keterampilan teknis dalam mengolah elemen visual untuk kebutuhan pemasaran usaha.

Pada tahap awal, berdasarkan hasil observasi dan diskusi kebutuhan, mayoritas peserta belum memiliki pengetahuan yang memadai terkait prinsip desain grafis dan pemanfaatan platform digital untuk promosi. Konten promosi yang sebelumnya digunakan cenderung monoton, kurang memperhatikan konsistensi identitas visual, serta tidak menyampaikan pesan pemasaran secara efektif. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan kompetensi yang perlu diintervensi melalui pelatihan yang tepat sasaran.



Gambar 1. Hasil desain para peserta



Gambar 2. Hasil desain para peserta

Setelah mengikuti sesi materi dan praktik, peserta mampu memahami konsep dasar branding seperti pentingnya membangun visual identity yang konsisten melalui penggunaan warna, tipografi, serta elemen grafis yang sesuai dengan karakter produk atau jasa. Peningkatan pemahaman tersebut ditunjukkan melalui kemampuan peserta dalam menjelaskan kembali fungsi desain konten terhadap citra usaha dan daya tarik konsumen. Selain itu, peserta juga menunjukkan keaktifan dalam sesi diskusi yang menandakan meningkatnya kesadaran akan pentingnya strategi pemasaran digital.

Pada tahap praktik penggunaan Canva, peserta berhasil memproduksi beragam konten desain seperti poster promosi, katalog produk, hingga desain unggahan media sosial yang lebih komunikatif dan menarik. Fasilitator melakukan pendampingan intensif untuk membantu peserta menyesuaikan desain dengan tujuan branding yang ingin dicapai. Hasil desain yang dihasilkan peserta menunjukkan adanya peningkatan kualitas visual baik dari segi estetika maupun kemampuan menyampaikan pesan promosi secara efektif. Peserta juga menjadi lebih percaya diri dalam menerapkan fitur-fitur Canva untuk kebutuhan promosi selanjutnya secara mandiri.

Tabel 1. Profil Peserta Pelatihan

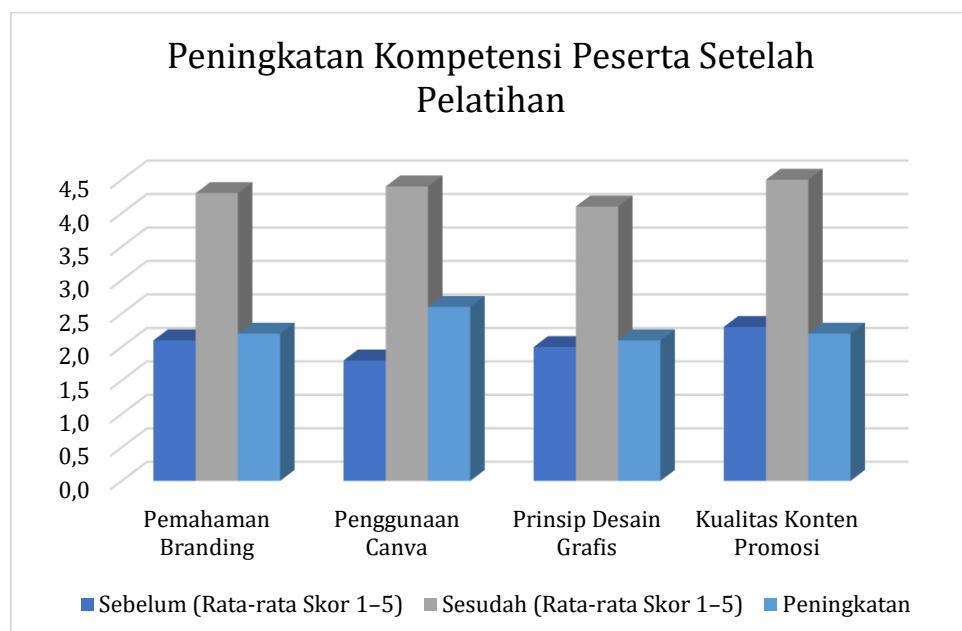
Kategori Usaha	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Kuliner	10	40
Fashion	7	28
Kerajinan	5	20
Lainnya	3	12

Tabel 1 menunjukkan profil peserta pelatihan berdasarkan kategori usaha yang dijalankan. Peserta berasal dari berbagai sektor usaha dengan jumlah keseluruhan sebanyak 25 orang. Sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha di bidang kuliner sebesar 40 persen, disusul peserta dari sektor fashion sebesar 28 persen. Usaha kerajinan menduduki urutan berikutnya dengan persentase 20 persen, sementara kategori lainnya yang mencakup usaha jasa dan perdagangan umum sebesar 12 persen. Variasi bidang usaha tersebut memperlihatkan bahwa kebutuhan peningkatan keterampilan desain konten branding tidak terbatas pada satu sektor tertentu, melainkan menjadi kebutuhan lintas bidang usaha terutama pada pelaku usaha pemula.

Tabel 2. Kompetensi Awal Peserta Sebelum Pelatihan

Aspek Kompetensi	Tingkat Penguasaan Rendah (%)	Tingkat Penguasaan Sedang (%)	Tingkat Penguasaan Tinggi (%)
Pemahaman Branding	72	24	4
Penggunaan Canva	80	20	0
Prinsip Desain Grafis	76	20	4
Kualitas Konten Promosi	68	20	4

Tabel 2 menggambarkan kompetensi awal peserta sebelum mengikuti pelatihan. Pada aspek pemahaman branding, sebanyak 72 persen peserta berada pada kategori penguasaan rendah, menunjukkan bahwa sebagian besar belum memahami konsep visual identity dalam pemasaran. Kondisi serupa terlihat pada kemampuan penggunaan Canva yang berada pada tingkat rendah bagi 80 persen peserta. Aspek prinsip desain grafis juga cenderung belum dikuasai dengan baik, dengan 76 persen peserta berada pada kategori rendah. Kualitas konten promosi yang sebelumnya dihasilkan peserta menunjukkan bahwa 68 persen masih belum memenuhi standar desain yang komunikatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa peserta membutuhkan peningkatan kompetensi secara menyeluruh baik dari pemahaman teoretis maupun keterampilan teknis dalam desain digital.



Gambar 3. Peningkatan Kompetensi Peserta Setelah Pelatihan

Gambar 3 diatas memperlihatkan peningkatan kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan yang diukur menggunakan skala penilaian 1 sampai 5. Seluruh aspek yang dievaluasi menunjukkan peningkatan signifikan. Pemahaman branding meningkat dari skor rata-rata 2.1 menjadi 4.3, sedangkan keterampilan penggunaan Canva meningkat dari 1.8 menjadi 4.4. Prinsip desain grafis yang sebelumnya kurang dikuasai mengalami peningkatan dari skor 2.0 menjadi 4.1. Kualitas konten promosi yang dihasilkan peserta juga menunjukkan peningkatan dari 2.3 menjadi 4.5. Data ini menegaskan bahwa pelatihan telah berhasil meningkatkan kompetensi baik secara konseptual maupun praktik dalam pembuatan desain branding menggunakan Canva.

4. KESIMPULAN

Pelatihan desain konten branding menggunakan Canva bagi pelaku usaha pemula memberikan dampak positif dalam meningkatkan kompetensi peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai media promosi usaha. Peningkatan tersebut terlihat dari kemampuan peserta dalam memahami konsep branding, menerapkan prinsip desain grafis, serta menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan selaras dengan identitas usaha masing-masing. Pelatihan yang dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif

terbukti efektif dalam mengatasi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan awal peserta terkait desain konten digital.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta merasa pelatihan sangat bermanfaat untuk mendukung strategi pemasaran usaha secara mandiri, sehingga mampu mengurangi ketergantungan pada pihak lain dalam pembuatan desain promosi. Selain itu, pelatihan ini turut berkontribusi pada peningkatan daya saing pelaku usaha pemula dalam menghadapi dinamika ekonomi digital yang semakin kompetitif. Dengan demikian, program pengabdian masyarakat ini perlu terus dikembangkan secara berkelanjutan dengan cakupan peserta yang lebih luas. Dukungan pelatihan lanjutan terkait strategi pemasaran digital serta integrasi pemanfaatan media sosial diharapkan dapat memperkuat pemberdayaan pelaku usaha pemula sehingga mampu mengoptimalkan potensi usaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Muhammad, D. Shandy, I. Kurniastuti, and E. Saputro, "Pelatihan Desain Grafis Membuat Logo Menggunakan Canva Kepada UMKM," *Jurnal Abdi Insani*, vol. 12, no. 8, pp. 4166–4172, Aug. 2025, doi: 10.29303/ABDIINSANI.V12I8.2799.
- [2] N. A. A. S. Billah and K. D. K. A. Wardani, "Optimalisasi Digital Branding Kadin Bali Melalui Edukasi Canva Dan Pengelolaan Media Sosial," *Jurnal Abdimas Gorontalo (JAG)*, vol. 6, no. 2, pp. 74–81, Oct. 2023, doi: 10.30869/JAG.V6I2.1214.
- [3] M. Sumo *et al.*, "Pendampingan Desain Logo Produk UMKM dengan Canva untuk Meningkatkan Keterampilan Membranding Digital," *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 3, pp. 659–669, Nov. 2025, doi: 10.36709/AMALILMIAH.V6I3.465.
- [4] P. Permatasari, S. Wahyuningsih, S. Nurcahyono, and W. Ekawanti, "Pendampingan Pelaku Usaha UMKM Makanan dalam Meningkatkan Promosi Digital Melalui Penggunaan Canva pada Bentoday Jakarta Barat," *Karakter: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, vol. 2, no. 3, pp. 125–133, Aug. 2025, doi: 10.61132/KARAKTER.V2I3.1201.
- [5] N. Andari, R. R. A. Putra, L. Aprilianti, P. A. Yohanes, B. Monica, and N. I. Aliyah, "Pengembangan Sumber Daya UMKM melalui Pelatihan Canva untuk Peningkatan Nilai Branding Produk," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, vol. 2, no. 11, pp. 5528–5535, Jan. 2025, doi: 10.59837/JPMBA.V2I11.1999.
- [6] S. H. N. Ginting, and S. T. Thania, "Pelatihan Desain Produk Keripik UD.Kreasi Lutvi Menggunakan Canva," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 66–72, Feb. 2025, Accessed: Nov. 28, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/40>
- [7] S. H. N. Ginting, and N. Sridewi, "Pelatihan Penggunaan Teknologi Digital untuk Peningkatan Produktivitas UMKM di Desa Ujung Batu III Padang Lawas," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 8–13, Feb. 2025, Accessed: Nov. 28, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/32>
- [8] D. T. Awaludin, A. Suroso, Suryaningsih, A. Mardiah, and Ansari, "Pelatihan Manajemen Waktu dan Produktivitas bagi UMKM dalam Menghadapi Era Digital," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 3, pp. 16–20, Nov. 2024, Accessed: Nov. 28, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/14>