


## *Canva application training for social media promotion content for tourism awareness groups in Pela Village, Kutai Kartanegara Regency*

Ramadhan S. Pernyata<sup>✉</sup>, Royke Vincentius F., Ditha Nizaora  
Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

<sup>✉</sup> [ramadhanspernyata@gmail.com](mailto:ramadhanspernyata@gmail.com)

 <https://doi.org/10.31603/ce.8068>

### **Abstract**

*As one of the leading tourist destinations in East Kalimantan, the promotion aspect is still an emerging review for Pela Village tourism managers. The purpose of this program is to provide design skills using the Canva application that can be used for content purposes in the form of banners and posters. Canva is a graphic design application that bridges its users so that they can easily design types of creative content and publications online. The program method used is lectures, practical examples, presentations and demonstrations. The result of this program is an increase in understanding and ability to process visual assets and textual information into an aesthetic work in the form of promotional posters and banners for Pela Tourism Village. This can be a provision for Pela Village Pokdarwis in making other tourism promotion content that is creative and easy to apply.*

**Keywords:** *Canva; Digital promotion; Tourism awareness group*

## **Pelatihan aplikasi canva untuk konten promosi media sosial bagi kelompok sadar wisata Desa Pela, Kabupaten Kutai Kartanegara**

### **Abstrak**

Sebagai salah satu destinasi unggulan wisata Kalimantan Timur, aspek promosi merupakan hal yang masih menjadi tinjauan penting bagi pengelola wisata Desa Pela. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan kemampuan desain menggunakan aplikasi Canva yang bisa dimanfaatkan untuk kepentingan konten berupa banner dan poster promosi desa wisata Pela. Canva merupakan sebuah aplikasi desain grafis yang menjembatani penggunaanya supaya bisa dengan mudah merancang jenis konten kreatif dan publikasi secara online. Metode pengabdian yang digunakan adalah dengan memberikan ceramah, contoh-contoh, presentasi dan demonstrasi. Hasil kegiatan ini yaitu adalah peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam mengolah aset visual dan informasi tekstual ke dalam sebuah karya estetik berupa poster dan banner promosi Desa Wisata Pela. Hal ini dapat menjadi bekal bagi Pokdarwis Desa Pela dalam membuat konten-konten promosi wisata lainnya yang kreatif dan mudah untuk diaplikasikan.

**Kata Kunci:** Canva; Promosi digital; Kelompok Sadar Wisata

## **1. Pendahuluan**

Menurut [Isnaini et al. \(2021\)](#) media sosial dewasa ini telah banyak digunakan sebagai salah satu strategi marketing, meskipun strategi marketing konvensional juga belum sepenuhnya ditinggalkan. Karenanya aspek desain grafis kemudian menjadi penting

untuk keberhasilan pada usaha pemasaran produk utamanya pemasaran digital melalui media sosial. Pembuatan konten sosial media tentu saja membutuhkan sebuah desain grafis yang bagus agar mampu menarik perhatian target *audience*. Tapi memang tidak semua *platform* media sosial cocok dengan konten berbasis gambar. Instagram yang merupakan salah satu media sosial yang populer digunakan dalam mempromosikan tempat dan barang adalah kontennya berbasis gambar. Pemilihan gambar untuk dipadukan dengan *caption*, akan membuat konten semakin menarik perhatian target *audience*, yang pada akhirnya berimbas pada meningkatkan keberhasilan pemasaran produk maupun jasa pariwisata.

Menurut Arrasyid et al. (2022), butuh kesiapan sumber daya manusia untuk mengelola potensi obyek wisata di Indonesia yang begitu banyak, indah dan unik. Usaha pemasaran Industri pariwisata di masa kini, tidak boleh dilepaskan dari peran berbagai media, termasuk media sosial. Salah satunya peran media adalah untuk menginformasikan kelebihan-kelebihan suatu obyek wisata, kepada wisatawan lokal maupun turis-turis asing. Hal itu tentu sangat efektif untuk menjadi referensi bagi mereka dalam memutuskan destinasi wisata mereka. Menurut Pernyata et al. (2021), objek wisata memerlukan *branding* yang baik agar semakin dikenal oleh wisatawan. Pengkajian lokasi wisata, infrastruktur, dan alternatif transportasi menuju ke lokasi, alternatif tempat penginapan, dan wisata kuliner di sekitar lokasi objek wisata harus dipromosikan sebaik mungkin sebagai salah satu bentuk upaya *branding* destinasi wisata. Konten-konten tersebut harus dikemas dalam berbagai media promosi semenarik mungkin demi menarik perhatian calon wisatawan.

Desain grafis yang merupakan salah satu bentuk industri kreatif yang disadari belakangan ini merupakan bentuk industri yang memiliki nilai tambah paling tinggi jika dibandingkan dengan industri manufaktur secara umum. Hal ini terjadi karena perkembangan dunia komersial yang sangat pesat yang membutuhkan sarana untuk mempromosikan kegiatannya. Dalam kehidupan sehari-haripun banyak kegiatan masyarakat yang membutuhkan sarana di bidang grafis untuk mengkomunikasikan kegiatannya di media sosial. Hal ini dikemukakan oleh Kotler & Wasana (1996) yang melihat begitulah ciri ekonomi modern yang maju dimana setiap elemen dalam *marketing* harus diupayakan agar hasilnya maksimal. Menurut Situmorang et al. (2019), para wisatawan saat menjadi semakin praktis akibat ketersediaan teknologi, dan hal tersebut mendorong semakin dicarinya bentuk-bentuk pemasaran yang bersifat digital. Peranan desain grafis dalam dunia *marketing* pun terbukti penting (Gebhardt, n.d.). Mitrović et al. (2020) bahkan beranggapan bahwa komunikasi visual merupakan masa kini dan masa depan dari pemasaran digital. Bruce & Daly (2007) bahkan berpendapat bahwa pemasaran dan desain saling melengkapi satu sama lain dan berkontribusi pada implementasi dan pengembangan produk dan jasa, dan keduanya sangat dekat dengan usaha memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan demikian industri kreatif di bidang desain grafis dalam pembuatan konten media sosial Instagram untuk destinasi wisata dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif untuk menambah jumlah pengunjung di suatu tempat destinasi wisata. Sebab sudah dapat dipastikan peran media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemasaran hasil bisnis. Selain itu dengan memanfaatkan media sosial, maka penyebaran informasi dari sebuah destinasi wisata dapat lebih mudah diketahui dan juga mengurangi biaya promosi.

Aplikasi Canva sebagai alat bantu desain dan publikasi *online* memiliki misi memberdayakan semua orang di seluruh dunia agar dapat membuat desain apa pun dan mempublikasikannya di mana pun. Menurut [Purwati & Perdanawanti \(2019\)](#), aplikasi ini sangat mudah untuk dipelajari dan dioperasikan untuk keperluan pemberdayaan masyarakat. Sistem dan tampilan tatap muka dari aplikasi ini sangat informatif sehingga memudahkan penggunaannya untuk membuat sebuah publikasi berupa media grafis informasi secara cepat dan instan. Aplikasi ini kemudian dijadikan sebuah media bagi beberapa komunitas, Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), kelompok sosial atau UMKM untuk mempromosikan kegiatan atau produknya, hal ini lumrah terjadi karena aspek yang sudah dijelaskan di atas. Bagi para UMKM dan BUMDes sendiri aplikasi ini membantu promosi produk mereka sebab terkadang kelompok ini merasa berat untuk menggunakan jasa desainer grafis profesional untuk membuatkan media promosi visual produk dan jasa mereka.

Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun, Kabupaten Kutai Kartanegara. Berdasarkan data [Badan Pusat Statistik \(2017\)](#), Desa Pela sudah banyak dikunjungi masyarakat, baik lokal maupun dari luar daerah, bahkan wisatawan luar negeri. Hal ini karena adanya daya tarik wisata yang unik, yaitu Danau Semayang, Kampung Nelayan dan Mamalia Pesut. [Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Kutai Kartanegara \(2017\)](#) menambahkan bahwa Desa Pela didominasi dengan wisata air. Hal ini dikarenakan adanya danau yang luas, yaitu Danau Semayang yang luasnya sekitar 14000 hektar.

Desa Pela juga menjadi destinasi wisata yang meraih Juara 2 Nasional Kelompok Sadar Wisata 2019, kategori pendampingan akademisi dalam ajang Indonesia Sustainable Tourism Award dan juga masuk sebagai 50 besar finalis desa wisata dalam anugerah desa wisata yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2022. Melihat betapa besarnya potensi Desa ini, maka kegiatan promosi di media sosial adalah merupakan sebuah usaha yang perlu ditindaklanjuti demi memperluas informasi destinasi wisata dalam upaya menarik perhatian para calon wisatawan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka pelatihan pembuatan grafis untuk media sosial bagi kelompok Sadar Wisata dapat membantu usaha mereka dalam mempromosikan daerah wisata tempatnya, sehingga calon wisatawan dapat semakin tertarik untuk datang dan meningkatkan ekonomi masyarakat di daerah tersebut.

## 2. Metode

---

Pelaksanaan pelatihan membutuhkan pendekatan-pendekatan yang sederhana, efisien dan mudah diterima oleh masyarakat secara umum. Metode pendekatan yang akan dilakukan adalah:

- a. Ceramah dan Pemberian Materi Secara Teori  
Metode ceramah digunakan untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana menggunakan aplikasi Canva ini untuk keperluan promosi wisata pada media sosial disertai dengan contoh-contoh sejenis.
- b. *Workshop*/Pelatihan  
*Workshop* dilakukan dengan memberikan pelatihan pengoperasian aplikasi Canva. Kemudian sekaligus belajar membuat desain poster dan banner pada media sosial kelompok sadar wisata.

Kegiatan ini melibatkan dosen sebanyak tiga orang dari program studi desain produk. Selain itu dilibatkan pula 1 orang tenaga kependidikan yaitu teknisi dari program studi Desain Produk; serta 3 orang mahasiswa dari program studi Desain Produk. Pelatihan ini diikuti oleh 16 peserta yang mewakili pengelola Desa Wisata Pela. Sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah para warga di desa Pela yang telah memiliki kemampuan dasar dalam pengoperasian komputer dan memiliki bakat dalam membuat desain grafis. Mitra adalah anggota dari Kelompok Sadar Wisata Desa Pela yang akan dilatih mengoperasikan aplikasi Canva; serta akan dibimbing mengenai cara membuat desain yang baik dan menarik serta dilatih menghasilkan poster promosi sederhana untuk keperluan media sosial. Target yang diharapkan adalah mitra dapat mengembangkan proses pembuatan banner dan poster desain untuk konten promosi di akun resmi media sosial Desa Wisata Pela.



Gambar 1. Prosedur kerja dalam merancang banner dan poster untuk desain media sosial bagi Pokdarwis Desa Pela

Tujuan akhir yang akan menjadi luaran dari pelatihan ini adalah agar banner dan poster untuk desain media sosial bagi Pokdarwis Desa Pela memiliki tampilan visual yang kuat dan tajam, serta memiliki *caption* yang menarik agar sisi *storytelling* dari banner atau poster promosi desa mereka dapat menarik perhatian calon wisatawan. Untuk mencapai tujuan tersebut disusunlah prosedur kerja (Gambar 1) yang dapat dijabarkan sebagai berikut.

- a. Proses *Brainstroming* untuk Ide Utama  
Untuk mencari ide yang kreatif diperlukan studi banding, literatur, diskusi, wawancara dan lainnya agar desain bisa efektif dalam menyampaikan informasi tentang promosi Desa Wisata Pela kepada masyarakat dan sehingga menimbulkan impresi yang tepat.
- b. Pengumpulan Data  
Data bisa berupa data informatif ataupun data visual. Penentuan data perlu dikaji agar informasi yang ingin disampaikan efektif dan efisien. Kemudian menyeleksi data apa yang akan ditampilkan secara untuk dijadikan informasi utama dan mana yang hanya sebagai informasi tambahan. Data informatif bisa berupa judul, sub-judul, teks, ilustrasi/gambar dan sebagainya. Data visual biasanya berupa *background*, bingkai, efek garis, bidang, dan unsur grafis lainnya.
- c. Konsep Visual  
Konsep Visual adalah hasil kerja berupa pemikiran yang menentukan tujuan-tujuan, kelayakan dan segmen yang dituju. Konsep merupakan proses yang penting dalam mengkomunikasikan ide yang abstrak ke dalam bentuk visual sederhana sehingga rancangan desain pada banner dan poster promosi wisata dapat bekerja dengan efisien.
- d. Ukuran Media  
Proses pemilihan ukuran media yang akan digunakan untuk desain banner promosi sangatlah penting sebab akan menentukan Bahasa visual apa yang tepat bagi narasi yang akan dibaca oleh calon target. Menentukan format dan ukuran hasil desain sangat penting sebagai pondasi awal pembuatan desain.

e. Visualisasi

Setelah tahapan 1 sampai 4 terpenuhi, barulah pada proses pembuatan desain. Pada pelatihan ini, outputnya adalah para anggota Pokdarwis Desa Pela dapat menggabungkan data informatif dan data visual menjadi sebuah banner dan poster yang estetis dan informatif.

f. Promosi di Sosial Media

Setelah desain selesai, maka banner dan poster siap untuk di unggah. Para anggota Pokdarwis Desa Pela diharapkan juga dapat memberikan *caption* yang menarik agar banner dan poster promosi wisata lebih informatif bagi calon wisatawan, dan memberikan respons yang positif dari setiap komentar di media sosial Desa Pela.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 20-21 September 2022 ini bertujuan agar para peserta dapat menguasai keterampilan dasar dalam membuat banner atau poster promosi wisata Desa Pela. Proses konsep kreatif, penentuan komposisi, pemilihan gambar, huruf hingga aspek informasi akan dijadikan materi utama dalam pelatihan ini. Melalui hasil wawancara dan kunjungan langsung ke Desa Pela didapatkan bahwa warga calon peserta pelatihan masih awam dengan desain untuk pembuatan banner dan poster promosi di media sosial serta penggunaan aplikasi Canva. Sementara aplikasi Canva tersebut akan digunakan untuk membuat grafis untuk promosi media sosial desa wisata yang akan dibuat.

Pelatihan yang akan dilakukan bersifat pelatihan dasar. Pelatihan akan dilaksanakan selama dua hari dengan muatan pemaparan materi, praktik pengoperasian aplikasi Canva, mengenal fitur Canva dan bagaimana menghasilkan sebuah banner dan poster wisata yang cocok untuk promosi Desa Wisata Pela ([Gambar 2](#)).



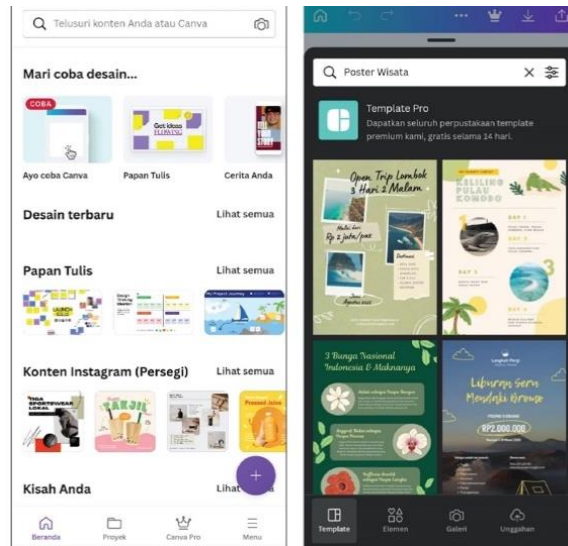
Gambar 2. Pemaparan materi tentang aplikasi Canva

Untuk pemaparan materi para peserta diberikan materi tentang pemahaman desain feed untuk konten media sosial yang digunakan oleh mayoritas masyarakat seperti Facebook dan Instagram sehingga dapat juga berfungsi sebagai media promosi desa wisata. Selain itu, peserta juga diberi informasi mengenai tentang referensi sejenis dimana beberapa daerah tujuan wisata banyak marak menggunakan desain grafis yang baik untuk menarik hati calon wisatawan. Peserta juga diberi saran-saran mengenai seperti apakah desain yang cocok untuk konten promosi desa wisata di media, dengan cara mengkaji



contoh-contoh yang sudah ada di berbagai media sosial dan kemudian meniru formulanya.

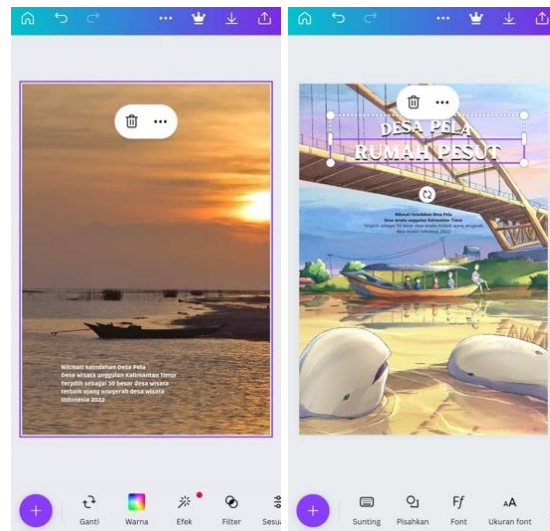
Setelah menerima pemaparan materi peserta diminta untuk membuat desain *draft* konsep gambaran kasar, seperti apa hasil akhir dari visualisasi poster dan banner promosi wisatanya. Mengingat keterbatasan pengetahuan dasar yang dimiliki peserta mengenai desain banner dan poster, maka metode yang dipilih adalah dengan meniru pola-pola dan komposisi yang sudah ada ([Gambar 3](#)), namun di sini peserta diberikan pelatihan tentang bagaimana menyesuaikan pola yang telah ada agar dapat sesuai dengan tema Desa Wisata Pela.



Gambar 3. Tampilan *interface* Canva fitur poster untuk aplikasi *mobile*

Setelah peserta berhasil membuat *draft* kasar poster dan banner kemudian peserta mengaplikasikan grafis yang sesuai dengan kebutuhan tema Desa Wisata Pela, mulai dari pencarian data informasi untuk kebutuhan *caption* sampai data visual sebagai aset visual utama untuk banner dan poster ([Gambar 4](#)). Mengingat keterbatasan pengetahuan dasar tentang pembuatan poster dan banner serta keterbatasan pengetahuan peserta tentang pengoperasian aplikasi Canva, maka pelatihan pembuatan grafis dibuat sesederhana mungkin. Aplikasi Canva secara operasional adalah aplikasi yang mudah untuk digunakan, Tampilan *Head Display* dan *User Interface* juga sangat informatif sehingga peserta tidak kesulitan dalam memadupadankan konten visual dan konten narasi untuk menjadi sebuah poster dan banner wisata.

Beberapa fungsi yang diajarkan antara lain fungsi pembuatan *editing* dasar terhadap desain poster dan banner sederhana tersebut. Latihan yang dilakukan untuk sub materi tersebut adalah mencari font dan visual yang informatif untuk konten banner dan poster wisata tersebut. Khusus untuk konten visual, para peserta juga dibekali dengan kemampuan mengambil foto yang estetik dan memiliki komposisi serta *storytelling* yang menarik agar konten pada banner dan poster dapat menarik perhatian wisatawan ([Gambar 5](#)).



Gambar 4. Pembuatan poster promosi wisata dengan Canva



Gambar 5. Pendampingan pelatihan Canva

Setelah itu peserta diajarkan untuk menambahkan elemen estetis berupa menambahkan desain huruf dan foto yang sesuai dengan tema desa wisata Pela. Langkah berikutnya adalah menyesuaikan desain yang sudah jadi tersebut ke dalam format yang biasa digunakan dalam sebuah konten bagi media sosial Facebook dan Instagram. Kemudian peserta diajarkan untuk menempatkan beberapa informasi tambahan dalam desainnya masing-masing untuk mendapatkan desain final poster dan banner untuk promosi wisata di media sosial sebelum *diposting*.

Hasil desain para peserta kemudian dikumpulkan, dan kemudian dicetak sebagai purwarupa desain poster dan banner yang akan muncul dalam media sosial. Kesenambungan desain pada media sosial dan media cetak menjadi poin unggulan tersendiri karena menghasilkan desain yang konsisten sebagai bentuk *branding* desa wisata Pela, sebab dalam kegiatan yang bersifat *offline* tentu desain yang berupa hasil cetak akan lebih banyak memberikan impresi dibandingkan yang *diposting* secara *online*.

Proses pelatihan ini mendapatkan antusiasme yang baik dari para peserta, setiap peserta kemudian diberikan tugas untuk membuat desain poster dan banner yang berbeda-beda. Pendekatan narasi dalam mempromosikan desa Pela juga berbagai ragam mulai

dari yang menggunakan tema Danau Semayang, kehidupan nelayan desa, mamalia Pesut yang kritis, atraksi wisata, festival, *event* wisata dan lain sebagainya. Para peserta juga tidak ragu dalam menambahkan elemen estetis berupa bidang, garis, desain huruf dan foto yang sesuai dengan tema desa wisata Pela, walaupun terkadang penambahan elemen grafis ini terasa sangat berlebihan namun masih tetap wajar karena aspek informasi dan komunikasi dari poster dan banner promosi wisatanya masih relevan (Gambar 6).

Karenanya bentuk pelatihan yang dapat diberikan adalah bentuk pelatihan yang bersifat dasar, dimana yang menjadi tujuan utama adalah agar para anggota Pokdarwis Desa Pela mengerti bagaimana mengoperasikan aplikasi Canva secara sederhana. Anggota Pokdarwis Desa Pela juga wajib mengetahui bagaimana mencantumkan keterangan dan informasi dalam desain banner atau poster untuk media sosial resmi Desa Pela.



Gambar 6. Hasil karya peserta pelatihan

## 4. Kesimpulan

Anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di Desa Pela memiliki pemahaman yang baik terkait nilai tambah dalam pemanfaatan desain promosi untuk media sosial. Namun demikian, mereka tidak memiliki dasar pengetahuan yang diperlukan untuk dapat menghasilkan desain banner atau poster media sosial yang kualitasnya profesional. Melalui pelatihan ini, pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan meningkat yang dibuktikan dengan adanya hasil karya dalam bentuk desain promosi untuk *diposting* di media sosial.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Samarinda melalui Unit Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M POLNES) yang telah menunjuk dan mendanai tim penulis melalui DIPA POLNES 2022 untuk keberhasilan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Kemitraan Masyarakat Ini, dengan Surat Perintah Kerja Nomor: 1935/PL7/AM/2022, tanggal 22 Juli 2022, dan partisipasi



dari jajaran Pemerintah Desa Pela dan Kelompok Sadar Wisata Desa Pela yang mengikuti kegiatan pengabdian ini dengan antusias.

## Daftar Pustaka

- Arrasyid, A. H., Rimanda, R., Puadah, U. S., & Aeni, A. N. (2022). Sharing Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Konten Islami. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 99–103.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Kecamatan Kota Bangun dalam Angka*.
- Bruce, M., & Daly, L. (2007). Design and Marketing Connections: Creating Added Value. *Journal of Marketing Management*, 23(9–10), 929–953.
- Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Kutai Kartanegara. (2017). *Laporan Tahunan 2017*.
- Gebhardt, K. L. M. (n.d.). *The Importance of Graphic Design Skills in Marketing*. Arizona State University.
- Isnaini, K. N., Sulistiyani, D. F., & Putri, Z. R. K. (2021). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 291–295. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6434>
- Kotler, P., & Wasana, J. (1996). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Erlangga.
- Mitrović, K., Jakšić, A., & Spajić, J. (2020). The analysis of graphic design platforms used in social media marketing. *International Symposium on Graphic Engineering and Design*, 651–657. <https://doi.org/10.24867/GRID-2020-p74>
- Pernyata, R. S., Andansari, D., Febriyana, R. V., & H, R. (2021). Pelatihan desain pengemasan dan pelabelan abon ikan toman dan madu di Tahura Lati Petangis, Kabupaten Paser. *Community Empowerment*, 6(10), 1929–1936.
- Purwati, Y., & Perdanawanti, L. (2019). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42–51.
- Situmorang, P. M. G., Wibowo, R. P., & Fauzi, F. (2019). The Effect of Implementing the Graphic Design in Digital Marketing on Sales of Products in Travel Companies. *Proceedings of the 2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)*.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License