

Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva untuk Meningkatkan Kapasitas Promosi Digital Desa Wisata Jamu Kiringan

¹Nur Azmi Ainul Bashir, ²Gigih Aulia Hilmiawan, ³Septian Rico Hernawan

^{1,2,3}Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta
 Email Corresponding: nurazmiab@unu-jogja.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Kata Kunci: Pelatihan Desain Grafis Canva Promosi Digital Desa Wisata Identitas Lokal</p>	<p>Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan desain grafis digital warga Desa Wisata Jamu Kiringan dalam mempromosikan potensi lokal berbasis identitas budaya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah minimnya pemanfaatan media digital dan keterbatasan keterampilan dalam membuat konten visual promosi, sehingga promosi desa cenderung konvensional dan kurang menarik. Metode pengabdian menggunakan Participatory Community-Based Training yang dikombinasikan dengan service-learning, dengan empat tahap utama: persiapan dan koordinasi, pelaksanaan pelatihan Canva, pendampingan dan diskusi kreatif, serta evaluasi dan presentasi hasil. Sebanyak 26 peserta mengikuti pelatihan selama tiga hari, mempelajari prinsip desain, penggunaan Canva, dan praktik pembuatan desain yang mengangkat tema lokal. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada keterampilan teknis, kreativitas, dan pemahaman peserta tentang strategi visual branding. Desain yang dihasilkan peserta mengusung tema tradisional desa, seperti jamu dan suasana lokal, serta menjadi media promosi digital yang adaptif di berbagai platform. Kegiatan ini tidak hanya menjawab kebutuhan mendesak promosi digital desa, tetapi juga memotivasi kolaborasi antargenerasi dan membuka peluang ekonomi kreatif desa secara berkelanjutan.</p>
<p>Keywords: Graphic Design Training Canva Digital Promotion Tourism Village Local Identity</p>	<p>This community service activity aims to enhance the digital graphic design skills of the residents of Jamu Kiringan Tourism Village to promote local potential based on cultural identity. The main issues faced include limited digital media utilization and a lack of skills in creating visual promotional content, resulting in conventional and less engaging promotion. The community service was carried out using the Participatory Community-Based Training method combined with service-learning, consisting of four main stages: preparation and coordination, Canva training, mentoring and creative discussions, and evaluation and presentation of results. A total of 26 participants attended the three-day training, learning design principles, Canva usage, and practicing design creation with local themes. The results showed a significant improvement in technical skills, creativity, and participants' understanding of visual branding strategies. The participants' designs highlighted traditional village themes, such as herbal drinks and local atmosphere, and became adaptable digital promotional media across various platforms. This activity not only addressed the urgent need for digital promotion in the village but also motivated intergenerational collaboration and opened up sustainable creative economy opportunities for the village.</p>
<p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p>	
	

I. PENDAHULUAN

Era digital menuntut pelaku pariwisata, termasuk desa wisata, untuk memiliki kemampuan dalam memproduksi konten visual yang menarik dan profesional (Tresnawati & Prasetyo, 2022). Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, promosi digital menjadi kunci dalam meningkatkan visibilitas destinasi lokal, terutama pasca pandemi COVID-19 (Chaska, 2025). Sayangnya, banyak desa wisata di Indonesia yang belum optimal dalam memanfaatkan media digital sebagai alat promosi, baik karena

keterbatasan akses maupun keterbatasan keterampilan SDM (Hilmy Baroroh et al., 2022; Susanti et al., 2023). Salah satu contohnya adalah Desa Wisata Jamu Kiringan, di mana pengelola masih banyak mengandalkan metode promosi konvensional dan desain visual sederhana yang tidak sesuai dengan tren digital saat ini.

Permasalahan utama yang ditemukan di lapangan adalah lemahnya kualitas konten visual promosi, minimnya penguasaan alat desain digital, dan belum adanya standar identitas visual desa. Materi promosi cenderung repetitif, menggunakan template bawaan tanpa penyesuaian karakter lokal, serta tidak menarik perhatian wisatawan digital native. Selain itu, pelaku promosi di desa, khususnya pemuda dan pengurus wisata, belum mendapatkan pelatihan teknis dalam penggunaan alat desain seperti Canva, yang sebenarnya mudah digunakan namun belum banyak dimanfaatkan secara strategis. Kondisi ini menyebabkan Desa Kiringan kurang kompetitif dibanding desa wisata lain di Yogyakarta.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan desain grafis digital warga Desa Wisata Jamu Kiringan dalam mempromosikan potensi lokal berbasis identitas budaya. Pelatihan ini dilakukan dengan praktek terintegrasi ditingkat pedukuhan dengan tema utama yaitu pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya. Peserta akan dibekali kemampuan menggunakan aplikasi desain populer serta strategi komunikasi visual yang efektif untuk menarik minat wisatawan. Dengan pendekatan partisipatif, kegiatan ini juga mendorong warga untuk menghasilkan materi promosi mandiri yang merepresentasikan nilai-nilai lokal secara kreatif dan profesional.

Desa Wisata Jamu Kiringan terletak di Kalurahan Canden, Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul, DIY. Desa ini dikenal dengan produk jamu tradisional dan kekayaan budaya lokal. Potensi ini menjadi daya tarik tersendiri, namun belum sepenuhnya terangkat dalam media promosi digital. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat menjadi pemicu kebangkitan identitas visual digital Desa Kiringan. Rumusan masalah dari kegiatan ini adalah: (1) Bagaimana meningkatkan keterampilan desain grafis masyarakat desa dengan media Canva, dan (2) Bagaimana menciptakan desain promosi yang sesuai dengan identitas lokal dan tren digital. Adapun tujuan kegiatan ini adalah: (1) Memberikan pelatihan praktis penggunaan Canva untuk desain grafis promosi; (2) Meningkatkan keterampilan kreatif pemuda dan pengelola wisata desa; (3) Menghasilkan desain promosi awal yang mencerminkan identitas lokal Desa Wisata Jamu Kiringan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Wulandari (2022) membahas mengenai efektivitas penggunaan Canva sebagai media pembelajaran IPA di jenjang MI/SD. Penelitian ini melakukan kajian studi literatur untuk mengevaluasi bermacam-macam hasil penelitian terkait penggunaan Canva dalam pembelajaran. Hasil kajian menunjukkan bahwa secara umum, aplikasi Canva dinilai efektif digunakan karena memiliki dan menyediakan berbagai fitur lengkap dan modern disertai template yang memudahkan guru dalam merancang media pembelajaran. Wulandari menarik kesimpulan yaitu, Canva dianggap mampu membantu penyampaian materi abstrak IPA secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh siswa. Namun, penelitian tersebut masih belum dapat memberikan gambaran penerapan Canva secara nyata di lingkungan desa. Terlebih lagi penggunaan Canva untuk mempromosikan produk hasil olahan warga maupun UMKM lainnya (Tri Wulandari & Adam Mudinillah, 2022).

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Kharissidqi (2022) membahas mengenai penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran berbasis visual untuk siswa. Penelitian ini membahas mengenai potensi Canva dalam membantu guru merancang media pembelajaran yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan materi. Canva dinilai mampu untuk meningkatkan kualitas penyampaian materi guru melalui tampilan visual yang menarik dan interaktif. Hasil penelitian ini mempertegas bahwa desain media yang menarik dapat menunjang efektivitas proses belajar mengajar. Dalam penelitian tersebut, hasil yang didapatkan memang menunjukkan manfaat positif serta efektivitas Canva sebagai media visual. Tetapi penelitian tersebut belum dapat merepresentasikan dan menilai tingkat efektivitas Canva sebagai media promosi suatu produk maupun barang. Objek yang diujikan juga masih terbatas kepada siswa saja dan fitur yang diujikan lebih fokus ke penggunaan media dalam Canva (Kharissidqi & Firmansyah, 2022).

Berbeda dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Mavilinda, dkk (2022) membahas mengenai pentingnya pembuatan konten promosi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM di era New Normal pasca COVID. Penelitian ini menunjukkan bahwa rendahnya pengetahuan pelaku dan pegusaha UMKM dalam merancang konten digital menjadi hambatan utama dalam melakukan promosi produk secara *online*. Hal ini memiliki hubungan terhadap penelitian yang dilakukan saat ini, di mana keterampilan membuat konten promosi visual menjadi kunci dalam memperkuat strategi promosi digital desa. Hanya saja, penelitian yang dilakukan oleh Mavilinda belum dapat secara langsung menggambarkan hasil implementasi Canva pada

masyarakat desa. Pengaruh tempat tinggal, lingkungan, dan budaya merupakan faktor penting yang menjadi kunci berhasil tidaknya suatu teknologi diterapkan, tentunya pelaku usaha yang telah mengenal media online akan memiliki sudut pandang yang berbeda dengan masyarakat umum secara awam. Pelatihan ini diharapkan mampu menjawab tantangan serupa dalam konteks promosi pariwisata berbasis digital (Mavilinda et al., 2022).

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Asnawati (2023) berfokus kepada pengembangan media video animasi berbasis aplikasi Canva untuk meningkatkan motivasi belajar siswa. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development (R&D), dan melibatkan proses analisis hingga evaluasi untuk bisa menilai efektivitas media yang dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa video animasi yang dibuat dengan Canva dinilai sangat layak secara konten dan mampu meningkatkan minat serta partisipasi siswa dalam pembelajaran. Hal ini dibuktikan dengan tingginya skor tingkat kepuasan dan motivasi siswa setelah menggunakan media tersebut. Penelitian tersebut memang telah menggambarkan kemampuan aplikasi Canva dalam sisi media berupa video animasi. Pemanfaatannya sangat cocok untuk dapat menyampaikan informasi penting dan menjaga tingkat *engagement* penonton. Hanya saja pada penelitian ini belum membahas mengenai sisi lain kemampuan Canva sebagai media promosi. Dalam mempromosikan suatu produk tentu media yang digunakan tidak harus selalu berupa video, namun bisa dalam bentuk gambar, poster, tulisan-tulisan, brosur, dan masih banyak lainnya. Sejumlah bentuk media promosi tersebut dapat dibuat dengan menggunakan aplikasi Canva. Penelitian dan kegiatan pelatihan yang dilakukan di Desa Jamu akan membahas secara umum pemanfaatan berbagai media promosi tersebut (Asnawati, & Sutiah, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Saifudin (2022) membahas mengenai pentingnya pengelolaan media sosial, yaitu media Instagram sebagai sarana promosi digital bagi Desa Wisata AlasSumur pasca pandemi. Pelatihan yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat desa dalam memanfaatkan Instagram sebagai media promosi wisata dan produk UMKM desa. Pelatihan ini berhubungan dengan penelitian yang dilakukan saat ini karena keduanya menekankan pentingnya penguasaan alat digital untuk mendukung strategi promosi yang lebih kreatif dan efektif. Tidak hanya itu, implementasinya juga telah diterapkan di lingkungan desa untuk mendukung produk-produknya. Perbedaannya adalah, penelitian yang dilakukan oleh Saifudin lebih fokus mengenai pemanfaatan Instagram sebagai bentuk promosi sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini mengenai pemanfaatan aplikasi Canva. Pemanfaatan melalui aplikasi Canva akan lebih adaptif karena konten produk promosinya dapat diposting di berbagai platform media sosial, tidak terpaku pada media tunggal saja. Pembuatan konten visual untuk promosi juga dapat melengkapi strategi promosi digital melalui media sosial seperti Instagram, facebook, blogspot, youtube, twitter, dan masih banyak lagi (Saifudin et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2023) membahas strategi promosi dan pemasaran digital di Desa Wisata Cidugaleun melalui pelatihan keterampilan digital kepada generasi muda desa. Kegiatan ini menekankan pentingnya kemampuan masyarakat dalam mengelola konten visual dan memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi pariwisata. Penelitian ini memiliki korelasi yang sangat kuat dengan pelatihan desain grafis menggunakan Canva untuk Desa Wisata Jamu Kiringan, karena keduanya bertujuan untuk memberdayakan masyarakat desa dalam menciptakan konten promosi yang menarik dan profesional. Perbedaannya hanya pada media promosinya saja. Pemanfaatan Canva sebagai alat desain mendukung pengelolaan konten yang lebih efektif di berbagai platform digital (Nugraha, 2023).

Penelitian dan pengabdian Hafizd (2023) bertujuan untuk membuat media promosi berupa katalog produk menggunakan Canva bagi Warkop R. Basman Malang. Kegiatan ini melibatkan 15 responden, termasuk pemilik, ahli pemasaran, ahli desain, dan konsumen, serta dilakukan dalam dua siklus tindakan. Hasilnya menunjukkan bahwa katalog produk yang dibuat sangat efektif sebagai media promosi, sesuai dengan teori EPIC (Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication).

Sementara itu, Atika (2024) melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan pembuatan media promosi bagi UMKM di Desa Blerong, Demak. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk ceramah, praktik, dan penggunaan aplikasi Canva yang sederhana serta kaya fitur. Tujuannya agar para pelaku UMKM menyadari pentingnya media promosi dan dapat membuat sendiri desain yang menarik untuk meningkatkan penjualan.

Sedangkan Robby (2024) melaksanakan pelatihan desain dengan Canva kepada 41 pelaku UMKM di Desa Ganjar Asri Metro. Metode pelatihannya meliputi ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung pembuatan desain produk. Hasilnya menunjukkan peningkatan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan

motivasi peserta dalam menggunakan desain untuk branding produk, sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Tabel 1. Ringkasan Referensi dari Penelitian/Pengabdian Terdahulu

No	Nama Penulis, Tahun	Relevansi	Gap
1	Tri Wulandari & Adam Mudinillah (2022)	Penggunaan Canva sebagai media pembelajaran	Belum diterapkan pada konteks promosi digital atau desa wisata
2	Kharissidqi & Firmansyah (2022)	Canva efektif dalam desain visual pembelajaran	Fokus masih pada ranah pendidikan, belum ke promosi pariwisata
3	Asnawati & Sutiah (2023)	Canva digunakan untuk membuat konten yang memotivasi	Belum membahas penggunaan Canva untuk promosi atau komunitas desa
4	Mavilinda, Nazaruddin, dan Siregar (2022)	Konten promosi digital penting untuk daya saing UMKM	Belum menyentuh aspek visual desain atau penggunaan Canva secara spesifik
5	Saifudin, Alamiyah, dan Tanoyo (2022)	Promosi desa wisata melalui Instagram	Belum membahas pembuatan konten visual secara teknis dan terstruktur
6	(Nugraha et al., 2023)	Peningkatan keterampilan promosi digital desa wisata	Canva tidak disebut sebagai alat desain, pelatihan masih bersifat umum
7	(Endra et al., 2024)	Pelatihan desain menggunakan Canva untuk UMKM di Desa Ganjar Asri Metro, meningkatkan branding produk.	Pelatihan untuk UMKM Desa Ganjar Asri Metro
8	(Mutiarachim & Tyoso, 2024)	Pelatihan pembuatan media promosi dengan Canva untuk UMKM di Desa Blerong, Demak.	Pelatihan untuk UMKM Desa Blerong
9	(Hafidh Ardiyansyah Suwandi & Dwi Sudjanarti, 2023)	Membuat media promosi berupa katalog produk dengan Canva pada Warkop R. Basman Malang.	Promosi untuk satu produk pada Warkop R. Basman

Penelitian ini memiliki kelebihan dan kebaruan karena menggabungkan pelatihan keterampilan desain grafis dengan pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat pendukung promosi digital. Belum banyak penelitian serupa yang memanfaatkan aplikasi ini sebagai media pembuatan konten promosi. Fokus utamanya adalah meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghasilkan konten visual yang menarik untuk keperluan promosi, khususnya di sektor pariwisata desa. Hasil produk konten promosi dengan menggunakan Canva akan jauh lebih adaptif karena dapat menyesuaikan berbagai platform media sosial yang tersedia. Canva memberikan banyak pilihan untuk menghasilkan produk akhirnya. Pendekatan ini memperkuat strategi promosi digital dengan memberdayakan masyarakat secara langsung, sekaligus menjawab tantangan kurangnya kualitas konten promosi di tingkat lokal.

II. MASALAH

Permasalahan utama yang ditemukan di lapangan adalah minimalnya pemanfaatan konten digital dalam promosi hasil produk Desa Kiringan. Desa ini memiliki produk unggulan berupa jamu yang secara mayoritas dipromosikan melalui cara konvensional seperti berita mulut ke mulut, relasi dari tour guide yang ikut mempromosikan produk, poster yang ditempel di balai desa, selebaran yang dibagikan warga. Desa Kiringan memiliki website sendiri namun isi kontennya tidak diupdate secara berkala sehingga kurang efisien dalam

mempromosikan hasil produk desa. Tidak hanya itu, konten yang dipost pada website tersebut juga kurang menarik dari segi desain dan isi konten sehingga kurang efisien dalam mempromosikan produk. Materi promosi cenderung repetitif, menggunakan template bawaan tanpa penyesuaian karakter lokal, serta tidak menarik perhatian wisatawan digital native. Permasalahan yang sama juga ditemui pada akun Instagram Desa Kiringan.

Permasalahan bertambah terkait aspek sumber daya manusia pelaku UMKM di Desa tersebut. Dari sisi SDM, mayoritas pelaku usaha jamu di Desa Kiringan adalah ibu-ibu yang telah berjualan secara turun-temurun. Mereka memang memiliki keterampilan dalam meracik jamu, namun belum terbiasa dengan teknologi digital. Sebagian besar tentunya sama sekali tidak memiliki pemahaman tentang pemasaran online, promosi produk, atau platform e-commerce. Tidak hanya itu, pemuda dan pemudi cenderung enggan berkecimpung di UMKM desa. Mereka kurang tertarik meneruskan apalagi mengurus berbagai aspek promosi produk desa dan lebih memilih bekerja di kota. Regenerasi pemuda pemudi pengurus UMKM Desa Kiringan memang diperlukan baik dari sisi keorganisasian pengurus dan juga keilmuan teknis terkait pemasaran dan pembuatan konten digital untuk promosi produk desa. Mereka perlu diberikan pelatihan terkait pembuatan konten promosi digital agar mengetahui berbagai manfaatnya, hasil yang dapat diperoleh, prospek terhadap ekonomi desa, dan peluang karir kedepannya. Hal tersebut penting untuk menumbuhkan rasa keinginan generasi selanjutnya dalam meneruskan warisan desa Kiringan. Gambar 1 merupakan lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Pengabdian (Kantor Padukuhan Kiringan)

III. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode *Participatory Community-Based Training* yang dikombinasikan dengan pendekatan *service-learning*, dimana pembelajaran praktis berbasis pengalaman langsung diterapkan dalam konteks sosial masyarakat (Lepore et al., 2021). Metode ini dipilih karena dinilai relevan dengan karakteristik peserta yang berasal dari komunitas desa wisata dengan latar belakang pendidikan dan keterampilan yang beragam (Digirolamo et al., 2012). Pendekatan partisipatif memungkinkan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan, sementara *service-learning* memberikan ruang bagi mahasiswa dan tim pelaksana untuk berinteraksi langsung dan membangun pemahaman yang kontekstual terhadap kebutuhan mitra desa (Fortuna et al., 2024). Kegiatan pengabdian ini diikuti oleh 26 peserta yang berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam empat fase utama yang saling berkesinambungan, dengan rincian sebagai berikut:

A. Persiapan dan Koordinasi

Tahap awal difokuskan pada identifikasi kebutuhan pelatihan dan pemetaan karakteristik peserta. Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pengurus Desa Wisata Jamu Kiringan untuk menyepakati waktu pelatihan, lokasi, serta mekanisme rekrutmen peserta. Selain itu, dilakukan observasi lapangan untuk menyesuaikan materi dengan tingkat literasi digital masyarakat. Tujuan utama dari fase ini adalah menyusun jadwal pelatihan, merancang modul yang kontekstual, dan memastikan bahwa peserta yang direkrut sesuai dengan target sasaran program. Indikator keberhasilan pada tahap ini ditandai dengan tersusunnya modul pelatihan dan terdatanya peserta secara administratif.

B. Pelaksanaan Pelatihan Canva (Hari ke-1 dan ke-2)

Fase kedua merupakan tahap inti pelatihan, di mana peserta dikenalkan secara langsung dengan platform desain grafis **Canva** dan prinsip-prinsip dasar dalam desain visual. Materi yang diberikan meliputi pengenalan antarmuka Canva, pemilihan warna, penggunaan font, serta teknik menyusun layout sederhana. Peserta dilibatkan dalam praktik membuat berbagai produk desain seperti poster promosi, sertifikat acara, dan konten media sosial. Tujuan pada fase ini adalah membekali peserta dengan keterampilan teknis dasar untuk membuat materi promosi digital secara mandiri. Keberhasilan tahap ini diukur melalui kemampuan peserta menghasilkan minimal satu produk desain digital selama sesi pelatihan.

C. Pendampingan dan Diskusi Kreatif (Hari ke-2 dan ke-3)

Tahap ketiga berfokus pada eksplorasi kreativitas peserta dan integrasi nilai-nilai budaya lokal ke dalam desain. Kegiatan dilakukan dalam bentuk diskusi kelompok mengenai narasi promosi berbasis potensi lokal, koreksi desain bersama fasilitator, serta konsultasi teknis bagi peserta yang mengalami kendala. Tujuannya adalah agar peserta tidak hanya menguasai aspek teknis desain, tetapi juga mampu menciptakan karya yang mencerminkan identitas dan kearifan lokal Desa Kiringan. Indikator keberhasilan fase ini adalah terciptanya minimal satu desain per peserta yang mengangkat tema khas desa wisata, seperti produk jamu, suasana tradisional, atau aktivitas masyarakat.

D. Evaluasi dan Presentasi Hasil (Hari ke-3)

Fase terakhir bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan mengapresiasi hasil karya peserta. Dalam sesi ini, setiap peserta mempresentasikan hasil desain mereka, menerima umpan balik dari fasilitator, serta mengikuti evaluasi keseluruhan kegiatan. Proses ini tidak hanya menjadi media apresiasi, tetapi juga wadah refleksi untuk memperbaiki dan mengembangkan kemampuan desain lebih lanjut. Indikator capaian dari fase ini adalah seluruh peserta berhasil menyelesaikan produk desain akhir dan mengikuti sesi evaluasi secara aktif.

Metode ini secara keseluruhan dirancang secara adaptif, menyesuaikan dengan konteks sosial, keterbatasan teknologi, serta potensi lokal yang dimiliki peserta. Pendekatan partisipatif yang diterapkan juga berhasil membangun interaksi kolaboratif antara peserta dan tim pelaksana, sehingga pelatihan tidak hanya berlangsung secara satu arah, melainkan menjadi ruang belajar bersama yang produktif dan memberdayakan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Wisata Jamu Kiringan. Hasil disajikan secara sistematis mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan pelatihan, capaian teknis dan kreativitas peserta, hingga evaluasi dampak sosial serta rekomendasi tindak lanjut. Penyusunan hasil ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh terhadap efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas promosi digital berbasis desain grafis.

A. Persiapan dan Koordinasi

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diawali dengan tahapan koordinasi yang intensif antara tim pengabdian dari Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta dan pengurus Desa Wisata Jamu Kiringan. Koordinasi ini menjadi langkah awal yang penting untuk menyamakan persepsi antara pihak kampus dan pengelola desa terkait tujuan kegiatan, sasaran program, serta waktu dan lokasi pelaksanaan pelatihan. Tidak hanya itu, proses ini juga menjadi wadah untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat setempat agar materi pelatihan yang disusun dapat relevan dan kontekstual. Dengan melibatkan pihak desa sejak awal, diharapkan kegiatan ini mendapatkan dukungan penuh dan keterlibatan aktif dari peserta yang benar-benar membutuhkan. Berikut ini salah satu koordinasi persiapan pelatihan.



Gambar 2. Koordinasi Persiapan Pelatihan oleh Tim Pengabdian

Persiapan kegiatan sudah dimulai dua minggu sebelum hari pelaksanaan. Tim pelaksana melakukan survei langsung ke lokasi untuk melihat kondisi fasilitas pelatihan serta mengidentifikasi perangkat pendukung yang diperlukan. Selain itu, modul pelatihan disusun secara khusus dengan mempertimbangkan latar belakang pendidikan peserta yang beragam. Materi yang dirancang mencakup kombinasi antara teori dasar desain dan praktik penggunaan Canva, sehingga dapat menjangkau peserta dari berbagai usia dan tingkat pengalaman. Tak hanya modul, media ajar digital juga dipersiapkan agar proses penyampaian materi dapat berjalan lebih interaktif dan mudah dipahami.

Proses pendaftaran peserta dilakukan secara manual melalui distribusi formulir oleh ketua pemuda dusun. Sistem ini dipilih untuk menyesuaikan dengan kondisi desa yang belum sepenuhnya berbasis digital. Formulir yang telah diisi kemudian dikumpulkan kembali oleh panitia lokal dan diolah untuk keperluan administrasi kegiatan. Tim pengabdian juga menyiapkan kelengkapan lain seperti daftar hadir, lembar evaluasi, serta form dokumentasi peserta yang mencakup identitas dan demografi. Selain itu, materi pelatihan berupa file presentasi, template desain Canva, dan video tutorial telah disiapkan secara menyeluruh. Setiap peserta diberi lembar kerja dan akun Canva untuk latihan, sementara protokol kehadiran diterapkan sebagai indikator partisipasi dan keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung.

B. Pengenalan Desain Grafis dan Canva

Pelatihan dimulai dengan penyampaian materi pengantar mengenai dasar-dasar desain grafis. Pada sesi ini, peserta dikenalkan dengan konsep dasar estetika visual, prinsip tata letak (layout), penggunaan tipografi yang efektif, serta elemen-elemen penting dalam media promosi. Tujuannya adalah memberikan pemahaman menyeluruh mengenai peran visual dalam membentuk persepsi dan daya tarik suatu produk. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan Canva sebagai platform desain grafis berbasis web yang dirancang ramah pengguna, khususnya bagi pemula. Penjelasan ini mencakup fitur-fitur utama Canva serta contoh aplikasi nyatanya dalam dunia promosi digital.

Untuk memahami latar belakang kemampuan peserta, tim pelatih melakukan penggalan awal melalui diskusi terbuka dan penyebaran kuesioner singkat. Dari hasil pengamatan dan interaksi tersebut, diketahui bahwa sekitar 70% peserta belum memiliki pengalaman menggunakan Canva sebelumnya. Namun demikian, semangat dan minat peserta terhadap materi sangat tinggi, terutama karena mereka melihat peluang nyata dalam memanfaatkan desain grafis untuk mempromosikan usaha lokal. Antusiasme ini menjadi modal penting bagi kelancaran proses pelatihan dan penyampaian materi selanjutnya.

Sebagian peserta memiliki pengalaman menggunakan aplikasi pengeditan gambar yang lebih sederhana, seperti editor bawaan di smartphone. Meskipun demikian, mereka umumnya belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai prinsip desain yang efektif. Oleh karena itu, pendekatan pelatihan lebih difokuskan pada praktik langsung, di mana peserta diajak membuat desain dasar seperti poster promosi dan konten media sosial dengan menggunakan Canva. Dengan praktik langsung ini, peserta tidak hanya belajar secara teoretis, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan secara nyata sesuai kebutuhan promosi produk desa. Pendekatan ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan diri dan meningkatkan kemampuan teknis peserta secara bertahap.

C. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan selama tiga hari (21–23 November 2024) di Pendopo Children Center Dusun Kiringan, diikuti oleh 26 peserta, dan 23 di antaranya mengumpulkan karya akhir.

Materi meliputi:

- a. Pengenalan Canva dan fiturnya
- b. Prinsip desain visual
- c. Strategi visual branding dan promosi produk desa
- d. Pembuatan poster, brosur, dan konten media sosial

Peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama saat demo desain promosi "Paket Wisata Jamu Tradisional". Sesi praktik menarik perhatian peserta karena Canva dinilai mudah dan menyenangkan digunakan.

D. Peningkatan Kemampuan Teknis

Pada hari kedua pelatihan, terlihat peningkatan signifikan dari peserta yang awalnya belum familiar dengan Canva. Mereka mulai mampu menyusun desain secara mandiri, menunjukkan pemahaman terhadap prinsip dasar tata letak, kombinasi warna yang serasi, serta penggunaan elemen visual untuk memperkuat pesan promosi. Perkembangan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan pendekatan praktis dalam pelatihan, tetapi juga menandakan tumbuhnya kepercayaan diri peserta dalam mengolah konten digital.

Memasuki hari ketiga, peserta mulai mengeksplorasi fitur Canva yang lebih kompleks, seperti animasi, pengaturan layer, hingga penyusunan komposisi visual yang lebih berlapis. Proses ini difasilitasi oleh mahasiswa pendamping yang turut membimbing peserta, khususnya generasi muda, dalam mengembangkan keterampilan teknis mereka. Suasana yang terbangun menjadi lebih kolaboratif dan dinamis, mempercepat proses belajar dan menciptakan ekosistem pembelajaran yang saling mendukung antar generasi.

E. Kreativitas dan Identitas Lokal

Dalam sesi lanjutan, peserta diarahkan untuk menuangkan unsur lokal khas Desa Jamu Kiringan ke dalam desain yang mereka buat. Elemen budaya seperti tanaman jamu, suasana tradisional pedesaan, serta produk-produk UMKM lokal dimasukkan ke dalam berbagai media promosi seperti poster, brosur, dan konten media sosial. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan agar karya menjadi menarik secara visual, tetapi juga sarat akan nilai dan ciri khas lokal yang dapat memperkuat identitas desa di mata wisatawan digital.

Beragam tema lokal yang diangkat oleh peserta mencerminkan kearifan budaya dan narasi khas desa, seperti "Desa Sehat", "Workshop Meracik Jamu", hingga "Wisata Rempah Tradisional". Desain-desain yang dihasilkan menjadi bentuk visualisasi dari potensi lokal yang belum banyak tereksplorasi secara digital. Dengan demikian, produk akhir tidak hanya memenuhi aspek estetika, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang otentik dan memperkuat daya tarik promosi digital berbasis budaya.

F. Hasil Karya Desain

Sebagai bagian dari evaluasi capaian pelatihan, peserta diminta untuk menghasilkan karya desain grafis yang merepresentasikan tema lokal Desa Wisata Jamu Kiringan. Karya yang dihasilkan mencerminkan tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, kemampuan teknis, serta kreativitas dalam mengangkat potensi desa. Tabel 1 merangkum identitas peserta beserta jenis desain dan tema lokal yang diangkat dalam karya mereka.

Tabel 2. Tabel Hasil Desain/Konten Promosi Digital oleh Peserta

No	Nama Peserta	Usia	Jenjang Pendidikan	Jenis Desain	Tema Lokal yang Diangkat	Nilai
1	Anisa Rahmawati	15	SMP	Poster	Workshop Jamu Tradisional	82
2	Rizky Hidayat	17	SMA	Brosur Poster + Feed	Produk Jamu Rempah	96 95
3	Nabila Khairunnisa	20	Mahasiswa	IG	Desa Sehat dan Sejahtera	
4	Ahmad Zulfikar	16	SMA	Poster Feed Media	Edukasi Rempah Nusantara	81 89
5	Dinda Maulidya	18	Mahasiswa	Sosial	Minuman Kesehatan Khas Kiringan	
6	Luthfi Abdul Aziz	21	Mahasiswa	Brosur + Poster	Wisata Meracik Jamu	80
7	Farah Nur Aini	19	Mahasiswa	Poster	Rempah Herbal Desa	91
8	Yusuf Ramadhan	22	Mahasiswa	Feed Instagram	Kuliner Tradisional Sehat	90
9	Salma Zahra	14	SMP	Poster	Pelatihan Jamu Sehat Untuk Anak	92
10	Bima Prasetya	20	Mahasiswa	Brosur	Branding Produk Jamu UMKM	88

11	Khairul Anwar	17	SMA	Poster Feed + Story	Edukasi Hidup Sehat Ala Desa	90 82
12	Najwa Tsbaita	19	Mahasiswa	Template	Jelajah Tanaman Obat Desa Kiringan	
13	Fatimah Zahra	16	SMA	Poster	Festival Ramuan Herbal Kiringan	84
14	Rahmat Wijaya	18	Mahasiswa	Brosur	Paket Wisata Edukasi Jamu Keluarga Jamu Modern, Tradisi Lama Tetap	92 83
15	Nurul Hidayah	21	Mahasiswa	Poster + Feed	Relevan	
16	Dwi Ananda Putra	15	SMP	Poster	Tanaman Herbal Pekarangan Rumah	87
17	Aisyah Humaira	14	SMP	Poster Feed Media	Jamu Sehat Untuk Remaja	88 85
18	Muhammad Iqbal	22	Mahasiswa	Sosial	Visual Branding Desa Wisata Jamu	
19	Siti Aulia Rahman	16	SMA	Poster	Promosi Produk Rempah Ibu-Ibu PKK	75
20	Fadlan Rizqi	17	SMA	Brosur + Poster	Wisata Tradisional dan Herbal	78
21	Zahra Fadhilah	18	Mahasiswa	Feed IG	Ramuan Sehat dari Bumi Kiringan	82
22	Bagas Arya Saputra	19	Mahasiswa	Poster Feed Media	Branding Desa Wisata Jamu Kiringan	87 85
23	M. Fahmi Lazuardi	21	Mahasiswa	Sosial	Wisata Edukasi Ramuan Tradisional	

Berdasarkan hasil karya peserta, terpilih dua desain yang terpilih yaitu desain paling unik oleh Nabila Khairunnisa dan desain terbaik oleh Rizky Hidayat. Desain paling unik dipilih karena berbeda dengan hasil karya peserta lainnya. Desain unik ini berupa storytelling yang pembuatannya bukan hanya menggunakan aplikasi Canva, namun juga menggunakan fitur *Artificial Intelligent* yang ada di Canva. Adapun desain terbaik dipilih karena komposisi, warna, dan tampilan yang simpel namun menarik. Keduanya tampak seperti pada gambar di bawah ini.



Desain Terunik

Desain Terbaik

Gambar 3. Desain Paling Unik oleh Nabila Khairunnisa (kiri) dan Desain Terbaik oleh Rizky Hidayat (kanan)

Berikut adalah narasi hasil akhir kegiatan yang dilengkapi dengan perbandingan data dari literatur yang Anda berikan:

Dari hasil evaluasi pelatihan, diperoleh rata-rata skor peserta sebesar 86,1, dengan mayoritas peserta mendapatkan nilai di atas 85. Hal ini mencerminkan bahwa pelatihan desain grafis digital menggunakan Canva di Desa Wisata Jamu Kiringan berjalan efektif dan berdampak positif terhadap peningkatan keterampilan warga dalam membuat konten promosi visual berbasis budaya lokal.

Hasil ini menguatkan temuan dari Wulandari (2022) dan Kharissidqi (2022) yang menunjukkan bahwa Canva efektif digunakan dalam pembelajaran berbasis visual, meskipun dalam konteks pendidikan formal. Namun, pelatihan ini mampu mengisi celah penelitian tersebut dengan menghadirkan implementasi nyata Canva di lingkungan desa, khususnya untuk promosi potensi lokal dan produk warga. Sejalan dengan penelitian Mavilinda dkk. (2022) yang menyoroti lemahnya kemampuan UMKM dalam membuat konten promosi digital, pelatihan ini hadir sebagai jawaban nyata terhadap tantangan tersebut. Tingginya skor peserta menjadi bukti bahwa dengan pendekatan yang tepat dan berbasis praktik, masyarakat desa mampu menyerap keterampilan digital secara optimal.

Penelitian oleh Saifudin (2022) yang menekankan pentingnya pengelolaan media sosial seperti Instagram juga menjadi relevan, mengingat desain yang dihasilkan oleh peserta dalam pelatihan ini tidak hanya cocok untuk dipublikasikan di Instagram, tapi juga dapat digunakan secara lintas platform. Ini mempertegas keunggulan Canva sebagai media promosi yang fleksibel dan adaptif, sebagaimana juga ditegaskan dalam penelitian Nugraha (2023) yang menggarisbawahi pentingnya keterampilan konten visual dalam strategi promosi digital desa. Selain itu, pelatihan ini menunjukkan kemiripan dampak dengan pengabdian Robby (2024) dan Atika (2024), di mana setelah pelatihan, peserta mengalami peningkatan dalam hal keterampilan, kreativitas, serta motivasi untuk membuat media promosi secara mandiri. Bahkan hasil karya peserta menunjukkan kualitas visual yang cukup baik dan profesional, yang ditunjukkan melalui pencapaian desain paling unik oleh Nabila Khairunnisa dan desain terbaik oleh Rizky Hidayat.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berhasil sebagai bentuk pengabdian, namun juga menjadi kontribusi empiris dalam memperluas literatur mengenai efektivitas Canva dalam konteks pemberdayaan masyarakat desa dan pengembangan promosi wisata serta produk lokal berbasis budaya.

G. Dampak Sosial dan Motivasi

Narasi umum: Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dari hari ke hari. Mereka tidak hanya aktif hadir, tetapi juga berdiskusi, membantu satu sama lain, dan berinisiatif melanjutkan pembelajaran secara mandiri.

Poin-poin dampak sosial:

- 1) Interaksi sosial antar usia meningkat.
- 2) Rasa percaya diri peserta dalam menggunakan media digital tumbuh.
- 3) Muncul inisiatif mandiri untuk menjadikan hasil desain sebagai konten promosi desa.
- 4) Terjadi transfer pengetahuan horizontal (mahasiswa ke remaja).

5) 8. Rekomendasi dan Tindak Lanjut

- 6) **Pelatihan lanjutan:** Perlu dilakukan pelatihan tingkat lanjut, seperti desain video promosi, Canva Pro, dan pengelolaan konten digital desa.
- 7) **Inkubasi konten desa:** Dibentuk tim konten desa untuk membuat desain rutin promosi wisata dan produk lokal.
- 8) **Digitalisasi berkelanjutan:** Hasil desain peserta dapat dimasukkan dalam website desa, katalog digital, dan publikasi resmi desa.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan desain grafis menggunakan Canva telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas promosi digital warga Desa Wisata Jamu Kiringan. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan kegiatan, pelatihan ini terbukti berhasil menjawab kebutuhan pengelola dan masyarakat desa terhadap media promosi yang menarik, efektif, dan berbasis identitas lokal. Melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung, peserta yang semula belum mengenal platform desain digital kini mampu menghasilkan karya mandiri dengan kualitas visual yang layak untuk publikasi. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam aspek keterampilan teknis, kreativitas desain, serta pemahaman peserta terhadap pentingnya strategi visual dalam branding desa wisata.

Pelatihan ini juga berperan dalam membangun semangat kolaboratif antargenerasi, memperkuat identitas budaya lokal melalui visualisasi digital, dan memotivasi peserta untuk terus mengembangkan potensi promosi desa secara mandiri. Diikuti sebanyak 23 peserta menghasilkan dua desain terbaik yaitu desain paling unik oleh Nabila Khairunnisa dan desain terbaik oleh Rizky Hidayat. Kegiatan ini tidak hanya menjawab kebutuhan jangka pendek dalam aspek edukatif, tetapi juga memberikan fondasi strategis bagi upaya digitalisasi dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan, serta dapat berkontribusi dalam memperluas literatur dalam konteks pemberdayaan masyarakat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH (jika ada)

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Laboratorium Sosial Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta atas dukungan program ini, serta kepada seluruh masyarakat dan pengurus Dusun Kiringan, Canden, Jetis, Bantul atas partisipasi aktif dan dukungannya selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawati, Y., & Sutiah, S. (2023). Pengembangan Media Vidio Animasi Berbasis Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Journal of Islamic Education*, 9(1). <https://doi.org/10.18860/jie.v9i1.22809>
- Chaska. (2025, April 1). *Kemenpar Dorong Promosi Wisata Digital Lewat Teknologi AI*. MetroJateng.
- Digirolamo, A., Geller, A. C., Tendulkar, S. A., Patil, P., & Hacker, K. (2012). Community-Based Participatory Research Skills and Training Needs in a Sample of Academic Researchers from a Clinical and Translational Science Center in the Northeast. *Clinical and Translational Science*, 5(3). <https://doi.org/10.1111/j.1752-8062.2012.00406.x>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, A., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). PELATIHAN DESIGN DENGAN CANVA UNTUK UMKM SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK DI DESA GANJAR ASRI METRO. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i1.54>
- Fortuna, K., Bohm, A., Lebby, S., Holden, K., Agic, B., Cosco, T. D., & Walker, R. (2024). Examining the Feasibility, Acceptability, and Effectiveness of Remote Training on Community-Based Participatory Research: Single-Arm Pre-Post Pilot Study. *Journal of Participatory Medicine*, 16(1). <https://doi.org/10.2196/48707>
- Hafidh Ardiyansyah Suwandi, & Dwi Sudjanarti. (2023). Pembuatan Katalog Produk Menggunakan Canva Sebagai Media Promosi Pada Warkop R. Basman Malang. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(1), 28–36. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.837>
- Hilmy Baroroh, Haer, F., Yusfiani, M., Azhari, S. V., Anggraini, W., & Marini, M. (2022). OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL DAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DESA WISATA LOYOK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 5(1). <https://doi.org/10.36085/jpmbr.v5i1.3257>
- Kharissidqi, M. T., & Firmansyah, V. W. (2022). Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Yang Efektif. *Indonesian Journal Of Education and Humanity*, 2(4).
- Lepore, W., Hall, B. L., & Tandon, R. (2021). The Knowledge for Change Consortium: a decolonising approach to international collaboration in capacity-building in community-based participatory research. *Canadian Journal of Development Studies*, 42(3). <https://doi.org/10.1080/02255189.2020.1838887>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2022). Peningkatan Daya Saing UMKM di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2). <https://doi.org/10.32524/jamc.v5i2.299>
- Mutiarachim, A., & Tyoso, J. S. P. (2024). Pelatihan Pembuatan Media Promosi Mudah dan Menarik dengan Aplikasi Canva untuk UMKM di Desa Blerong Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.35870/jpmn.v4i1.2654>
- Nugraha, A. R. (2023). Promosi dan Pemasaran Digital Desa Wisata Cidugaleun Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(5). <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i5.822>
- Saifudin, W., Alamiyah, S. S., Mustikasari, R. P., & Tanoyo, P. (2022). PELATIHAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DIGITAL DESA WISATA ALASSUMUR KAB.BONDOWOSO. *JABN*, 3(1). <https://doi.org/10.33005/jabn.v3i1.101>
- Susanti, W. F., Jannatuzahra, K., Dita, A., Kartika, P., & Mukaromah, S. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI) 2023 Surabaya*.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bisnis Kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1). <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Tri Wulandari, & Adam Mudinillah. (2022). Efektivitas Penggunaan Aplikasi CANVA sebagai Media Pembelajaran IPA MI/SD. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah (JURMIA)*, 2(1). <https://doi.org/10.32665/jurmia.v2i1.245>