



## PELATIHAN MEMBUAT DESAIN IKLAN DIGITAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI UMKM BINAAN ASPPUK

Linda Wijayanti<sup>1</sup>, Ronald Sukwadi<sup>2</sup>, Wibawa Prasetya<sup>3</sup>, Wilona Angelina Azels<sup>4</sup>

- <sup>1</sup> Program Studi Teknik Elektro, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta  
Email: linda.wijayanti@atmajaya.ac.id
- <sup>2</sup> Program Studi Teknik Industri, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta  
Email: ronald.sukwadi@atmajaya.ac.id
- <sup>3</sup> Program Studi Teknik Industri, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta  
Email: wibawa.prasetya@atmajaya.ac.id
- <sup>4</sup> Program Studi Teknik Elektro, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta  
Email: wilona.201804520055@student.atmajaya.ac.id

### ABSTRACT

*The perpetrators of MSMEs assisted by ASPPUK are mostly housewives who have side businesses making food products, beverages, weaving, batik, and other local traditional handicrafts. Some MSME actors do not have adequate education to manage an entrepreneur. Marketing is only done conventionally in the area, so most of the products are only sold in the local area. To develop this business, product promotion is needed to reach buyers to a wider area. The purpose of this training activity is to provide knowledge and marketing techniques to business actors, by designing digital advertisements for online promotion, so that MSME products are able to compete in markets throughout Indonesia. The training materials teach you how to design digital ads using the Canva app using a smartphone. Most of the MSME mothers who joined ASPPUK did not master the use of smartphones and were included in the technology-savvy community, so ASPPUK played a role as a companion for mothers in helping develop their businesses by providing training on entrepreneurship. The training is carried out online via the Zoom application. After the training, it was continued by creating a Whatsapp group consisting of mentors and training participants to ask questions for one month. In this training, pre-test and post-test questionnaires were made using google forms to be filled out by participants before and after the training. From the evaluation results, 100% of the training participants stated that the training materials would be useful in the future and 82.6% stated that the resource persons/facilitators brought materials that were easily understood by the participants.*

**Keywords:** promotion, online, marketplace, advertising, Canva

### ABSTRAK

Pelaku UMKM binaan ASPPUK sebagian besar adalah ibu rumah tangga yang memiliki usaha sampingan membuat produk makanan, minuman, tenun, batik, dan kerajinan tangan tradisional lokal lainnya. Sebagian pelaku UMKM tidak memiliki pendidikan yang memadai untuk mengelola sebuah wirausaha. Pemasaran hanya dilakukan secara konvensional di daerahnya, sehingga produknya sebagian besar hanya terjual di wilayah setempat. Untuk mengembangkan usaha tersebut diperlukan promosi produk agar dapat menjangkau pembeli ke wilayah yang lebih luas. Tujuan kegiatan pelatihan ini adalah memberikan ilmu pengetahuan dan teknik pemasaran kepada pelaku usaha, dengan merancang iklan digital untuk promosi secara *online*, agar produk UMKM mampu bersaing menembus pasar di seluruh Indonesia. Materi pelatihan mengajarkan cara mendesain iklan digital menggunakan aplikasi Canva dengan memanfaatkan *smartphone*. Para ibu pelaku UMKM yang bergabung dengan ASPPUK sebagian besar kurang menguasai penggunaan *smartphone* dan termasuk dalam kelompok masyarakat yang gagap teknologi, sehingga ASPPUK berperan sebagai pendamping para ibu dalam membantu mengembangkan usaha dengan memberikan pelatihan tentang kewirausahaan. Pelatihan dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom. Setelah pelatihan dilanjutkan dengan membuat grup Whatsapp yang terdiri dari mentor dan peserta pelatihan untuk tanya jawab selama satu bulan. Pada pelatihan ini dibuat kuesioner *pre-test* dan *post-test* menggunakan *google form* untuk diisi oleh peserta sebelum dan setelah pelatihan. Dari hasil evaluasi, 100% peserta pelatihan menyatakan bahwa materi pelatihan akan berguna di kemudian hari dan 82,6% menyatakan narasumber/fasilitator membawakan materi yang mudah dipahami oleh peserta.

**Kata kunci:** promosi, *online*, marketplace, iklan, Canva

## 1. PENDAHULUAN

Terjadinya pandemi Covid-19 saat ini telah mengubah tatanan kehidupan masyarakat di seluruh dunia termasuk Indonesia, tidak hanya aspek kesehatan saja, namun juga mempengaruhi sendi-sendi perekonomian. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi kekuatan ekonomi nasional yang memiliki peran cukup besar dalam membuka kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga berperan penting sebagai penyedia jaring pengaman nasional, khususnya bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif (Amijaya. 2020). Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang atas kerjasama Fakultas Teknik dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Atma Jaya, Tokopedia, dan Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK), dengan tema kegiatan pelatihan Promosi *Online* Produk UMKM kepada pelaku UMKM binaan ASPPUK.

Salah satu strategi promosi yang banyak dilakukan oleh pelaku bisnis sejak pandemi covid-19 adalah promosi dengan memanfaatkan media sosial *online*. Berbagai media sosial *online* yang digunakan saat ini antara lain Instagram, Facebook, WhatsApp, *marketplace*, dan lain-lain. Dalam pelatihan ini Tokopedia akan memberikan materi tentang peran *marketplace* dalam menjual produk UMKM. Sedangkan tim dosen dan mahasiswa dari Fakultas Teknik dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Atma Jaya, akan memberikan pelatihan tentang promosi *online* produk UMKM yang akan membantu pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan. UMKM telah diakui sangat penting dan strategis, selain membantu pertumbuhan ekonomi juga untuk pembagian pendapatan yang merata. Sebagian besar para pelaku usaha kecil mengalami keterbatasan dalam kualitas sumber daya manusia, berpendidikan rendah dengan keahlian teknis yang terbatas, serta kompetensi kewirausahaan dan kemampuan manajemen yang seadanya. Masalah pemasaran dan cara promosi produk menjadi kendala terbesar bagi UMKM untuk meningkatkan skala bisnisnya di Indonesia (Andri, 2019).

Pelaku UMKM seringkali terlalu fokus pada proses produksi, kurang diimbangi dengan pemasaran dan promosi, sehingga mengalami kendala dalam menjual produknya. Setelah produk yang dihasilkan berlimpah, mereka kesulitan menjualnya dengan cepat. Promosi yang dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut atau hanya memajang produknya di toko sekitar wilayahnya saja tidak akan membuat usahanya berkembang (Harto, 2019). Pemanfaatan *marketplace* masih sangat minim di kalangan pelaku UMKM, padahal dengan memanfaatkan *marketplace* dapat meningkatkan jumlah penjualan dan promosi (Rifai, 2018).

Unika Atma Jaya mempunyai kerjasama dengan Tokopedia dalam bidang pengabdian kepada masyarakat, dengan membuat sebuah program kegiatan pelatihan bersama kepada pelaku UMKM. Tokopedia memiliki komitmen untuk mendukung UMKM lokal di seluruh Indonesia dalam meningkatkan daya saing bisnis, dengan cara mendatangi secara langsung kelompok UMKM di wilayah masing-masing (*on site*), untuk membantu pelaku UMKM memasarkan produknya pada *marketplace* Tokopedia. Sejak pandemi, penjual di Tokopedia mengalami peningkatan UMKM yang cukup signifikan, tetapi kegiatan pendampingan UMKM secara *on site* tidak dapat dilakukan. Selama pandemi semua bentuk kegiatan pendampingan dilakukan secara *online*.

Untuk menjangkau UMKM di seluruh pelosok Indonesia, Tokopedia bekerja sama dengan ASPPUK (Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil), yaitu jaringan Ornop atau LSM perempuan yang saat ini memiliki anggota 54 Ornop atau LSM yang tersebar di 20 provinsi di Indonesia. Aktivitas utama ASPPUK adalah membantu penguatan perempuan pada usaha kecil mikro dalam mengembangkan usaha melalui organisasi, pelatihan, seminar, *technical assistant*,

diskusi, fasilitasi pengembangan dan kualitas produk serta pasar, dan sebagainya. Pelatihan yang dibutuhkan pelaku UMKM binaan ASPPUK adalah promosi yang efektif untuk memasarkan produk secara *online*. Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM dari berbagai provinsi dan pendamping UMKM dari ASPPUK. Kategori usaha UMKM yang dijalankan antara lain minuman, makanan, tenun, batik, dan kerajinan tangan, dengan jumlah target peserta 50 orang.

Pelatihan desain iklan digital merupakan bagian dari promosi *online* yang bertujuan agar produk dari pelaku UMKM dapat menyebar luas dan tepat sasaran pada pelanggan yang membutuhkan produk tersebut. Materi pelatihan yang diberikan adalah cara membuat iklan digital yang lengkap dan menarik calon pelanggan agar penjualan produk dapat meningkat. Iklan digital yang dihasilkan dapat digunakan untuk berpromosi melalui media sosial dan *marketplace* yang tepat untuk memasarkan produknya (Sholeh, 2020). Pengenalan tentang *brand*, foto kemasan produk, dan deskripsi produk akan menjadi bagian dari iklan digital yang perlu disiapkan untuk menghasilkan promosi dengan informasi yang lengkap dan tepat sasaran.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dibagi dalam 3 tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, yang diperlihatkan pada Gambar 1.

Gambar 1.

*Tahapan kegiatan*



### Tahap Persiapan

Tahap persiapan melakukan perencanaan kegiatan pengabdian masyarakat, yang terdiri dari rapat koordinasi dan pendaftaran UMKM oleh ASPPUK. Rapat koordinasi dilakukan tim Unika Atma Jaya dan Tokopedia, bersama ASPPUK yang merupakan rekanan Tokopedia. Hasil rapat koordinasi memutuskan topik pelatihan, waktu pelaksanaan, metode pelatihan, dan pembagian tugas. Kebutuhan materi pelatihan ditentukan oleh ASPPUK sesuai kebutuhan pelaku UMKM saat ini, yaitu peningkatan pengetahuan dan ketrampilan membuat iklan digital untuk promosi produk UMKM. Dari hasil rapat koordinasi ditetapkan tema pelatihan adalah Promosi Online Produk UMKM, dengan tiga materi yang berkaitan, yaitu: Desain Iklan Digital Menggunakan Canva, Penyajian Foto dan Deskripsi Produk di e-commerce, dan Promo Diskon (e-voucher). Dalam makalah ini hanya dibahas topik pertama, yaitu Desain Iklan Digital Menggunakan Canva.

Pendaftaran peserta pelatihan dikoordinasikan oleh ASPPUK, dengan pesertanya adalah pelaku UMKM dan ornop pendamping UMKM dari beberapa kota atau provinsi yang berbeda. Pendaftaran dikelola oleh ASPPUK melalui ornop di wilayahnya, dengan mengedarkan brosur pada Gambar 2. Jumlah peserta pelatihan 50 orang dari UMKM yang berbeda, yang tersebar pada 5 provinsi, setiap provinsi dibatasi 10 peserta.

Gambar 2.

*Brosur untuk pendaftaran pelatihan*



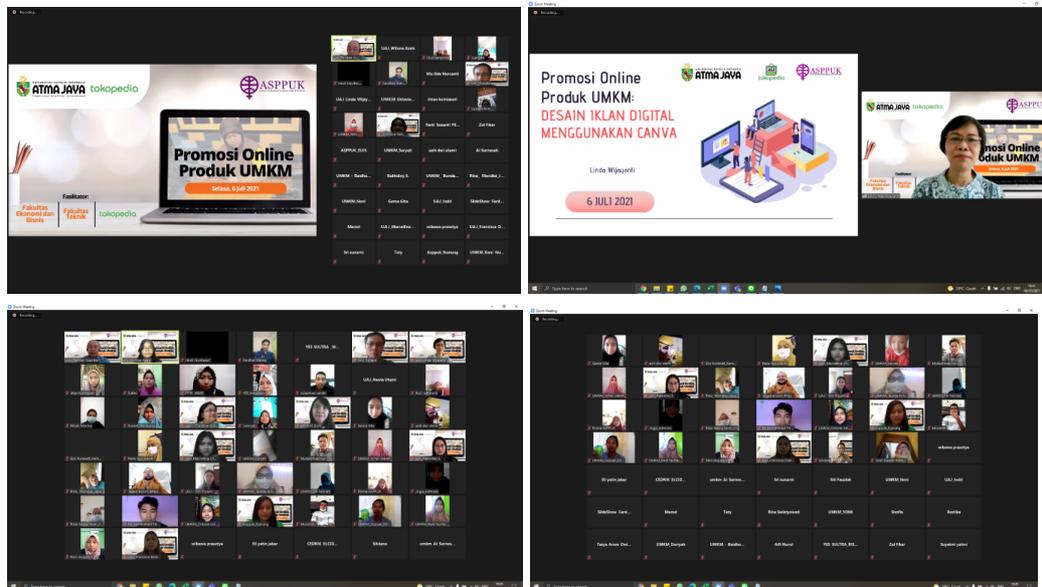
### **Tahap Pelaksanaan**

Tahap pelaksanaan terdiri dari kegiatan pelatihan dan dilanjutkan dengan konsultasi UMKM dengan narasumber pelatihan selama satu bulan melalui grup WhatsApp. Pelatihan dilakukan secara daring (*online*) menggunakan aplikasi Zoom karena peserta tersebar di lima provinsi yang berbeda, yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Sulawesi. Narasumber Tokopedia memberikan pengenalan *marketplace* sebagai media untuk promosi dan penjualan produk yang dapat dijangkau dari seluruh pelosok di Indonesia. Sedangkan tim Unika Atma Jaya memberikan pelatihan agar peserta dapat membuat iklan digital untuk digunakan pada media sosial dan *marketplace*. Program yang digunakan untuk membuat iklan digital adalah Canva, yang memiliki keunggulan tidak berbayar, mudah digunakan, dan memiliki banyak *template* yang sangat beragam dengan desain yang menarik. Setelah selesai pelatihan, kemudian dibuat grup WhatsApp untuk kanal konsultasi dan diskusi UMKM dengan narasumber pelatihan dari Tokopedia dan Unika Atma Jaya. Kanal konsultasi ini berlangsung selama satu bulan untuk berdiskusi tentang kelanjutan pelatihan yang telah diberikan. Foto pelaksanaan pelatihan diperlihatkan pada Gambar 3, merupakan foto kegiatan pelatihan dan peserta pelatihan secara online melalui aplikasi Zoom.

### **Tahap evaluasi**

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur pemahaman para peserta pelatihan terhadap kegiatan dan materi yang diberikan. Proses evaluasi dilakukan dengan mengedarkan link *google form pre-test* dan *post-test*, yang dilakukan sebelum dan setelah pelatihan berlangsung. Hasil evaluasi dianalisis untuk menilai keberhasilan pelatihan. Seluruh kegiatan pelatihan dirangkum dalam sebuah laporan pengabdian kepada masyarakat.

Gambar 3.  
Foto kegiatan pelatihan



### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi merupakan salah satu aspek penting pada proses pemasaran sebuah produk untuk menaikkan daya saing. Strategi pemasaran dengan konsep *marketing mix 7P* menjadi penentu kesuksesan sebuah perusahaan dalam mengejar keuntungan. Strategi ini menggunakan semua usaha pemasaran pada perusahaan dengan konsep *marketing mix 7P*, yaitu *price*, *products*, *promotions*, *people*, *place*, *process*, dan *physical evidence* (Anjani, 2018). *Digital marketing* merupakan salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena konsumen mulai beralih mengikuti arus digitalisasi, sehingga makin banyak perusahaan yang mulai meninggalkan model pemasaran konvensional menuju pemasaran modern (Febriantoro, 2018).

Pelatihan promosi *online* bertujuan agar produk dari pelaku UMKM dapat menyebar luas dan tepat sasaran pada pelanggan yang membutuhkan produk tersebut. Materi pelatihan yang diberikan adalah cara membuat iklan digital yang lengkap dan menarik calon pelanggan agar penjualan produk dapat meningkat. Iklan digital yang dihasilkan dapat digunakan untuk berpromosi melalui media sosial dan *marketplace* yang tepat untuk memasarkan produknya. Pengenalan tentang *brand*, foto kemasan produk, dan deskripsi produk akan menjadi bagian dari iklan digital yang perlu disiapkan untuk menghasilkan promosi dengan informasi yang lengkap dan tepat sasaran.

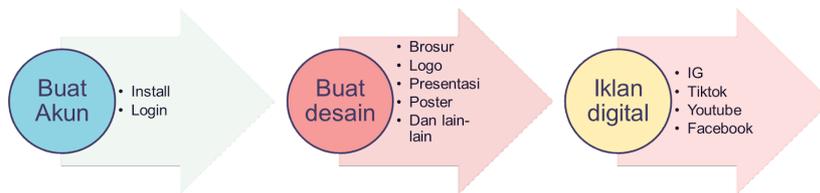
Pelatihan ini bermanfaat untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya membuat iklan digital dalam proses pemasaran, yang memberikan keuntungan sebagai berikut:

1. Menghemat pengeluaran untuk pembuatan iklan
2. Informasi produk dapat menjangkau konsumen dengan mudah, cepat, dan aman
3. Pemasaran produk melalui iklan digital dapat dipromosikan melalui media sosial yang diakses menggunakan *smartphone*
4. Pemasaran produk melalui iklan digital memiliki jangkauan yang luas

Pelaksanaan kegiatan pelatihan Desain Iklan Digital menggunakan Canva dilaksanakan pada tanggal 6 Juli 2021, melalui aplikasi Zoom. Pelatihan dihadiri oleh 50 peserta, yang merupakan pelaku UMKM anggota ASPPUK yang berasal dari 5 provinsi, yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat,

Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Sulawesi. Pelatihan penggunaan aplikasi Canva meliputi cara mengakses aplikasi, membuat akun, memilih *template* yang sesuai dengan produk, memodifikasi *template* dengan menambahkan foto, teks, dan mengunduh hasil desain yang telah dibuat sebagai iklan digital yang siap diunggah ke media sosial, seperti diperlihatkan pada Gambar 4. Modul pelatihan tentang penggunaan aplikasi Canva dibagikan kepada para peserta agar dapat digunakan untuk belajar dan berlatih di rumah setelah selesai pelatihan.

Gambar 4.  
*Proses pembuatan iklan digital*



### Membuat akun

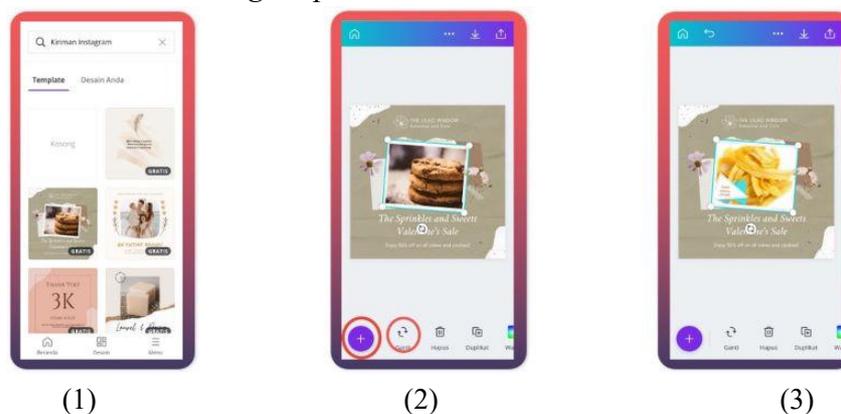
Sebelum pelatihan membuat akun, peserta diminta mengunduh dan meng-*install* aplikasi Canva melalui App Store atau Google Play. *Login* Canva dapat dilakukan melalui akun email, Google, atau Facebook. Sebagian peserta adalah seller UMKM di Tokopedia, yang telah memiliki alamat *email*, sehingga saat *login* Canva dapat mengisi data yang diperlukan, termasuk alamat *email*.

### Membuat desain

Setelah masuk dalam aplikasi Canva, selanjutnya dijelaskan cara membuat desain iklan digital menggunakan *template* yang disediakan Canva dengan ukuran iklan yang disesuaikan dengan media sosial atau *marketplace*, sebagai contoh untuk iklan pada Instagram. Untuk melengkapi desain iklan juga dijelaskan cara menambah teks, gambar, foto, dan logo produk dari pelaku UMKM. Tahapan membuat desain secara garis besar diperlihatkan pada Gambar 5, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Buka Canva dan pilih salah satu *template Kiriman Instagram*.
2. Tekan tanda + dan **Ganti** untuk mengganti foto produk UMKM.
3. Pilih foto produk yang sesuai dari Gallery.
4. Ubah teks pada kotak yang tersedia.
5. Untuk menambahkan teks pilih **Teks** dan pilih format yang sesuai.
6. Lengkapi nomor kontak, harga, dan teks yang dibutuhkan.

Gambar 5.  
*Tahapan membuat desain iklan digital pada Canva*





(4)



(5)



(6)

### Iklan digital

Langkah selanjutnya adalah menyimpan hasil desain iklan digital seperti diperlihatkan pada Gambar 6, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Unduh iklan digital dengan memilih tanda panah di kanan atas.
2. Simpan iklan digital sebagai gambar dengan memilih **Simpan**.
3. Iklan digital dapat disimpan, diunggah, atau dibagikan ke Instagram atau media sosial lainnya.

Gambar 6.

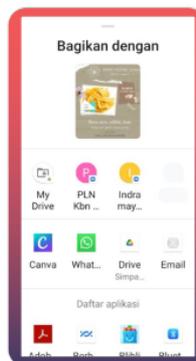
Tahapan menyimpan gambar pada Canva



(1)



(2)



(3)

Setelah selesai pelatihan, dibuat grup WhatsApp untuk konsultasi dan diskusi UMKM dengan narasumber pelatihan dari Tokopedia dan Unika Atma Jaya. Konsultasi dan diskusi dengan peserta pelatihan berlangsung selama satu bulan.

Hasil evaluasi kegiatan diukur dari *pre-test* dan *post-test* melalui *google form* yang diisi oleh peserta sebelum dan setelah pelatihan. Hasil analisis evaluasi kegiatan yang diperoleh dari *pre-test* dan *post-test* dapat dirangkum sebagai berikut:

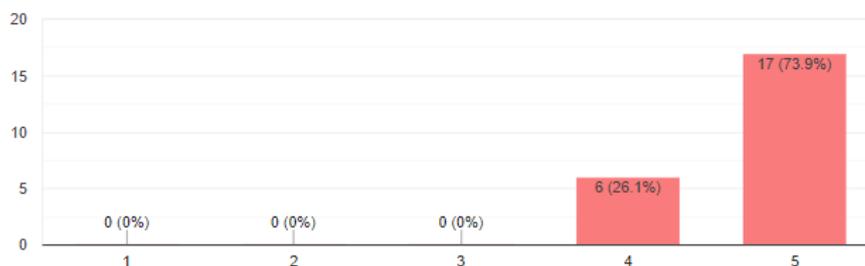
1. Sebelum pelatihan, terlihat peserta telah memiliki pengetahuan awal yang baik dalam mengidentifikasi jenis media online yang digunakan dan perlunya promosi di era digital harus kreatif karena pesaingnya banyak.
2. Setelah pelatihan, pengetahuan dan pemahaman peserta meningkat dari kenaikan persentase jawaban *post-test* dalam hal tujuan promosi, keuntungan pemanfaatan internet sebagai media online, dan jangkauan promosi secara fisik dan secara media digital.

Tanggapan para peserta pelatihan ini sangat positif, karena peserta merasakan manfaat penggunaan aplikasi Canva untuk menunjang pembuatan iklan digital, yang sangat berguna untuk promosi produk UMKM. Pada Gambar 7 diperlihatkan beberapa hasil evaluasi terkait kepuasan peserta pada materi pelatihan dan narasumber dalam membawakan materi pelatihan. Skala penilaian yang digunakan 1-5, dengan nilai 1 menyatakan sangat buruk dan nilai 5 sangat baik. Dari hasil evaluasi, 100% peserta pelatihan menjawab baik dan sangat baik, yang menyatakan bahwa materi pelatihan akan berguna di kemudian hari. Sedangkan untuk pertanyaan narasumber/fasilitator membawakan materi mudah dipahami oleh peserta terdapat 82,6% peserta yang menjawab baik dan sangat baik.

Gambar 7.  
*Hasil evaluasi kegiatan pelatihan*

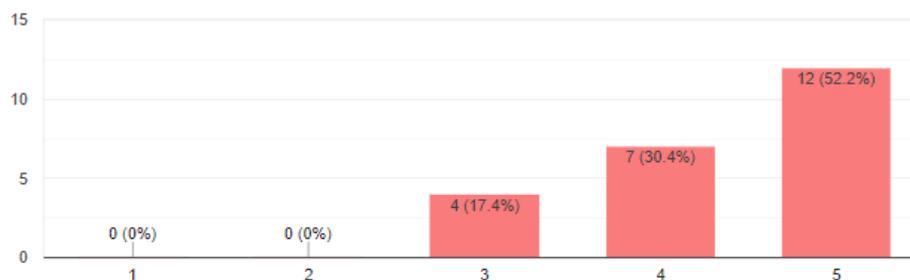
Apakah materi pelatihan akan berguna di kemudian hari?

23 responses



Apakah narasumber/fasilitator dalam membawakan materi mudah dipahami

23 responses



#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dapat berjalan dengan baik dan memperoleh respon yang positif dari peserta. Materi pelatihan membuat iklan digital menggunakan Canva sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat iklan digital yang bermanfaat untuk promosi melalui media sosial dan *marketplace*. Peserta pelatihan memperoleh peningkatan tentang tujuan promosi, keuntungan pemanfaatan internet sebagai media online, dan jangkauan promosi secara fisik dan secara media digital. Evaluasi kegiatan menggunakan *pre-test* dan *post-test*, dengan hasil 100% peserta pelatihan menyatakan bahwa materi pelatihan akan berguna di kemudian hari dan 82,6% peserta menyatakan materi mudah dipahami oleh peserta. Disarankan kepada peserta dapat mendesain secara langsung iklan digital menggunakan aplikasi Canva melalui laptop atau *smartphone*, sehingga terlihat hasil yang dapat langsung dimanfaatkan untuk produk UMKM dari peserta pelatihan.



### Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan oleh Fakultas Teknik dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Atma Jaya berkolaborasi dengan Tokopedia. Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Tokopedia sebagai narasumber dan *sponsorship*, serta ASPPUK yang mengelola pendaftaran 50 UMKM dari 5 provinsi di Indonesia sebagai peserta pelatihan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pendamping UMKM dan peserta pelatihan yang merupakan UMKM binaan ASPPUK.

### REFERENSI

- Amijaya, S. Y., Seliari, T., Oentoro, K. (2020). "Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19". *Senadimas 5*, Universitas Pendidikan Ganesha, 29 September 2020, 358-368.
- Andri, Y. (2019). <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191213/12/1181057/pengembangan-umkm-pemasaran-dan-promosi-masih-jadi-kendala>, diunduh 20 Juni 2021.
- Anjani, H.D., Irham, Waluyati, L.R. (2018). Relationship Of 7p Marketing Mix And Consumers' Loyalty In Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261-273.
- Febriantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39-45.
- Rifai, Z, Oktaviana, L.D. (2018). Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra UMKM Banyumas Pratistha Harsa Untuk Pemasaran Produk Secara Online. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(3), 593-599.
- Sholeh, M., Rachmawati, R.Y., Susanti. E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-435.