

SOSIALISASI DESAIN KONTEN GAMBAR SEBAGAI *DIGITAL MARKETING* DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI UMKM DI DESA SELEBUNG KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Asri Oktiani¹⁾, I Gusti Agung Dudit Eka Permadi^{1*)}, Faezal¹⁾

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

*Corresponding Author: agunguditpermadi@gmail.com

Article Info

Article History:

Received October 4, 2025

Revised December 1, 2025

Accepted December 29, 2025

ABSTRAK

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital yang mempermudah interaksi antara produsen, perantara, hingga calon konsumen. Desa Selebung terletak di Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). UMKM di Desa Selebung terdiri dari usaha *handycrafts/art shop*, aneka jajanan gorengan sasak, toko/outlet buah-buahan, coffee shop, dan lainnya. Namun, pelaku UMKM di desa ini sebagian besar belum melakukan promosi di media sosial. Dalam era *digital* yang terus berkembang, pemasaran *digital* telah menjadi elemen kunci dalam strategi bisnis *modern*. Penggunaan alat desain grafis *online* seperti *Canva* telah memudahkan pelaku bisnis, pemasar, dan individu untuk menciptakan konten visual yang menarik dan memikat. Adapun metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pemetaan, perancangan, dan sosialisasi dan pendampingan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan *focus group discussion* dengan perwakilan pelaku UMKM di Desa Selebung untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman mengenai pentingnya konten gambar yang menarik di media sosial dan aplikasi *Canva*. Hasil dari diskusi tersebut menunjukkan bahwa banyak yang belum memahami pentingnya konten yang menarik dan penggunaan aplikasi *Canva*. Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan mengenai aplikasi *Canva*. Kesimpulan yang diperoleh adalah penggunaan aplikasi *Canva* ini, diharapkan kedepannya pelaku UMKM di Desa Selebung bisa meningkatkan kreativitasnya dan semakin ahli dalam pembuatan konten gambar dan konten-konten lainnya. Saran yang dapat diberikan adalah para pelaku UMKM di Desa Selebung terdorong untuk menciptakan media promosi yang menarik, seperti desain konten gambar di media sosial dan brosur sehingga mampu meningkatkan daya saing dan branding usaha mereka yang akan berdampak pada peningkatan penjualan.

ABSTRACT

Digital marketing is a marketing activity that utilizes digital technology to facilitate interactions between producers, intermediaries, and potential consumers. Selebung Village is located in Batukliang District, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara (NTB) Province. MSMEs in Selebung Village consists of from business *handycrafts/art shop*, various snacks fried food sasak, shop/outlet fruits, coffee shops, and others. However, MSME actors in the village this part big not yet do social media promotion. In the ever evolving digital era, digital marketing has become a key element of modern business strategy. The use of online graphic design tools like *Canva* has made it easier for businesses, marketers, and individuals to create engaging and captivating visual content. The methods used in this community service activity were mapping, design, and outreach and mentoring. The activity began with a focus group discussion with representatives of MSMEs in Selebung Village to determine the extent of understanding regarding the importance of engaging image content on social media and the *Canva* application. The results of the discussion indicated that many did not yet understand the importance of engaging content and the use of the *Canva* application. The activity continued with a presentation on the *Canva* application. The conclusions obtained were through the use of the *Canva* app, it is hoped that in the future, MSMEs in Selebung Village will increase their creativity and become more skilled at creating image and other content. The recommendation is that MSMEs in Selebung Village be encouraged to create engaging promotional media, such as image content designs for social media and brochures, to increase their business competitiveness and branding, which will ultimately lead to increased sales.

Copyright © 2025, The Author(s).
This is an open access article
under the CC-BY-SA license



How to cite: Permadi, I. G. A. D. E., Oktiani, A., & Faezal, F. (2025). SOSIALISASI DESAIN KONTEN GAMBAR SEBAGAI DIGITAL MARKETING DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI UMKM DI DESA SELEBUNG KABUPATEN LOMBOK TENGAH. *Devote: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 4(4), 1014–1021. <https://doi.org/10.55681/devote.v4i4.4722>

PENDAHULUAN

Melekatnya penggunaan media sosial yang sudah seperti *lifestyle* membuktikan betapa pesatnya perkembangan era digitalisasi di Indonesia. Media sosial bahkan sudah seperti pengganti koran di pagi hari yang sulit dilewatkan setiap informasinya. Media sosial merupakan sebuah media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi, berinteraksi, berkreasi, berbagi, dan berpartisipasi dengan mudah (Ratnamulyani dan Maksudi, 2018). Adapun maksud dari berpartisipasi adalah cara pengguna berbagi infomasi dengan mudah melalui pesan, konten bergambar balasan pesan melalui komentar, dan fitur-fitur lainnya yang ada di media sosial.

Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia menjadi bukti bahwa era industri 4.0 dengan teknologi informasi yang serba cepat dan canggih sudah menjangkau Indonesia walaupun belum merata sepenuhnya. Selama tahun 2024, pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan data *We are Social* yang meliputi *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, dan *youtube* mencapai 80-90%. *Youtube* menempati peringkat pertama dengan urutan pengguna terbanyak, disusul oleh *whatsapp* dan *instagram*. Adanya kemudahan dalam akses tentu menjadikan media sosial banyak digemari oleh masyarakat. Bagi pelaku usaha, media sosial menjadi salah satu strategi *Digital Marketing* yang wajib diaplikasikan dalam bisnis. Titik penting aktivitas manusia, terutama pada sektor bisnis terletak pada dunia *digital* itu sendiri.

Banyaknya pengguna media sosial termasuk juga di kalangan pelaku usaha tidak menjadi jaminan bahwa semua pengguna tersebut bisa memaksimalkan manfaat sekaligus peluang media sosial. Misalnya saja dalam hal pembuatan konten promosi produk. Tidak jarang para pelaku usaha tersebut hanya memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan untuk sekadar berkomunikasi dengan konsumennya, namun sangat kurang dalam hal promosi. Salah satu promosi yang mendukung pelaksanaan *digital marketing* adalah dengan memanfaatkan media sosial.

Promosi melalui media sosial tentu akan menjangkau pasar yang lebih luas. *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang memanfaatkan teknologi *digital* yang mempermudah interaksi antara produsen, perantara, hingga calon konsumen. Memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi *digital marketing* juga akan mempermudah sekaligus menyederhanakan pencarian konsumen berdasarkan keinginan dan kebutuhannya.

Promosi menggunakan media sosial memberikan daya tarik melalui konten-konten yang dibagikan. Misalnya, seperti konten gambar, apabila dikemas dengan menarik dan mempunyai nilai tawar akan membuat konsumen tertarik dan memutuskan untuk membeli. Hal ini sesuai dengan konsep teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*). Sebelum terjadi tindakan (*action*) dari konsumen untuk melakukan pembelian, mereka cenderung melihat konten produk terlebih dahulu maka dari itu, pelaku usaha harus membuat konten promosi yang bisa menarik perhatian konsumen sesuai dengan target pasarnya.

Desa Selebung terletak di Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Desa ini merupakan bagian dari wilayah administratif di bagian utara Kabupaten Lombok Tengah. Desa ini dikenal memiliki alam yang indah serta sumber daya lokal yang melimpah mudah dimanfaatkan untuk pengembangan wisata. Beberapa inisiatif menunjukkan bahwa masyarakat aktif membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) untuk mengelola dan mempromosikan destinasi mereka sendiri. Selain itu, terdapat aktivitas lomba seperti *Lomba Dusun Bersih, Sehat, dan Indah* yang turut melibatkan warga dan pemerintahan desa sebagai bentuk peningkatan kualitas lingkungan desa. Menurut informasi dari laman resmi Desa Selebung, mata pencaharian penduduk mayoritas adalah di sektor pertanian, dengan komoditas utama berupa jagung dan kopi. Selain pertanian darat, masyarakat desa juga aktif dalam budidaya ikan nila secara intensif. Desa Selebung dikenal sebagai salah satu produsen ikan nila terbesar di Provinsi NTB, dengan produksi mencapai rata-rata 255,5 ton per siklus panen. Dalam profil sosial-spasial Desa Selebung, disebutkan bahwa desa memiliki lahan sawah seluas 216,68 hektar. Komoditas yang ditanam adalah berbagai padi varietas nonlokal, seperti *Infari*, *Ciliwung*, dan *Ciherang*. Desa Selebung juga memiliki lahan perkebunan seluas 177,8 hektar dengan tanaman unggulan seperti durian, manggis, alpukat, dan kelapa.

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Secara umum, UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak

perusahaan atau cabang perusahaan besar. UMKM punya peran besar dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap banyak tenaga kerja dan menggerakkan ekonomi lokal. UMKM di Desa Selebung terdiri dari usaha *handycrafts/art shop*, aneka jajanan gorengan sasak, toko/outlet buah-buahan, *coffee shop*, dan lainnya. Namun, pelaku UMKM di desa ini sebagian besar belum melakukan promosi di media sosial.

Dalam era *digital* yang terus berkembang, pemasaran *digital* telah menjadi elemen kunci dalam strategi bisnis *modern*. Penggunaan alat desain grafis *online* seperti *Canva* telah memudahkan pelaku bisnis, pemasar, dan individu untuk menciptakan konten visual yang menarik dan memikat. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Sosialisasi Desain Konten Gambar sebagai *Digital Marketing* di Media Sosial menggunakan Aplikasi *Canva* bagi UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah diinisiasi untuk mengakomodasi kebutuhan akan pemahaman mendalam tentang pemanfaatan *Canva* dalam konteks pemasaran *digital*.

Perubahan dramatis dalam media dan perilaku konsumen konten telah mendorong perusahaan dan individu untuk memperbarui strategi pemasaran mereka. Visualisasi yang menarik memiliki dampak yang signifikan dalam menarik perhatian *audiens*. Dalam hal ini, *Canva* menjadi alat yang sangat efektif untuk menghasilkan konten visual yang profesional dan menarik. *Canva* telah membawa revolusi dalam hal desain grafis dengan menyediakan *platform* yang *user friendly* dan demokratis. Ini memungkinkan orang-orang dengan berbagai tingkat keahlian desain untuk menciptakan materi pemasaran yang berkualitas tanpa perlu keahlian desain yang mendalam. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang potensi *Canva* sebagai alat demokratisasi desain grafis dalam lingkup pemasaran *digital*.

Dalam persaingan bisnis yang semakin sengit, kreativitas menjadi faktor diferensiasi yang krusial. Menggabungkan pemanfaatan *Canva* dengan pendekatan kreatif dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam menarik perhatian dan membangun citra merek yang kuat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk memberikan wawasan tentang strategi kreatif yang dapat diimplementasikan menggunakan *Canva*.

Dalam dunia bisnis yang dinamis, efektivitas dan efisiensi sangat dihargai. *Canva* tidak hanya memungkinkan penciptaan konten yang menarik, tetapi juga mempercepat proses desain. Dengan memahami fitur-fitur kunci *Canva*, peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat meningkatkan efisiensi dalam pengembangan materi pemasaran mereka. Dengan latar belakang ini, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan peserta pemahaman mendalam tentang potensi dan aplikasi *Canva* dalam konteks pemasaran *digital*.

Canva menjadi salah satu teknologi aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam desain grafis. Adanya aplikasi *Canva* ini tentu bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah dalam pembuatan konten gambar sebagai promosi produk karena penggunaannya yang terbilang mudah. Aplikasi *Canva* bisa diakses dengan mudah melalui *desktop* berbasis *web* maupun *mobile*. *Canva* memberikan banyak fitur-fitur menarik seperti *template*, elemen, teks, video, dan lain sebagainya. *Canva* dibagi menjadi dua, yaitu versi berbayar dan tidak berbayar. Akun berbayar semakin memudahkan dalam pembuatan konten karena fitur yang disediakan menjadi tidak terbatas. Namun, akun tidak berbayar pun sudah mendapatkan banyak keuntungan, seperti misalnya ribuan *template* menarik yang disediakan gratis. Adapun *template* tersebut berupa logo, poster, konten sosial media, kemasan produk, *newsletter*, dan lain sebagainya. *Template* tersebut bisa dengan mudah dikreasikan, bahkan bagi pemula sekalipun dalam bidang desain grafis.

Sehubungan dengan program pemerintah dalam bidang bisnis untuk memenuhi berbagai tuntutan di era industri 4.0, pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah tentu memiliki peran yang penting demi tercapainya tuntutan tersebut, khususnya dalam perekonomian. Selain bisa menjangkau pasar lebih luas, penggunaan media sosial untuk promosi produk juga akan menghemat biaya pemasaran, sekaligus menjadikan ruang dan waktu pemasaran menjadi tidak terbatas. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, sudah seharusnya semua pelaku usaha, terutama UMKM memanfaatkan adanya media sosial dalam pemasaran produk, mengingat banyaknya keuntungan yang akan didapatkan.

Besarnya peluang penggunaan media sosial sebagai promosi produk ternyata belum bisa dimanfaatkan sepenuhnya oleh pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah. Kebanyakan dari mereka belum memahami manfaat serta peran penting media sosial, kesulitan untuk membuat konten gambar promosi yang menarik, terbatasnya pengetahuan teknologi aplikasi, dan terbatasnya kreativitas pada desain grafis. Menurut Khomariah dan Primandari (2021) konten promosi

yang menarik merupakan salah satu kunci utama pada *digital marketing*.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah memaksimalkan pembuatan konten gambar sebagai *digital marketing* yang merupakan upaya promosi di media sosial. Adapun metode yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Pemetaan

Metode pemetaan merupakan metode yang dilaksanakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah. Pelaku UMKM di wilayah desa ini mengalami kesulitan dalam pembuatan konten gambar untuk promosi di media sosial sehingga pelaksanaan *digital marketing* masih belum efektif dan efisien.

2. Perancangan

Merancang kegiatan sosialisasi dan pendampingan penggunaan aplikasi *Canva* kepada pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah dalam membuat konten gambar yang lebih menarik untuk promosi di media sosial. Aplikasi *Canva* dipilih karena berbagai kemudahan *template* yang ditawarkan dan cocok bagi pemula dalam bidang desain grafis.

3. Sosialisasi dan Pendampingan

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini dilakukan di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah pada hari Kamis, 21 Agustus 2025 dengan memaparkan pentingnya konten gambar dan *template* yang menarik dalam promosi produk serta pengetahuan dan cara penggunaan aplikasi *Canva*.

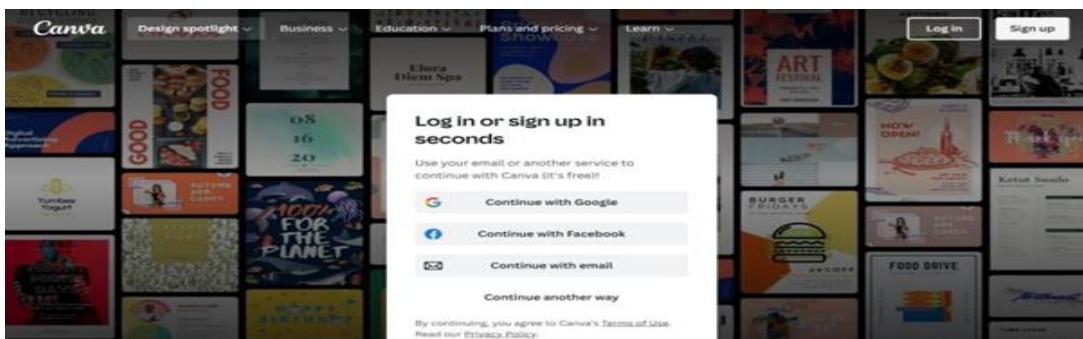
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Aplikasi *Canva*

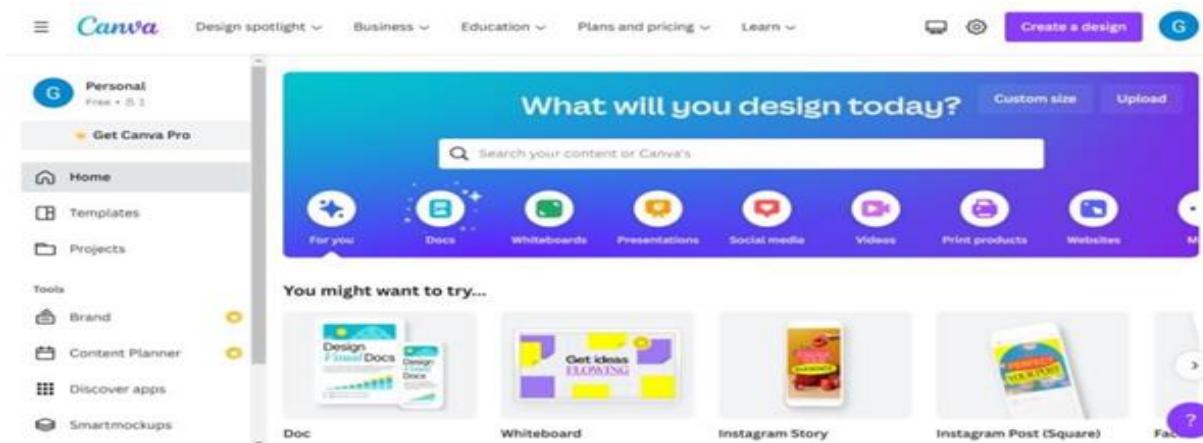
Konten merupakan hal yang penting dan wajib diperhatikan ketika melakukan promosi di media sosial. Konten yang menarik adalah konten yang bisa membuat konsumen memahami sekaligus menumbuhkan rasa percaya pada produk yang dijual artinya semakin bernilai suatu konten, semakin produk tersebut sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan dari konsumen maka *feedback* konsumen terhadap produk yang dipromosikan akan didapatkan.

Konten gambar menjadi salah satu konten yang dapat menarik perhatian konsumen. Tidak hanya sekadar memposting gambar produk, namun diperlukan ide serta kreativitas dari pelaku usaha untuk mengemas gambar produk tersebut menjadi konten yang bernilai. Namun, keterbatasan dalam ide, kreativitas, dan *skill* desain yang masih menjadi permasalahan bagi pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah tentu menghambat memaksimalkan *digital marketing*.

Canggihnya teknologi informasi di era 4.0 ini banyak memunculkan aplikasi-aplikasi yang bisa membantu pekerjaan menjadi lebih mudah. Salah satu dari sekian banyak aplikasi desain yang memberikan banyak penawaran menarik sekaligus mudah pengoperasianya adalah *Canva*. *Canva* adalah aplikasi desain yang menawarkan ribuan *template* gratis dan berbagai fitur menarik untuk membantu dalam pembuatan konten gambar. *Template* dan fitur tersebut bisa dikombinasikan untuk membantu mengembangkan kreativitas dalam mendesain berbagai konten. Sebelum menggunakan aplikasi *Canva*, pengguna harus mendaftarkan diri menggunakan *email* yang bisa diakses melalui *desktop* (*website*) maupun *mobile* (*smartphone*).



Gambar 1. Tampilan log in Canva melalui website (www.canva.com/login/)



Gambar 2. Tampilan utama (*home*) Canva

Proses pendaftaran diperlukan untuk memudahkan penggunaan fitur-fitur yang telah disediakan oleh *Canva*. Apabila ingin menikmati fitur tanpa batas, bisa menggunakan *Canva* premium. Namun, tidak perlu khawatir, pengguna *Canva* nonpremium pun masih tetap bisa menggunakan banyak fitur *Canva* seperti *template*, elemen, teks, dan lain sebagainya.

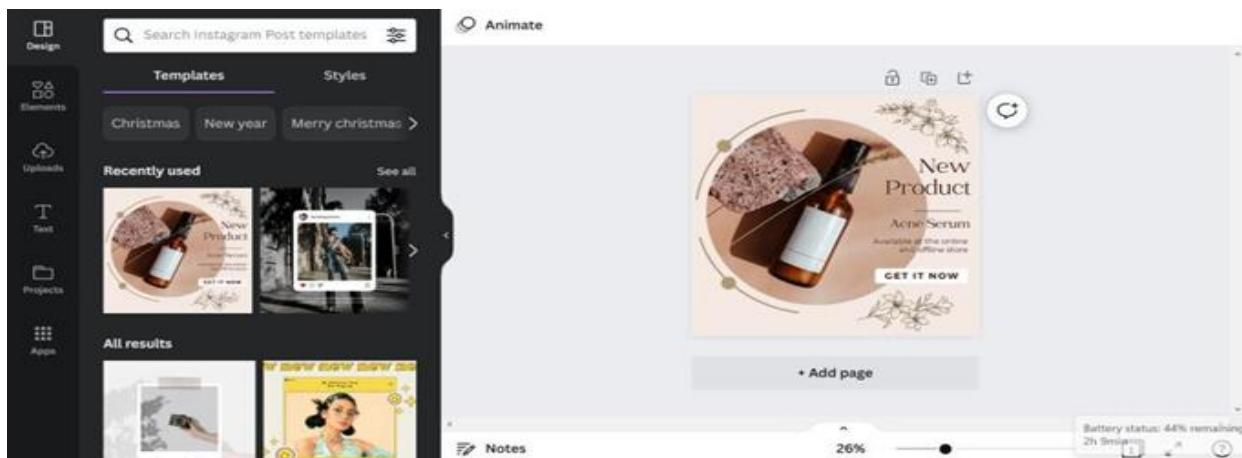
Template Desain *Canva*

Canva memiliki banyak *template* untuk mempermudah desain konten. *Template-template* yang sering digunakan diantaranya adalah media sosial, logo, *poster*, dan lain sebagainya. Untuk membuat konten gambar promosi di media sosial, tentu yang dibutuhkan adalah *template* konten media sosial. *Template* ini berisi konten-konten postingan di media sosial seperti *instagram* dan *facebook* yang bisa dikreasikan sesuai dengan keinginan.



Gambar 3. *Template* konten media sosial

Penggunaan *template* cukup mudah dilakukan untuk pemula. Setelah memilih *template* yang diinginkan, hanya perlu mengklik *template* tersebut dan mulai mendesain. Perlu diingat, untuk *template* dengan tulisan *Pro*, berarti hanya diperbolehkan untuk akun *Canva* premium. *Template* gratis bukan berarti *template* tersebut tidak bagus atau kurang menarik, justru sisi positifnya dengan memakai *template* gratis tersebut akan menghemat dari segi biaya.



Gambar 4. Tampilan *template* yang didesain

Hal-hal yang perlu diperhatikan ketika mendesain adalah prinsip-prinsip desain yang meliputi kontras, kesederhanaan, dan proporsi. Kesederhanaan yang dimaksud adalah di mana konten gambar tersebut tidak berlebihan, seperti misalnya terlalu banyak warna, tulisan, atau bahkan gambar pendukung lainnya. Konten gambar cukup berisi gambar produk yang menarik dan bisa menyampaikan pesan kepada konsumen sedangkan proporsi adalah keterkaitan antara elemen-elemen yang digunakan dalam desain. Penerapan prinsip-prinsip tersebut menjadikan pengguna tahu cara memadupadankan elemen desain dan meningkatkan kreativitas.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan diawali dengan *focus group discussion* dengan perwakilan pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman mengenai pentingnya konten gambar yang menarik di media sosial dan aplikasi *Canva*. Hasil dari diskusi tersebut menunjukkan bahwa banyak yang belum memahami pentingnya konten yang menarik dan penggunaan aplikasi *Canva*. Kebanyakan dari mereka hanya memposting gambar produk secara langsung sehingga konten kurang menarik dan promosi belum maksimal.



Gambar 5. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi *digital marketing*

Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan mengenai aplikasi *Canva*. Adapun pemaparan tersebut dilakukan secara rinci mulai dari cara pendaftaran, cara mencari *template*, cara mendesain konten yang menarik, dan terakhir cara menyimpan hasil konten tersebut.



Gambar 6. Pemaparan materi aplikasi *Canva* sebagai *digital marketing*

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini juga sekaligus digunakan sebagai tambahan wawasan kepada pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah tentang bagaimana mencari ide dan meningkatkan kreativitas dalam pembuatan konten. Adapun hal-hal yang bisa dilakukan adalah dengan mengikuti perkembangan *trend*, yang bisa dipantau melalui media sosial ataupun *google trends*. Hal ini dikarenakan dunia *digital* terus mengalami perkembangan yang cepat, khususnya selera konsumen. Apabila pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah tidak bisa mengikuti *trend* yang disukai konsumen maka akan tertinggal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Digital marketing menjadi strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk dilakukan oleh pelaku UMKM. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menjadi sebuah keuntungan karena proses promosi menjadi tidak terbatas dan menjangkau pasar yang luas. Selain itu, menggunakan media sosial juga akan menghemat biaya pengeluaran. Namun, menggunakan media sosial sebagai alat promosi produk harus memperhatikan konten yang dibagikan. Konten tersebut harus menarik, sesuai target pasar, sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen, dan tentunya bisa menambah kepercayaan konsumen kepada produk yang dijual. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh pelaku UMKM agar promosi konten gambar di media sosial maksimal adalah dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Aplikasi ini menawarkan berbagai kemudahan melalui *template-template* gratis dan fitur-fitur menarik lainnya. Dengan adanya kegiatan sosialisasi dan pendampingan penggunaan aplikasi *Canva* ini, diharapkan kedepannya pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah bisa meningkatkan kreativitasnya dan semakin ahli dalam pembuatan konten gambar dan konten-konten lainnya. Sehingga, proses promosi di media sosial bisa mendapatkan banyak *feedback* dan meningkatkan kepercayaan dari konsumen.

Saran

Melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini, para pelaku UMKM di Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah terdorong untuk menciptakan media promosi yang menarik, seperti desain konten gambar di media sosial dan brosur sehingga mampu meningkatkan daya saing dan *branding* usaha mereka yang akan berdampak pada peningkatan penjualan. Para pelaku UMKM sebagai peserta pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan peningkatan dalam kualitas desain konten promosi yang dihasilkan serta peningkatan rasa percaya diri dalam menggunakan aplikasi *Canva* untuk kebutuhan promosi bisnis mereka. Kegiatan ini menawarkan solusi bagi para pelaku UMKM yang memiliki kendala dalam desain grafis (konten gambar) dengan menggunakan aplikasi *Canva* yang mudah digunakan. Peserta memperoleh pengetahuan tidak hanya dalam desain grafis tetapi juga strategi *digital marketing* yang dapat diterapkan secara efektif dan efisien di berbagai *platform* media sosial. Selain itu, keterbatasan waktu pada kegiatan ini mengakibatkan beberapa peserta membutuhkan lebih banyak waktu untuk menguasai aplikasi *Canva* sepenuhnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram mengucapkan terima kasih untuk dukungan finansial dari Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram yang sudah membiayai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat) dan ijin yang telah diberikan oleh Kepala Desa Selebung Kabupaten Lombok Tengah untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada para pelaku UMKM yang berada di wilayahnya untuk menggunakan aplikasi *Canva* sebagai *digital marketing* di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., dan Ellis-Chadwick, F. 2019. *Digital Marketing : Strategy, Implementation, and Practice*. London : Pearson Education.
- Hendriadi, Ade Andri, Betha Nurina Sari, dan Tesa Nur Padilah. 2019. *Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang*. J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 4 No. 2. pp. 120-124.
- Khomariah, Nuril Esti dan Puteri Noraisya Primandari. 2021. *Pelatihan Desain Grafis menggunakan Aplikasi Canva untuk Pelaku Usaha Toko Ikan “Sub Aquatic” sebagai Strategi Digital Marketing*. BERNAS : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 2 No. 3. pp. 795-801.
- Naimah, Rahmatul Jannatin, Muhammad Wahyu Wardhana, Rudi Haryanto, dan Agus Pebrianto. 2020. *Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM*. Jurnal IMPACT : Implementation and Action, Vol. 2 No. 2. pp. 119-130.
- Pradiani, Theresia. 2017. *Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, Vol. 11 No. 2. pp. 46-53.
- Ratnamulyani, Ike Atikah dan Beddy Iriawan Maksudi. 2018. *Peran Media Sosial dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula di kalangan Pelajar di Kabupaten Bogor*. *Sosiohumaniora* : Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora. Vol. 20 No. 2. pp. 154-161.