

Pelatihan Pembuatan Media Promosi Mudah dan Menarik dengan Aplikasi Canva untuk UMKM di Desa Blerong Kabupaten Demak

Atika Mutiarachim ^{1*}, Jaluanto Sunu Punjul Tyoso ²

^{1*,2} Department of Digital Business, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Indonesia

Email: atikamutiarachim@untagsmg.ac.id ^{1*}, jaluanto@untagsmg.ac.id ²

Article history:

Received June 7, 2024.

Revised June 13, 2024.

Accepted June 14, 2024.

Abstract

This community service aims to provide training in media promotion to UMKM perpetrators in Blerong Village Demak district. The smart industry 6.0 era uses many technologies for business, including in promotional activities. Promotion is the introduction of a product to be better known to the public, which can be done offline or online, using interesting media. Choosing the right promotional media has a significant impact on the success of a promotional activity while increasing consumer interest in buying a product. The village of Blerong has many UMKM manufacturers who are not aware of the impact of the promotion on increased product sales. Easy and exciting promotion media creation training is essential. Canva application was chosen as a tool because it is simple, and provides many interesting templates and lots of free ones, making it easy for UMKM designers to create designs according to their needs. The training is conducted with lectures on promotion, the benefits of technology, and the continued practice of making promotional media. As a result of this activity, participants are more aware of the influence of the promotional media on the success of the promotion activities, so that the product is better known to the consumer while providing the experience to the participants so that they can use Canva.

Keywords:

SMEs; Canva; Design; Promotion.

Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pelatihan pembuatan media promosi kepada pelaku UMKM di Desa Blerong Kabupaten Demak. Era industri 6.0 (*smart industry*) banyak memanfaatkan teknologi dalam bisnisnya, termasuk pada kegiatan promosi. Promosi merupakan kegiatan mengenalkan suatu produk agar lebih dikenal oleh masyarakat, dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*, menggunakan media yang menarik. Pemilihan media promosi yang tepat berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan suatu kegiatan promosi, sekaligus meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk. Desa Blerong memiliki banyak pelaku UMKM pembuatan keripik yang belum menyadari pengaruh promosi terhadap peningkatan penjualan produk. Pelatihan pembuatan media promosi yang mudah dan menarik sangat diperlukan. Aplikasi Canva dipilih sebagai *tool* karena mudah, menyediakan banyak *template* menarik dan banyak yang gratis, sehingga memudahkan pelaku UMKM membuat desain sesuai kebutuhan. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah mengenai promosi, manfaat teknologi, dilanjutkan praktikum pembuatan media promosi. Hasil kegiatan ini, peserta lebih sadar mengenai pengaruh media promosi terhadap keberhasilan kegiatan promosi, agar produk lebih dikenal konsumen, sekaligus memberikan pengalaman kepada peserta sehingga mampu menggunakan aplikasi Canva.

Kata Kunci:

UMKM; Canva; Desain; Promosi.

1. PENDAHULUAN

Promosi merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan produk, dengan mengkomunikasikan nilai yang ditawarkan produk kepada masyarakat agar dikenal (*brand awareness*) dan membuat konsumen tertarik bahkan menjadi loyal (Chaffey & Ellis-chadwick, 2022; Baines, Fill, S, & K, 2020). Promosi dapat dilakukan secara offline maupun online, dengan beragam media seperti media cetak, media elektronik, media luar ruang dan media lain seperti iklan di kendaraan umum, yang semuanya mengutamakan pesan visual (Graciafernandy., *et. al.*, 2024; Siregar., *et. al.*, 2024). Penggunaan media promosi yang tepat sangat berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan promosi (Clow & Baack, 2023; Kotler & Keller, 2024). Era industri 6.0 atau yang sering dikenal sebagai Smart Industry, banyak memanfaatkan teknologi canggih dalam menciptakan media promosi, seperti AI, IoT, AR, VR dan lainnya untuk menciptakan media promosi yang tepat dan mudah merupakan strategi jitu dalam mengoptimalkan profitabilitas bisnis. Meningkatnya penggunaan sosial media memaksa para pelaku bisnis untuk mengoptimalkan saluran komunikasi pemasaran produk secara digital (Rehman., *et. al.*, 2022).

Salah satu elemen utama dalam promosi produk adalah *visual branding* (Arifudin., *et. al.*, 2023). Foto produk merupakan satu pendukung utama dalam pembuatan desain visual media promosi / *visual branding*. Penelitian (Ningsih & Mahendra Pratsya, 2022) menyatakan bahwa foto produk dapat membentuk identitas bagi UMKM. Foto produk berpengaruh positif pada minat beli konsumen (Fauzi & Lina, 2021). Foto produk dapat mempresentasikan kualitas produk dan promosi kepada konsumen (Sari & Irena, 2022). Pelatihan foto produk merupakan tahap untuk meningkatkan keahlian UMKM terhadap *visual branding* (Furqorina., *et. al.*, 2023).

Pemasaran produk tidak lepas dari desain iklan, kemasan produk, desain komunikasi visual, yang dapat memberikan pengaruh terhadap keinginan dan ketertarikan konsumen untuk membeli produk. Membuat dan atau memperbarui desain dengan mengikuti teori komunikasi untuk membuat desain promosi semenarik mungkin akan meningkatkan efektifitas promosi digital. Studi kasus antara lain pendampingan pembuatan feed instagram produk Gyubab, diawali dengan pembuatan media promosi logo dan poster yang menarik, meningkatkan awareness kepada masyarakat sehingga meningkatkan penjualan dari awareness yang telah diperoleh dari para konsumen (Fitriani., *et. al.*, 2022). Pelatihan pembuatan desain untuk mengatasi masalah branding produk UMKM Desa Purwosari untuk membuat desain promosi yang menarik dan memiliki keunikan pada masing-masing UMKM, pelatihan dan pendampingan menggunakan aplikasi Canva karena menyediakan banyak template yang menarik, gratis dan mudah di edit. (Zettira., *et. al.*, 2022). Penelitian (Purnomo, P, & Rahmadiano, 2021) menunjukkan bahwa desain visual yang menarik seperti merek, logo, flyer, poster, dapat membantu meningkatkan *brand awareness* dan kinerja penjualan UMKM secara signifikan, dengan melakukan rebranding pada desain Macnfish, dan memperbarui tampilan feeds instagram yang baru, berhasil mendapatkan 562 impressions dengan profile visits dari 45 pengguna baru. Penelitian (Arifudin., *et. al.*, 2021; Rehman., *et. al.*, 2022) menyatakan bahwa desain visual menarik pada promosi online maupun offline meningkatkan *brand recognition*, *engagement* dan penjualan bagi bisnis UMKM. Pelatihan pembuatan desain promosi UMKM Labuhanbatu meningkatkan kompetensi para pelaku usaha mengintegrasikan teknologi dalam menciptakan desain yang lebih menarik, interaktif dan adaptif bagi pelanggan (Saehan., *et. al.*, 2023). Pelaku UMKM perlu memperhatikan desain visual untuk menciptakan merek yang kuat, meningkatkan daya tarik dan minat konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Kemampuan menciptakan desain visual yang berkualitas, menarik dan konsisten merupakan tantangan utama bagi UMKM (Cullen, 2023).

Desa Blerong di Kabupaten Demak disebut sebagai “Kampung Keripik”, memiliki potensi wirausaha UMKM yang perlu dikembangkan untuk mencapai kemandirian perekonomian masyarakat. Dipelopori oleh seorang pelaku usaha sejak tahun 2009, hingga saat ini terdapat 13 keluarga yang sudah menjalankan usaha keripik homemade. Program pengabdian bertujuan untuk meningkatkan kemandirian perekonomian desa, bersama dengan Dosen FEB Untag Semarang, Kepala Desa, Ketua UMKM Desa Blerong dan beberapa pihak terkait, dengan memberikan pelatihan ketrampilan produksi keripik, pengemasan, sampai dengan mengoptimalkan penjualan produk.



Gambar 1. Plang UMKM Kampung Keripik Desa Blerong

Penjualan keripik saat ini belum dilakukan secara optimal, hanya dijual sekitar wilayah Guntur Demak, dan hanya sedikit pelaku usaha yang melakukan pemasaran ke luar kota seperti Semarang. Kendala yang dialami pada proses penjualan adalah keterbatasan pengetahuan masyarakat mengenai promosi, banyak masyarakat yang kurang mengikuti perkembangan teknologi informasi, karena tingkat pendidikan yang rendah (sebagian besar hanya tamat sekolah dasar), sehingga mereka dapat menggunakan laptop dan handphone tetapi belum mampu memanfaatkannya untuk membuat desain visual sebagai media promosi.

Pemberian pelatihan desain visual yang mudah diharapkan dapat membantu masyarakat, khususnya pelaku UMKM untuk menciptakan media promosi yang tepat dan berkualitas (Fahdia., *et. al.*, 2022). Terdapat banyak pilihan aplikasi untuk membuat desain visual seperti Photoshop, Adobe Spark, Canva, Crello, Snapseed, Pixlr dan lainnya. Aplikasi Canva dipilih sebagai tool dalam pelatihan karena interface yang user friendly sehingga cocok digunakan kalangan non-desainer (Williams, 2023), fitur lengkap, terdapat template yang memudahkan pengguna mendapatkan inspirasi desain, biaya yang terjangkau, bahkan banyak template gratis untuk digunakan sebagaimana terdapat pada Laporan "Digital Marketing Trends for Small Businesses" (2023), Asosiasi Pemasaran Digital Indonesia, Canva menjadi pilihan bagi banyak pelaku UMKM untuk menciptakan media promosi desain visual yang berkualitas dengan mudah, dan memberi dampak positif pada peningkatan penjualan (Nurhayaty., *et. al.*, 2022; Zettira., *et. al.*, 2022). Pemberian label yang menarik tentu berpengaruh terhadap minat dan kepercayaan konsumen untuk membeli suatu produk. Program pelatihan pembuatan media promosi yang mudah dan tepat, diharapkan dapat lebih menarik minat konsumen terhadap produk kripik UMKM Desa Blerong sehingga jumlah penjualan produk meningkat.

2. METODE

Program pelatihan pembuatan media promosi mudah dan menarik dengan aplikasi Canva, merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Desa Blerong, Kecamatan Guntur, Kabupaten Demak. Subyek pengabdian ini adalah seluruh masyarakat Desa Blerong dari usia remaja hingga paruh baya, yang masih mampu untuk melakukan wirausaha, dan sangat dikhususkan bagi para pelaku UMKM yang usahanya sudah berjalan hingga saat ini.

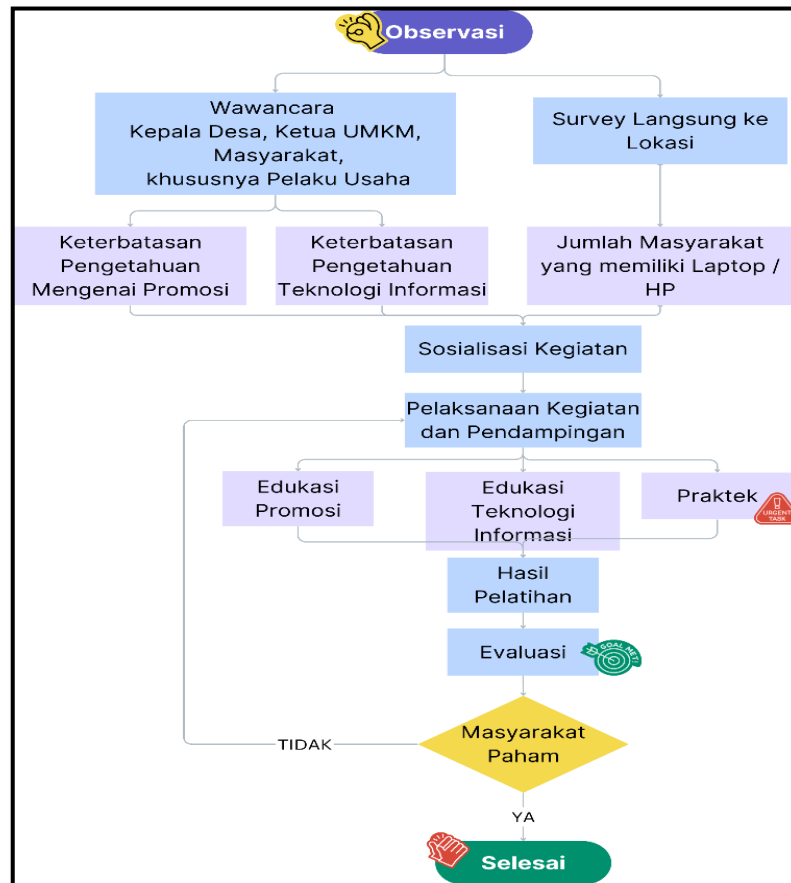
Metode Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diawali dengan observasi melalui wawancara dan survey lokasi untuk mengetahui kondisi nyata serta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dan masyarakat di Desa Blerong, khususnya terkait pengetahuan mengenai desain visual sebagai media promosi. Wawancara dan koordinasi bersama Kepala Desa, Ketua UMKM dan pihak terkait untuk menggali masalah, potensi dan peluang pengembangan masyarakat. Sosialisasi program kepada seluruh masyarakat yang berkenan ikut, khususnya bagi para pelaku UMKM, dilanjutkan pelaksanaan kegiatan dan pendampingan kepada seluruh masyarakat yang menjadi peserta program pelatihan pembuatan media promosi mudah dan menarik dengan aplikasi Canva. Kegiatan diawali dengan edukasi mengenai pentingnya promosi, edukasi pemanfaatan teknologi dan praktek desain. Hasil pelatihan berupa desain yang di buat sesuai arahan pemateri dan desain yang dibuat sesuai selera peserta. Evaluasi dilihat dari hasil desain yang dibuat peserta. Program dilakukan bersama Tim Dosen FEB UNTAG Semarang dengan melibatkan Kepala Desa Blerong, Ketua UMKM dan seluruh masyarakat Desa Blerong.



Gambar 2. Kegiatan Survey ke Desa Blerong

Tim dosen program studi bisnis digital, fokus pada pemberian pelatihan desain visual merek dan media promosi produk untuk membuat produk lebih menarik (*eye catching*), sehingga penjualan bisa lebih optimal. Pengabdian ini berfokus pada pelatihan menciptakan media promosi yang berkualitas, menarik dan mudah diaplikasikan oleh para pelaku UMKM di Desa Blerong. Pelatihan bertujuan agar pelaku UMKM dapat memaksimalkan aktivitas promosi menggunakan media promosi yang tepat, guna meningkatkan minat konsumen terhadap produk keripik. Manfaat lain yang dapat yaitu memberikan ketrampilan desain visual bagi

masyarakat, yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan lain, dan dapat menjadi peluang penghasilan baru dengan menawarkan jasa desain merek, flyer dan lainnya.



Gambar 3. Flowchart Metode Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Kegiatan dilaksanakan di laboratorium komputer Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang pada 27 April 2024. Peserta pelatihan terdiri dari 13 perwakilan pelaku UMKM dan 20 masyarakat yang tertarik untuk belajar desain visual menggunakan aplikasi Canva. Peserta menggunakan PC yang ada di laboratorium komputer, dan tetap diijinkan untuk menggunakan laptop dan hp masing-masing, dengan diberi akses koneksi wifi laboratorium komputer. Kegiatan diawali dengan edukasi mengenai pentingnya promosi dan pemilihan media promosi yang tepat, disampaikan oleh bapak Jaluanto S.P.T., tujuannya agar masyarakat sadar pengaruh promosi terhadap peningkatan profitabilitas usaha. Paparan selanjutnya mengenai edukasi pemanfaatan teknologi informasi oleh ibu Atika M., bertujuan untuk membuat masyarakat paham bahwa gadget yang dimiliki dapat digunakan untuk melakukan promosi dan membuat media promosi yang tepat, guna mengoptimalkan penjualan produk. Kegiatan dilanjutkan dengan melakukan praktek desain bersama, menggunakan aplikasi Canva.

Peserta bebas bertanya selama praktek pembuatan desain berlangsung. Praktek dilakukan dengan membuat desain merek, flyer dan poster sesuai arahan pemateri. Pada awal pelatihan, peserta diberi tutorial cara mengambil foto produk menggunakan hp yang dimiliki masing-masing peserta. Foto tersebut dapat langsung digunakan sebagai media promosi, atau dapat di edit pada aplikasi Canva. Peserta yang menggunakan hp diarahkan untuk download aplikasi Canva di *playstore*, dan peserta yang menggunakan PC laboratorium komputer dan laptop diarahkan untuk membuka laman www.canva.com. Peserta melakukan registrasi sesuai data masing-masing, selanjutnya peserta di bimbing bersama untuk membuat desain sesuai arahan pemateri sebagai desain tutorial. Peserta yang sudah selesai membuat desain tutorial, diberi kesempatan untuk membuat desain logo dan flyer atau poster sesuai selera dan kebutuhannya masing-masing.

Hasil pelatihan berupa desain tutorial yang di buat sesuai arahan pemateri, dan desain yang dibuat sesuai selera peserta. Desain berdasarkan selera peserta, kemudian digunakan sebagai media promosi produk oleh masing-masing peserta. Evaluasi dilihat dari hasil desain yang dibuat peserta, sejauh mana peserta dapat

eksplor kemampuan desain yang dimiliki setelah mengikuti praktek pelatihan desain visual menggunakan aplikasi Canva. Bagi peserta yang belum paham, dan yang sudah paham tetapi ingin mengulangi prakteknya, diijinkan untuk mengikuti pelatihan sekali lagi. Setelah sesi praktek dan evaluasi selesai, peserta diijinkan untuk bertanya kepada pemateri melalui kontak yang sudah disampaikan saat kegiatan. Proses pendampingan terus berlanjut melalui grup whatsapp yang sudah dibuat bersama. Kegiatan berjalan dengan lancar, peserta terlibat aktif dalam mengikuti pelatihan, dari mendengarkan materi sampai dengan kegiatan praktek desain menggunakan Canva, peserta antusias menyampaikan pertanyaan terkait media promosi, dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pemateri. Jadwal pelaksanaan kegiatan terdapat pada tabel 1. Dokumentasi kegiatan terdapat pada gambar 4 sampai gambar 7.

Tabel 1. Detail Metodologi Pelatihan

Total Peserta Pelatihan	:	33 Peserta (terdiri dari 13 pemilik UMKM dan 20 masyarakat umum non-pemilik UMKM)
Durasi Pelatihan	:	6 jam pelatihan dari pembukaan sampai penutupan (detail terdapat pada Tabel 2 Jadwal Pelaksanaan Pelatihan)
Kriteria Keberhasilan	:	Peserta dapat mengambil foto produk sesuai arahan, sebagai bahan baku pembuatan desain media promosi Peserta dapat membuat 3 jenis media promosi digital sesuai pedoman pemasaran digital yang disampaikan pemateri Desain Tutorial (sesuai arahan pemateri) Desain Logo sesuai selera Peserta Desain Flyer Poster Pribadi sesuai selera Peserta

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan Pelatihan

No	Kegiatan	Waktu	Pelaksana
1.	Pembukaan dan Doa	09.00-09.30	Atika M.
2.	Materi 1: Edukasi Promosi melalui Desain Visual	09.30-10.30	Jaluanto SPT.
3.	Materi 2: Edukasi Teknologi Informasi	10.30-11.20	Atika M.
4.	Ishoma	11.20-12.00	-
5.	Materi 3: Praktek Foto dan Pelatihan Desain Media Promosi dengan Aplikasi Canva	12.00-14.30	Atika M. dan Jaluanto SPT.
6.	Sesi Tanya Jawab	14.30-14.45	Atika M. dan Jaluanto SPT.
7.	Penutupan dan Doa	14.45-15.00	Bapak Jaluanto SPT.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan



Gambar 5. Hasil Foto Produk menggunakan HP



Gambar 6. Desain Logo yang dibuat Peserta



Gambar 7. Desain Flyer dan Poster yang dibuat Peserta

3.2. Pembahasan

Promosi menjadikan produk lebih dikenal, menarik minat konsumen dan mampu meningkatkan penjualan. Promosi dapat dilakukan secara online dan offline menggunakan media promosi seperti logo, flyer, poster dan lainnya. Pemilihan media promosi yang tepat, membantu para pelaku usaha mengoptimalkan tingkat keberhasilan kegiatan promosi tersebut. Kemampuan membuat media promosi yang mudah dan menarik tentu perlu dimiliki oleh pelaku usaha. Pelaku usaha dapat meminta bantuan jasa kepada desainer untuk membuat media promosi, namun dengan memiliki keahlian sendiri, pelaku usaha dapat membuat media promosi sesuai keinginannya dan bisa lebih menghemat dana untuk membayar jasa desain media promosi. Pelaksanaan pelatihan ini memberikan output antara lain :

- a. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat teknologi hp dan laptop untuk membantu promosi produk
- b. Meningkatnya kesadaran masyarakat, khususnya pelaku UMKM keripik di Desa Blerong, mengenai pemilihan media promosi yang tepat
- c. Meningkatnya kemampuan peserta pelatihan dalam membuat desain visual sebagai media promosi produk menggunakan aplikasi Canva
- d. Mendorong promosi yang lebih menarik
- e. Membuka peluang sumber penghasilan baru bagi para peserta yang ingin membuka jasa desain.

Peserta dengan usia diatas 30 tahun sedikit lebih lambat dalam menyesuaikan diri saat mengikuti arahan dari pemateri, dan membutuhkan pendampingan yang lebih intens saat membuat desain pada aplikasi canva, dan peserta usia 17 sampai dengan 30 tahun terlihat lebih cepat menyesuaikan ritme pemateri saat membuat desain tutorial. Pada akhir kegiatan, peserta pelatihan diberi kuesioner untuk menilai seberapa puas mereka terhadap program pelatihan ini. Hasil kuesioner menunjukkan 30 orang peserta menyatakan rasa puas dan paham dengan semua materi yang disampaikan selama pelatihan, sedangkan 3 orang peserta berusia diatas 37 tahun merasa masih sedikit bingung karena belum terlalu lincah dalam menggunakan teknologi, namun mereka menyampaikan semangat untuk terus belajar membuat desain media promosi, sehingga dapat disimpulkan 90% peserta memahami secara sempurna hal yang disampaikan dalam pelatihan.

Elaboratif yang dihasilkan dari pelatihan ini adalah mengembangkan inovasi logo, poster dan media promosi yang lebih menarik dengan kombinasi warna, desain yang memiliki dan menunjukkan ciri khas produk suatu UMKM sehingga menjadi desain original dari UMKM tersebut. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kreativitas, keingintahuan / curiosity, dan keahlian khusus desain yang progresif naik sebelum mengikuti pelatihan dan setelah mengikuti pelatihan minimal 90%. Respon positif disampaikan oleh sebagian besar peserta, berupa keinginan untuk melanjutkan pelatihan pembuatan media promosi ke tahap selanjutnya, dan atau membuka kesempatan pelatihan kembali dengan materi desain media promosi berupa konten video pendek untuk media sosial.

Arahan kedepannya dapat dilakukan pelatihan lanjutan untuk membuat media promosi lain seperti konten video pendek untuk berbagai media sosial, dan pemberian materi lebih dalam terkait optimalisasi media promosi seperti pengetahuan tentang psikologi warna, upaya untuk meningkatkan visibilitas online, dampak promosi digital terhadap peningkatan penjualan / pendapatan untuk mengukur ROI.

4. KESIMPULAN

Program pelatihan bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat kegiatan promosi dan memilih media promosi yang tepat guna meningkatkan efektifitas penjualan. Salah satu cara promosi diawali dengan membuat materi promosi berupa brosur, atau banner, atau desain logo, tampilan promosi dan sebagainya dapat dibuat dengan piranti Canva, kemudian yang dimuat pada media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp, dan telegram.

Piranti aplikasi semacam canva dapat diakses melalui internet dan layak disebarluaskan kepada masyarakat melalui edukasi pelatihan yang dilaksanakan dengan program PKM. Manfaat pelatihan dapat dilihat pada jangka panjang yang tidak diketahui kepastiannya. Namun, tindakan PKM selalu dibutuhkan masyarakat di manapun berada karena penambahan ilmu pengetahuan sebagai konsekuensi kemajuan teknologi dan sistem informasi semakin cepat.

Pemberdayaan masyarakat dengan memberikan pelatihan membuat promosi dengan canva, misalnya, akan berdampak kepada kelangsungan hidup UMKM di daerah setempat. Ini berarti pula UMKM sebagai salah satu mata pencaharian masyarakat akan terus berkembang, dapat pula membantu mengatasi pengangguran. Pelatihan pembuatan materi promosi yang dapat dipajang pada media sosial diharapkan diperbaharui di masa depan sesuai perkembangan bisnis UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Kepala Desa, Ketua UMKM, seluruh pelaku UMKM dan seluruh masyarakat Desa Blerong Kecamatan Guntur Kabupaten Demak yang secara antusias bersedia turut mensukseskan kegiatan pelatihan. Terimakasih kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNTAG Semarang, beserta laboran yang berkenan membantu keberlangsungan acara pelatihan sehingga dapat berjalan lancar tanpa kendala suatu apapun. Semoga kegiatan pelatihan mampu menambah skill masyarakat, khususnya pelaku UMKM dalam membuat media promosi, dan menambah peluang penghasilan baru bagi masyarakat yang ingin membuka jasa desain media promosi.

REFERENCES

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.59837/jpmmb.v1i8.373>
- Arifudin, D., Indriyani, R., Ihsan, I., & Astrida, D. N. (2023). Peningkatan Brand Awareness Melalui Kegiatan Pelatihan Visual Branding sebagai Implementasi P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) Tema Kewirausahaan. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 2049–2058. Retrieved from <https://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/5891>
- Baines, P., Fill, C., S, R., & K, A. (2020). *Marketing Communications Fourth Edition*. Jericho: Oxford University Press.
- Chaffey, D., & Ellis-chadwick, F. (2022). *Digital Marketing 8th Edition (Eight)*. London: Pearson.
- Clow, K. ., & Baack, D. (2023). *Integrated Marketing Communications Eight Edition*. London: Pearson.
- Cullen, K. (2023). *Graphic Design for Small Businesses Second Edition*. Gloucester, MA, United States: Rockport Publishers.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v2i1.147>
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.21-26>.
- Fitrani, L. D., Hasanah, N., Dewi, U., Hudiwinarsih, G., Riqqoh, A. K., Purnamasari, L., & Soebijanto, A. (2022). Pendampingan Pembuatan dan Implementasi Konten Sosial Media Campaign dalam Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *GERVASI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 464–476.
- Furqorina, R., Triandika, L. S., Agusalm, M., Syarif, M., & Firdaus, M. I. (2023). Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 348–356. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>
- Graciafernandy, M. A., Susilawati, Arofah, R. U., Prasetya, P., & Wardhana, A. (2024). *Manajemen Pemasaran (Menuju Marketing 5.0)*. (D. E. Putri, Ed.). Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2024). *Marketing Management Seventeenth Edition*. London: Pearson Education.
- Ningsih, I. N. D. K., & Mahendra Pratsya, N. (2022). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Foto Produk Bagi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Bantul. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (JAMALI)*, 4(1), 31–44. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol4.iss1.art5>
- Nurhayaty, E., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau, 5(1), 69–77.
- Purnomo, G. H., P, B. P. P., & Rahmadiano, S. A. (2021). Rebranding Umkm Macnfish.Id Untuk Meningkatkan Brand Awareness Untuk Konsumen Usia 17-38 Tahun Di Kota Surabaya. *Sainsbertek*

Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi, 2(1), 73–85. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.130>

- Rehman, S. ul, Gulzar, R., & Aslam, W. (2022). Developing the Integrated Marketing Communication (IMC) through Social Media (SM): The Modern Marketing Communication Approach. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221099936>
- Saehan, A., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44–48. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v2i4.129>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Ukm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Siregar, R. T., Tingga, C. P., Widati, E., Santosa, S., & Pujiastuti, E. E. (2024). Manajemen Pemasaran UMKM.
- Williams, R. (2023). *Graphic Design for Non-Designers*. United States: Peachpit Press.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>