

## Edukasi Komposisi Desain dan Konten Iklan Bagi UMKM Lumintu

Toto Haryadi<sup>1</sup>, Erisa Adyati Rahmasari<sup>2</sup>, Auria farantika Yogananti<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Dian Nuswantoro  
E-mail: <sup>1</sup>toto.haryadi@dsn.dinus.ac.id, <sup>2</sup>erisa.adyati@dsn.dinus.ac.id,  
<sup>3</sup>yogananti.au@dsn.dinus.ac.id

### Abstrak

Kondisi yang sudah terkendali pasca pandemi Covid-19 menjadi pemacu UMKM untuk berbenah diri agar bisa bertahan dan berkembang. Masing – masing melakukan berbagai upaya untuk mempromosikan produk secara lebih masif. Hal ini sebagaimana juga dilakukan oleh UMKM Lumintu yang berdiri sejak tahun 2020 dan terus berkembang secara positif. Meskipun bisa bertahan dan menjual produk, faktanya UMKM Lumintu masih kesulitan mempromosikan usaha secara online. Saat ini strategi promosi yang dilakukan masih konvensional yakni menawarkan produk dari mulut ke mulut dan ditawarkan dalam lingkup yang masih terbatas. Di sisi lain, semakin pesatnya penggunaan internet dan media sosial mendorong UMKM harus meningkatkan kemampuan dalam mengiklankan produknya secara lebih komunikatif dan menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut diperlukan pelatihan edukasi komposisi desain dan konten iklan bagi UMKM Lumintu sebagai langkah awal untuk membuat iklan secara mandiri yang memanfaatkan aset hasil sendiri melalui pemanfaatan aplikasi Canva dan perangkat *smartphone* yang telah dimiliki. Hasil kegiatan ini yaitu desain media iklan sederhana yang bisa dirancang dimanapun, kapanpun, dan oleh siapapun karena mudah diterapkan dan hasilnya bisa diunggah menjadi konten *story whatsapp*, *feed instagram*, hingga status facebook. Kegiatan ini bisa dilanjutkan untuk lebih memaksimalkan peran aktif pelaku UMKM dalam mempromosikan produk melalui iklan yang bisa dirancang sendiri (*do it yourself*).

Kata kunci: Canva, desain, iklan, media sosial, UMKM

### Abstract

*The controlled situation after Covid-19 pandemic have spurred MSMEs to survive and develop. Each made various efforts to promote the product more massively, especially by Lumintu which were established in 2020 and continue to develop positively. Even so, they can still survive and sell products, in fact Lumintu MSMEs are still having trouble promoting their business online. Currently the promotion strategy is still conventional. On the other hand, nowadays the use of the internet and social media which encourages MSMEs must improve their ability to advertise products in a more communicative and attractive manner. Based on these problems, education training on the composition of design and advertising content is needed for Lumintu SMEs as a first step to create independent advertisements that utilize their own assets through Canva applications and smartphone devices. The result of this activity is a simple advertising media design that can be designed, anytime, and by anyone because it is easy to implement and the results can be uploaded to WhatsApp story content, Instagram feeds, to Facebook status. This activity can be continued to further maximize the active role of MSME actors in promoting products through advertisements that can be designed themselves (do it yourself).*

Keywords: Canva, design, advertisement, social media, MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar dalam pembangunan nasional yang memiliki peran penting dan strategis dengan eksistensi yang cukup dominan, jumlah yang besar dalam setiap sektor ekonomi, serta potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja [1]. Pada tahun 2017, jumlah unit UMKM mencapai 7.716.780 dengan kemampuan pembentukan Produk Domestik bruto (PDB) mencapai 71,95% [2]. Kehadiran UMKM juga menjadi cara memperkenalkan produk – produk kreatif yang dihasilkan sebagai peluang bisnis, dalam skala yang lebih besar untuk mengembangkan ekonomi lokal yang kreatif, kewirausahaan dinamis, kesejahteraan komunitas, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat [3]. Berbagai pihak turut terlibat dalam upaya mendorong UMKM, diantaranya yaitu: pemerintah, ketua kelompok masyarakat, hingga melibatkan akademisi maupun praktisi. Perhatian dari pemerintah yakni dalam bentuk pemberian dana Kredit Usaha Rakyat (KUR) [4].

Peran akademisi maupun praktisi dalam hal ini yaitu mendukung kegiatan dalam digitalisasi UMKM, salah satunya yaitu media promosi iklan. Hal ini sesuai dengan target program UMKM go digital pada tahun 2024 yang diproyeksikan berjumlah 30 juta [5]. Di era digital saat ini UMKM harus naik kelas, sebagaimana instruksi presiden Joko Widodo yang mana UMKM merupakan salah satu dari lima sektor yang masih bisa digenjot untuk membangun Indonesia yang inklusif, berkeadilan, dan berkelanjutan [6].

UMKM Lumintu merupakan salah satu UMKM yang berlokasi di Kelurahan Tinjomoyo kecamatan Banyumanik Semarang yang berdiri pada 22 Juni 2020. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, UMKM Lumintu memiliki fokus usaha di bidang produk makanan, minuman, *snack*, serta produk lain yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, hal ini dilihat dari bervariasinya produk yang dihasilkan diantaranya: keripik pisang, makaroni, kue tart, gado – gado, dan lain sebagainya. Era digital sekarang ini mendorong para pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan diri dalam menjual produknya. Di sisi lain, hingga saat ini penjualan produk UMKM Lumintu masih dilakukan secara konvensional dengan cara dititipkan ke warung – warung, dijual langsung ke warga sekitar, atau dipamerkan saat acara bazaar. Di masa serba *online* sekarang ini peran media promosi sangat penting khususnya dengan memanfaatkan media digital berbasis *online*, yang saat ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Padahal, kebutuhan iklan baik dalam bentuk *digital marketing* atau yang lainnya penting untuk menunjang promosi produk UMKM, yang interaktif, terintegrasi, serta memfasilitasi interaksi antara pemilik produk UMKM dengan calon pembeli [7].

Peran desain grafis dalam penjualan produk sangat penting, yang memiliki tiga fungsi yakni: identifikasi, instruksi dan informasi, serta promosi [8]. Melalui desain iklan, ketiga fungsi tersebut bisa menjadi konten utama yakni menjadi identitas bagi produk tertentu, menjadi informasi adanya produk tertentu, hingga menjadi promosi untuk pengenalan produk tertentu. Hal ini sangat dibutuhkan oleh UMKM Lumintu untuk lebih memperkenalkan produk – produk yang dihasilkan agar bisa terjual secara lebih luas memanfaatkan media digital dan *trend* penjualan *online* saat ini melalui media sosial, yang mana belum maksimal diterapkan oleh para pelaku UMKM tersebut. Berdasarkan permasalahan yang dialami UMKM Lumintu di atas, serta peluang iklan sebagai sarana promosi yang efektif, maka diperlukan pelatihan Edukasi Komposisi Desain dan Konten Iklan bagi UMKM Lumintu memanfaatkan aplikasi Canva, sebagai salah satu *software* desain yang potensial untuk desain grafis [9].

## 2. METODE

Pelatihan edukasi komposisi desain dan konten iklan bagi UMKM Lumintu menggunakan metode analisis kebutuhan. Tim pelaksana mengadakan wawancara dengan ketua atau perwakilan UMKM Lumintu terkait permasalahan – permasalahan yang dialami berkaitan dengan promosi produk. Dari hasil wawancara, tim menyimpulkan permasalahan utama yang harus diselesaikan, kemudian melakukan diskusi dengan calon peserta kegiatan yakni pelaku UMKMM Lumintu untuk merumuskan kebutuhan UMKM yang memiliki tingkat urgensi paling

tinggi dalam waktu dekat. Dari hasil diskusi, observasi, dan wawancara telah ditetapkan bahwa kebutuhan utama yaitu pembuatan komposisi dan konten desain iklan secara mandiri menggunakan perangkat yang dimiliki oleh masing – masing pemilik UMKM, dalam hal ini memanfaatkan *smartphone* dan aplikasi Canva. Hal ini mempertimbangkan kondisi empiris yang ada di lapangan bahwa para pelaku UMKM Lumintu masih belum terbiasa dengan pembuatan iklan yang terstruktur dan terencana secara mandiri, sehingga perlu mengenal dan mulai mempelajari komposisi dan konten dalam iklan sebagai salah satu cara memperluas pemasaran produk masing – masing.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yakni para pelaku UMKM Lumintu diawali dengan pemberian pemahaman tentang Komposisi dalam Desain. Hal ini menjadi pondasi dasar bagi peserta kegiatan pengabdian karena latar belakang dari peserta yang heterogen. Pengenalan komposisi dalam desain menjadi modal awal bagi para pelaku UMKM Lumintu untuk mengenal dasar desain khususnya iklan. Komposisi ini mencakup pemahaman tentang elemen – elemen yang bisa dijadikan sebagai konten iklan, penggunaan jenis tipografi sesuai karakter iklan, serta pengenalan media yang bisa dimanfaatkan untuk beriklan. Peserta dalam hal ini yaitu pemilik UMKM harus paham elemen apa yang akan disajikan dalam iklan masing – masing, apakah jenisnya foto produk, gambar vector, teks deskripsi produk, hingga media apa yang berpotensi paling sesuai untuk promosi saat ini.



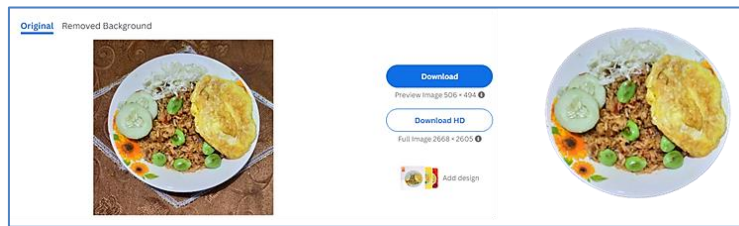
Gambar 1. Pengenalan elemen desain dalam iklan dan contoh media

Berdasarkan observasi dan diskusi dengan para peserta, hingga saat ini media instagram sudah digunakan untuk promosi iklan produk. Namun masih apa adanya, sehingga belum dimanfaatkan dengan tepat guna. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan pengetahuan tentang pengoptimalan sosial media instagram untuk mengiklankan produk, diawali dengan pengenalan dan *step by step* pembuatan *hashtag*, *caption*, deskripsi, hingga *alternative text* untuk memaksimalkan fitur pencarian. Hal ini bertujuan untuk memperbesar peluang ditemukannya postingan iklan produk melalui fitur pencarian di instagram agar lebih cepat ditemukan.



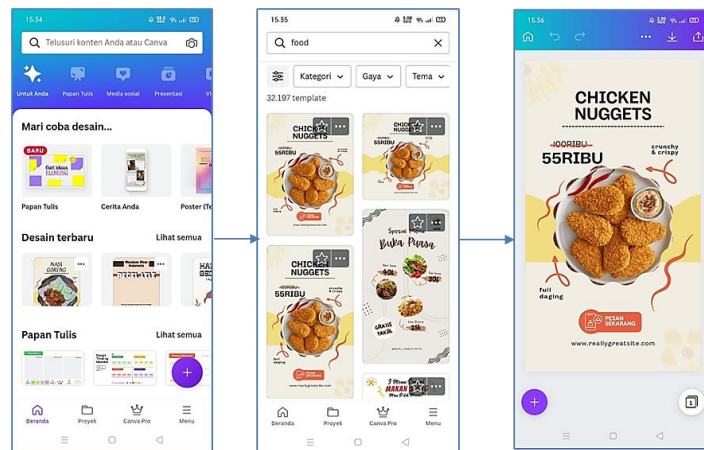
Gambar 2. Pemanfaatan *hashtag*, *caption*, *keyword*, serta teks alternatif untuk mengoptimalkan pencarian

Pengenalan komposisi dalam desain serta cara mengoptimalkan sosial media instagram menjadi dasar untuk materi berikutnya yakni membuat iklan berkonsep *do it yourself* (DIY). Materi ini dilaksanakan secara praktik yakni tim pelaksana memberi contoh praktik membuat iklan secara mandiri memanfaatkan aset dan perangkat yang dimiliki pemilik UMKM, dalam hal ini yaitu penggunaan foto produk yang dipotret sendiri serta *smartphone* untuk menjalankan aplikasi Canva. Langkah awal yang perlu dilakukan yaitu menyiapkan foto produk masing – masing UMKM yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* maupun kamera DSLR. Foto produk menjadi komposisi utama dalam iklan. Objek produk makanan yang akan ditampilkan dalam iklan perlu diolah salah satunya dengan menghilangkan *background*. Agar efektif dan efisien menggunakan *website remove.bg* yang memiliki fungsi dan fitur untuk menghilangkan *background* secara cepat dan cukup rapi.



Gambar 3. Proses penghilangan *background* pada foto produk

Foto – foto yang telah dihilangkan *background*nya menjadi aset awal untuk pembuatan iklan secara mandiri menggunakan Canva. Praktik pembuatan iklan menggunakan Canva langsung dipraktikkan oleh tim pelaksana melalui *smartphone* dan langsung bisa dilihat oleh peserta, dengan cara melakukan sinkronisasi layar *smartphone* dengan layar laptop dan ditampilkan melalui *projector*. Berikut proses pembuatan iklan secara mandiri menggunakan *smartphone* dan aplikasi Canva.



Gambar 4. Tampilan Canva saat pertama kali dan memilih *template*

Pada gambar 4 menunjukkan tampilan awal aplikasi Canva. Guna mempercepat pencarian, fitur *search* bisa dimanfaatkan untuk mencari contoh atau *template* tampilan yang berhubungan dengan tema makanan, dengan mengetik kata “food” otomatis langsung muncul makanan. Setelah itu, pilih salah satu *template* yang berstatus *free* (tidak berbayar) sesuai keinginan dan siap untuk diedit sesuai dengan produk yang akan diiklankan. Berdasarkan pengalaman tim selama menggunakan aplikasi Canva, pengguna bisa mengganti elemen gambar, teks, *pattern*, dan elemen lain sesuai aset yang dimiliki. Kemudian bisa menambahkan objek baru beserta efeknya seperti *shadow*, *colour*, *transition*, dan lain sebagainya.



Gambar 5. Penempatan konten iklan dan hasil jadi desain iklan setelah disimpan

Gambar 5 menunjukkan hasil akhir edit Canva yang mudah dilakukan oleh masyarakat awam. Hal utama yang perlu diperhatikan adalah sebelum membuat iklan, pelaku UMKM harus memiliki foto produk yang dipotret secara mandiri, tidak boleh menggunakan foto produk milik orang lain. Dengan pengeditan dan penambahan elemen teks, iklan sederhana telah berhasil dibuat menggunakan *smartphone* dengan berbagai spesifikasi. Setelah desain dirasa cukup komunikatif, hasilnya bisa disimpan dalam format jpg dan iklan siap untuk ditayangkan ke media sosial seperti *story whatsapp*, *feed instagram*, status *facebook*, atau media sosial lainnya yang memiliki dan mendukung fitur *like*, *share*, *comment*. Dengan demikian, desain iklan bisa dibuat dimanapun, kapanpun, dan oleh siapapun hanya menggunakan perangkat *smartphone* dengan hasil yang cukup komunikatif dan estetik untuk kebutuhan tayangan di media sosial.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan edukasi komposisi desain dan konten iklan bagi UMKM Lumintu berjalan sesuai harapan. Antusiasme para pelaku UMKM sangat tinggi dan termotivasi untuk mencoba mendesain iklan secara mandiri di rumah masing – masing. Penjelasan materi tentang komposisi dalam desain serta mengoptimalkan sosial media disampaikan secara singkat padat dan jelas sehingga mudah untuk dipahami. Materi praktik juga bisa diikuti dengan baik tanpa ada kendala apapun. Melalui rangkaian tiga materi tersebut minimal memberi pemahaman dan ketrampilan dasar kepada para pelaku UMKM Lumintu bahwa membuat desain iklan bisa dilakukan secara mandiri menggunakan perangkat yang dimiliki yakni *smartphone* didukung dengan aplikasi Canva yang mudah dioperasikan. Kegiatan pengabdian dalam bentuk pelatihan kepada para pelaku UMKM ini telah memberi gambaran bahwa desain grafis memiliki peran yang sangat penting untuk melakukan promosi dalam mempertahankan eksistensi usaha yang telah dirintis dan dibesarkan, karena pada dasarnya komunikasi antara para UMKM dengan calon pembeli produk terhubung melalui keberadaan media iklan yang mana merupakan salah satu luaran dari desain grafis. Meskipun berjalan sebagaimana yang diharapkan, kegiatan ini bisa lebih dimaksimalkan khususnya pada sesi praktik lanjutan yakni proses penayangan iklan di berbagai media sosial sehingga benar – benar tuntas dipraktikkan dan bisa dilakukan secara mandiri dan tuntas. Hal ini belum terlaksana karena ada kendala yakni kurang tertibnya jam kedatangan peserta kegiatan serta para pelaku UMKM kurang persiapan karena belum membawa aset berupa foto produk mandiri, sehingga praktik pembuatan desain iklan yang dicontohkan tim pelaksana tidak ditiru secara langsung oleh para peserta. Pada masa ke depannya, persiapan peserta yang lebih matang mendorong pelaksanaan kegiatan berjalan lebih efektif dan hasil praktik peserta bisa dilihat dan diulas secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Sarfiah, H. Atmaja, and D. Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *J. REP (Riset Ekon. Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, pp. 1–189, 2019, doi: 10.31002/rep.v4i2.1952.
- [2] W. Juliprijanto and P. Prasetyanto, "Potensi Usaha Kecil Mikro (UKM) Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi," *J. REP (Riset Ekon. Pembangunan)*, vol. 5, no. 1, pp. 97–117, 2020, doi: 10.31002/rep.v5i1.3177.
- [3] A. Halim, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju," *J. Ilm. Ekon. Pambang.*, vol. 1, no. 2, pp. 157–172, 2020, [Online]. Available: <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>.
- [4] L. teguh Prasetya, "Pemerintah Optimalkan Peran UMKM Sebagai Penggerak Ekonomi Nasional - Desa Tawangrejo," *Website Desa tawangrejo*, 2022. <https://tawangrejo.desa.id/artikel/2022/1/2/pemerintah-optimalkan-peran-umkm-sebagai-penggerak-ekonomi-nasional> (accessed Aug. 18, 2022).
- [5] I. Fadhillah, "Tingkatkan Daya Saing, Teten Bidik 30 Juta UMKM Go Digital Tahun 2024," *detikcom*, 2022. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6234353/tingkatkan-daya-saing-teten-bidik-30-juta-umkm-go-digital-tahun-2024> (accessed Aug. 18, 2022).
- [6] A. T. Haryanto, "Jokowi Minta Digitalisasi Ekonomi Bikin UMKM Naik Kelas," *detikcom*, 2022. <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-6237369/jokowi-minta-digitalisasi-ekonomi-bikin-umkm-naik-kelas> (accessed Aug. 18, 2022).
- [7] P. Choirina, B. C. Tjiptady, A. F. Fadliana, M. Rohman, F. Wahyudi, and Pangestuti P. Darajat, "Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang," *I-Com Indones. Community J.*, vol. 2, no. 1, pp. 8–16, 2022, doi: 10.33379/icom.v2i1.1195.
- [8] Y. I. Maulana, L. Rahmawati, Nurmawati, and D. P. N. Brata, "Pemberdayaan UMKM Melalui Desain Grafis Untuk Meningkatkan Daya Jual," *BISMA Bimbing. Swadaya Masy.*, vol. 1(3), no. 3, pp. 95–97, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.ijshs.org/index.php/bisma/article/download/266/209/>.
- [9] U. Pratiwi, *Mudah Belajar Desain Grafis dengan Canva*. Yogyakarta: Diva Press, 2021.