

Pelatihan Pembuatan Konten Instagram Menggunakan Aplikasi Canva untuk Staf dan Guru Yayasan An-Nur

Apsari Wiba Pamela^{1*}, Rifky Yulrifanto², Nina Nursetia Ningrum³

^{1,2,3}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia
e-mail: apsaripamela@telkomuniversity.ac.id^{1*}, rifkyyulrifanto@student.telkomuniversity.ac.id², ninanningrum@telkomuniversity.ac.id³

Informasi Artikel

Article History:

Received : 1 Juli 2024
Revised : 27 Februari 2025
Accepted : 18 Maret 2025
Published : 24 April 2025

*Korespondensi:

apsaripamela@telkomuniversity.ac.id

Keywords:

An-Nur Foundation, Canva application, Instagram Content

Hak Cipta ©2025 pada Penulis.
Dipublikasikan oleh Universitas
Dinamika



Artikel ini *open access* di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

[10.37802/society.v5i2.768](https://doi.org/10.37802/society.v5i2.768)

Society : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

2745-4525 (Online)

2745-4568 (Print)

<https://e-journals.dinamika.ac.id/index.php/society>

Abstract

Digitalization has changed the communication paradigm of educational institutions, expanding the role of social media as a strategic tool to expand reach and increase interaction with the community. Community service activities which include training in creating Instagram using the Canva application for content staff and teachers of the An-Nur Foundation in the context of digitalization which is spreading to the world of education. This training aims to strengthen the skills of staff and teachers at the An-Nur Foundation in creating interesting and relevant visual content, which can support the foundation's efforts in promoting its educational mission so that it is more widely known. The training method includes presentation of material and direct practice sessions using the Canva application which is tailored to the needs of the An-Nur Foundation's Instagram content. By using the Canva application as the main tool, training participants are encouraged to adopt easy-to-use technology to manage Instagram content effectively. The evaluation results show an increase in participants' competence in utilizing social media as an effective and strategic means of communication. Based on the posttest results, 90% of participants understood the material presented and 75% of participants could apply the training results by using the Canva application independently to create Instagram content.

PENDAHULUAN

Di era digital, media sosial saat ini memiliki peran yang penting sebagai media komunikasi, sehingga data pada tahun 2020 jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta pengguna (Haidar & Martadi, 2021). Media sosial Instagram adalah media sosial yang paling populer dengan jumlah pengguna yang lebih besar dibanding dengan media sosial lainnya (Sazali & Sukriah, 2021). Rata-rata masyarakat di Indonesia menghabiskan waktu menggunakan Instagram selama 3 jam 26 menit per harinya (Desia, 2023). Awal mula kemunculan Instagram di tahun 2010 melalui app store dengan total pengguna mencapai 100.000 dalam kurun waktu seminggu, sehingga dapat dikatakan pertumbuhan Instagram cukup tinggi dibandingkan media sosial lainnya (Hakim et al., 2024). Instagram telah menjadi *platform* yang sangat efektif untuk memasarkan dan berkomunikasi dengan khalayak luas. Konten visual memiliki daya tarik yang lebih besar

dibandingkan dengan teks biasa. Konten visual merupakan media yang dibuat untuk membantu menyampaikan informasi berupa data, gambar, ilustrasi, infografis, video maupun animasi (Suryadi & Jupriani, 2023). Dalam konteks Instagram, gambar dan desain grafis memainkan peran kunci dalam menarik perhatian pengguna. Oleh karena itu, keterampilan dalam membuat konten visual yang menarik sangat diperlukan. Yayasan An-Nur perlu memahami potensi media sosial untuk meningkatkan kehadiran dan visibilitas mereka di masyarakat.

Permasalahan yang sering kali dihadapi oleh masyarakat awam yang tidak memiliki keterampilan desain grafis adalah sulitnya membuat konten visual yang menarik dan kreatif. Kurangnya kemampuan dalam membuat konten visual yang menarik dapat diatasi dengan memanfaatkan dukungan aplikasi yang mudah digunakan dan menawarkan berbagai template khususnya untuk konten Instagram (Supriyadi et al., 2022). Canva adalah salah satu aplikasi desain grafis yang mudah digunakan dan dapat diakses oleh siapa saja (Maulana Baihaqi et al., 2023). Dengan fitur dan *tools* yang sederhana Canva dapat mempermudah semua kalangan untuk menggunakannya (Wirawan et al., 2023). Canva memungkinkan pengguna untuk membuat desain yang profesional tanpa memerlukan keahlian desain grafis tingkat tinggi.

Pelatihan konten Instagram dapat menjadi sarana untuk melibatkan guru dan staf di Yayasan An-Nur untuk menambah skill dan pengetahuan dalam pembuatan konten visual di sosial media. Dengan memberikan keterampilan ini, tidak hanya meningkatkan kehadiran digital tetapi juga memberdayakan staf dan guru di Yayasan An-Nur untuk berkontribusi secara positif melalui media sosial. Instagram adalah platform yang baik untuk menyampaikan informasi yang bersifat edukasi maupun promosi. Melalui konten-konten visual yang menarik, Yayasan An-Nur dapat lebih efektif mengkomunikasikan misi, visi dan pencapaian mereka kepada khalayak luas di sosial media. Berdasarkan pada kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dilakukan oleh Riskiyanti et al (2023) dengan judul kegiatan "Pengembangan Konten Instagram Menggunakan Canva pada Stasiun Televisi" dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengembangan konten Instagram menggunakan aplikasi Canva dapat membantu mitra dalam pengembangan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan dapat dipelajari dengan cepat. Kegiatan pengabdian lain yang serupa juga telah dilakukan oleh Fahminnansih et al., (2021) dengan judul "Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk Pada Sekolah Islami Berbasis Kebudayaan" menyimpulkan bahwa dari kegiatan pelatihan berikut mampu memperkenalkan alat dan teknologi yang sedang trend saat ini yaitu Canva kepada masyarakat sasaran untuk menunjang pembelajaran siswa yang disesuaikan dengan gaya hidup siswa yang fasih terhadap *gadget*.

Yayasan An-Nur merupakan sebuah layanan yang bergerak di bidang pendidikan yang beralamat di Gang Bakti 4 No. 398 Maleber Kota Bandung. Yayasan An-Nur mencakup beberapa layanan antara lain Kelompok Bermain (Kober), *Art Therapy*, TAAM, Bimbingan Belajar dan Tadzqirah. Yayasan An-Nur berdiri sejak tahun 2005 hingga saat ini sudah sekitar 20 tahun, Yayasan An-Nur ini juga menjadi Kelompok Bermain (Kober) terbaik pertama di kecamatan Andir dan sudah mendapatkan sertifikasi dari Kemenkumham yang mana Yayasan ini sudah diakui negara dan dilindungi oleh badan hukum. Staf dan guru di Yayasan An-Nur berjumlah delapan orang, salah satunya sudah termasuk pembina dan kepala sekolah, jumlah siswa tahun ini telah mencapai 150 siswa yang di mana siswa-siswa ini akan diberikan pembelajaran sesuai kurikulum negara dan kurikulum Yayasan.

Berdasarkan hasil analisis penulis Yayasan An-Nur telah berusaha untuk melakukan promosi melalui konten visual di Instagram, namun secara *engagement* dari setiap konten Instagram dinilai masih kurang. Keterlibatan khalayak pada setiap konten visual di sosial media sangat dibutuhkan agar mudah melakukan observasi apakah layanan yang

dipromosikan dapat diterima dan sesuai oleh masyarakat (Fathoni et al., 2024) . Yayasan An-Nur belum berupaya untuk membuat konten visual yang menarik secara rutin karena keterbatasan dari SDM Yayasan An-Nur mengenai keterampilan desain grafis sehingga respon yang diterima dari pengikut di akun Instagram Yayasan An-Nur sangat minim.

Berdasarkan latar belakang potensi dan permasalahan yang dimiliki Yayasan An-Nur, kegiatan pelatihan pembuatan konten Instagram menggunakan Canva diharapkan dapat memberikan manfaat konkret bagi Yayasan An-Nur agar staf dan guru memiliki kemampuan mendasar mengenai desain grafis dan mampu mengoperasikan aplikasi Canva dengan baik. Implementasi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan agar Yayasan An-Nur dapat lebih aktif dalam membuat konten visual di Instagram dengan tujuan memperkenalkan Yayasan An-Nur pada khalayak luas lewat sosial media Instagram.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan, tahap awal adalah observasi dan wawancara melalui survey lapangan yang terdapat pada Gambar 1 yang telah dilakukan penulis dengan mengunjungi lokasi mitra. Penulis melakukan observasi melalui akun Instagram milik Yayasan An-Nur untuk mengetahui bagaimana *engagement* yang ada dan melakukan evaluasi bersama dengan Kepala Sekolah mengenai kekurangan apa yang telah dilakukan pada akun Instagram An-Nur selama ini. Penulis juga melakukan wawancara kepada Kepala Sekolah Yayasan An-Nur untuk mengetahui kebutuhan dan ekspektasi dari peserta yang merupakan guru dan staf di Yayasan An-Nur.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan kepala sekolah Yayasan An-Nur Bandung didapatkan permasalahan bahwa staf dan guru memiliki keterbatasan dalam keterampilan desain grafis. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional di *platform* Instagram. Konten yang selama ini dibuat di Instagram Yayasan An-Nur hanya menampilkan gambar berupa kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan, hal tersebut dinilai kurang menarik dan kurang konsisten sehingga mengakibatkan kurangnya *engagement* dari *followers* (pengikut).



Gambar 1. Kegiatan Observasi Lapangan
(Sumber: Penulis, 2024)

Tahap lanjutan dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada 5 Juni 2024 dilakukan di salah satu ruang kelas Yayasan An-Nur, Kelurahan Maleber, Kecamatan Andir, yang merupakan lokasi dari mitra pengabdian masyarakat. Kegiatan pelatihan melibatkan 10 peserta terdiri atas guru dan staf Yayasan An-Nur. Peserta pelatihan menggunakan laptop dan *smartphone* sebagai alat dan bahan yang disediakan oleh tim penyelenggara pengabdian masyarakat. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dengan metode yang efektif dan terstruktur yaitu berupa penyampaian teori yang diiringi dengan praktik langsung. Metode pelatihan dengan cara praktik langsung merupakan cara yang dinilai efektif dan dapat memberikan hasil yang baik terhadap keberhasilan pelatihan (Nugraha et al., 2024). Konten dari materi yang disampaikan merupakan teori dari konten visual di sosial media dan fitur aplikasi Canva yang dapat dimanfaatkan sebagai pembuatan konten visual. Setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan tutorial penggunaan aplikasi Canva, yang diikuti peserta pelatihan dengan melakukan sesi latihan langsung atau praktik menghasilkan konten Instagram. Diakhir pelatihan diadakan sesi diskusi dan tanya jawab dengan peserta. Pemateri dari Universitas Telkom memastikan bahwa sudah tidak ada lagi kendala pengetahuan mengenai teknis penggunaan aplikasi Canva dari peserta pelatihan.

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah implementasi dan pemantauan. Peserta diberikan tugas untuk membuat konten Instagram terkait konten promosi Yayasan An-Nur, lalu dicoba untuk *upload* di Instagram An-Nur. Tim pengabdian masyarakat dari Universitas Telkom tetap memantau keberhasilan berdasarkan umpan balik dari masyarakat yang ada di akun Instagram Yayasan An-Nur serta melakukan bimbingan dan diskusi selama proses implementasi. Pada Gambar 2 di bawah merupakan rangkuman gambaran dari tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan selama kurang lebih empat bulan. Tim pengabdian masyarakat yang terlibat yaitu satu orang ketua yang merupakan dosen dari program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom yang dibantu oleh lima orang anggota yang terdiri dari dua orang dosen serta tiga orang mahasiswa yang berasal dari program studi yang sama dengan ketua tim pengabdian masyarakat. Dari enam orang tim pelaksana dibagi tugasnya pada saat proses pelatihan yaitu pemateri, tutor, asisten pelatihan dan dokumentasi.



Gambar 2. Alur Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat (Sumber: Penulis, 2024)

Alur tahapan pengabdian masyarakat yang diawali dari proses pengambilan data observasi dan wawancara untuk mengetahui kebutuhan dan permasalahan mitra. Dari data permasalahan yang didapatkan penulis menyusun perencanaan pelatihan yang berfokus pada pelatihan pembuatan konten Instagram sesuai dengan kebutuhan dari mitra. Sebelum pelaksanaan pelatihan penulis menyusun terlebih dahulu materi pelatihan agar proses pelatihan dapat berjalan lebih efektif. Tahapan akhir merupakan implementasi dan pemantauan kepada mitra terhadap hasil dari pelatihan.

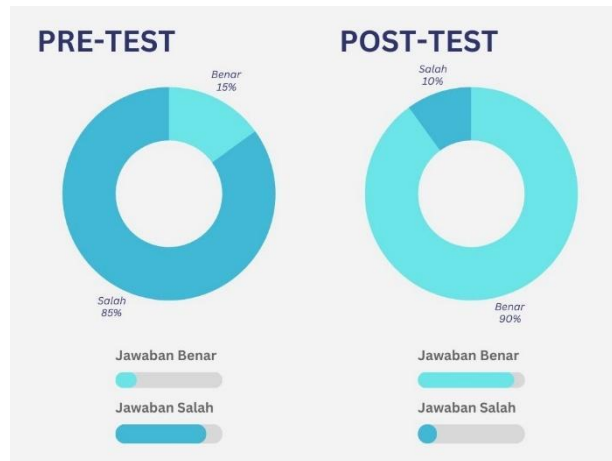
HASIL dan PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan pembuatan konten Instagram tersebut dilakukan dengan metode *workshop* (pelatihan). Pelatihan yang diselenggarakan meliputi beberapa tahapan yaitu:

1. Materi dan Tutorial

Pelatihan diawali dengan peserta diminta untuk mengisi soal *pre-test*, pertanyaan sederhana seputar aplikasi canva dan pentingnya konten visual di media sosial khususnya bagi institusi pendidikan. *Pre-test* yang dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman antara sebelum dan sesudah dilaksanakannya pelatihan. Soal *pre-test* diberikan sebelum pelatihan dan tutorial aplikasi dilakukan sedangkan *post-test* diberikan setelah pelatihan dilaksanakan. Terdapat 10 soal pilihan ganda yang berfungsi sebagai landasan untuk menilai pemahaman awal peserta terkait elemen-elemen penting dalam desain komunikasi visual, seperti tata letak (*layout*), pemilihan warna, tipografi, dan penggabungan gambar dengan teks. Pertanyaan yang diajukan juga mencakup pengetahuan peserta tentang penggunaan aplikasi Canva, termasuk bagaimana memilih *template*, menyesuaikan elemen desain, dan mengoptimalkan ukuran gambar untuk Instagram. Melalui *pre-test* pemateri dapat mengidentifikasi bagian yang perlu penjelasan secara lebih lanjut selama sesi pelatihan dan menyesuaikan metode pengajaran agar lebih efektif sesuai dengan tingkat pemahaman peserta.

Sesi pelatihan dimulai dengan pemaparan pengenalan mengenai aplikasi Canva dan pemahaman terhadap desain visual. Sesi pengenalan dilakukan dengan cara pemaparan materi mengenai prinsip dasar desain visual lalu dilanjutkan materi pengetahuan mengenai fitur-fitur yang ada pada aplikasi Canva yang dapat dimanfaatkan untuk membuat konten visual di Instagram. Pemaparan materi dilanjutkan dengan sesi tutorial dari instruktur dengan memberikan contoh bagaimana tahapan-tahapan untuk membuat konten visual Instagram *feeds* yang kreatif menggunakan aplikasi Canva. Dengan pemahaman melalui materi dan tutorial, peserta memiliki dasar yang kuat sebelum melakukan sesi praktik langsung. Setelah sesi pelatihan selesai, peserta diminta mengisi soal *post-test* untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Jenis soal dan jumlah pertanyaan dirancang sama dengan soal yang sudah ditanyakan pada *pre-test* agar hasilnya dapat dibandingkan untuk mengevaluasi seberapa besar peningkatan keterampilan dan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Hasil perbandingan memberikan gambaran mengenai efektivitas pelatihan dan tingkat keberhasilan atas kemampuan peserta dalam membuat konten visual yang menarik dan berkualitas di Instagram menggunakan aplikasi Canva.



Gambar 3. Hasil Pre-test dan Post-test Pelatihan
(Sumber: Penulis, 2024)

Hasil *pre-test* dan *post-test* menghasilkan bahwa tingkat pemahaman dari peserta sangat rendah mengenai canva dan konten visual di media sosial, yang ditunjukkan melalui Gambar 3 bahwa pada hasil *pre-test* dengan jawaban benar hanya 15% yang mengartikan bahwa hampir semua peserta pelatihan tidak memahami konsep dasar desain visual dan penggunaan Canva untuk menciptakan konten visual di Instagram. Namun hasil dari *post-test* yang dilakukan setelah pemaparan materi dan tutorial, mendapatkan hasil yang sangat signifikan bahwa 90% peserta menjawab benar. Hal tersebut mengartikan pemaparan materi yang dilakukan menunjukkan hasil yang baik untuk staf dan guru Yayasan An-Nur mengenai pemahaman terhadap fitur-fitur sederhana yang ada pada aplikasi Canva untuk pembuatan konten visual di Instagram.

2. Praktik Penggunaan Canva

Tahap selanjutnya adalah praktik langsung menggunakan aplikasi Canva dalam menciptakan sebuah konten visual yang dapat dilihat pada Gambar 4. Pelatihan melibatkan sesi interaktif dimana instruktur memandu peserta dalam membuat konten Instagram menggunakan aplikasi Canva. Peserta ditugaskan untuk membuat desain konten Instagram yang sederhana seperti poster atau infografis yang relevan dengan kegiatan atau capaian Yayasan An-Nur. Konten yang dibuat diarahkan berdasarkan kebutuhan aktual dari program yang sedang dijalani oleh Yayasan An-Nur.



Gambar 4. Praktik Langsung Menggunakan Canva
(Sumber: Penulis, 2024)

Dalam rangka menyambut pendaftaran siswa baru di bulan Juni hingga Juli, maka konten yang dibuat pada pelatihan ini adalah konten informasi pendaftaran siswa-siswi baru di Yayasan An-Nur. Konten harus mencakup berupa nama layanan, harga uang pangkal dan SPP per bulan serta hari kegiatan dari setiap layanan yang ditawarkan. Dengan konten visual yang menarik mengenai informasi pembukaan pendaftaran siswa dan siswi baru diharapkan dapat menarik perhatian dan minat khususnya orangtua siswa untuk mempercayakan anaknya menjadi bagian anak didik di Yayasan An-Nur. Pemanfaatan konten visual yang efektif bukan hanya membuat visual yang estetik atau enak dilihat tetapi juga dapat memberikan nilai tambah dan secara positif dapat mempengaruhi persepsi khalayak (Rahayu & Fitriyah, 2024).

3. Hasil Desain Konten Visual

Tahap finalisasi berupa praktik menciptakan konten seperti pada Gambar 5 menggunakan elemen desain seperti teks, gambar dan warna yang tentunya sesuai dengan konsep visual yang telah ditetapkan pada *branding* Yayasan An-Nur. Identitas grafis merupakan integrasi setiap elemen desain grafis termasuk tipografi, warna dan media agar menjadi satu kesatuan dengan sistem *brand identity* (Setiadi et al., 2023). Konten visual yang relevan dengan Yayasan yang berkecimpung di dunia Pendidikan anak adalah dengan menampilkan ilustrasi anak dengan menggunakan warna yang ceria. Tim pengabdian masyarakat mendorong peserta untuk menampilkan konten-konten dengan visual yang ceria namun tetap menyampaikan pesan informasi yang jelas.



Gambar 5. Proses Desain Konten Visual
(Sumber: Penulis, 2024)

Hasil dari pembuatan konten Instagram yang diciptakan oleh staf dan guru Yayasan An-Nur dapat dilihat pada Gambar 6. Hasil konten yang dihasilkan dari empat kelompok guru dan staf Yayasan An-Nur dibagi dalam pengerjaan konten jenis layanan. Tim pengabdian Masyarakat memberikan *brief* mengenai penggunaan warna, *typeface* dan ilustrasi agar konten yang dihasilkan antar kelompok memiliki keseragaman konsep desain. Sehingga apabila diposting di akun Instagram Yayasan An-Nur masih menjadi satu kesatuan konsep visual. Konten yang dihasilkan berupa informasi pembukaan pendaftaran untuk layanan *Playgroup*, *Art Therapy*, Bimbingan Belajar dan Kelompok Bermain Pendidikan Anak Usia Dini.

Selain diukur melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta pelatihan, tim pengabdian masyarakat juga menyebarkan sejumlah kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan dari peserta pelatihan yang diberikan setelah

melaksanakan pelatihan pembuatan konten Instagram menggunakan Canva dengan waktu pelaksanaan kurang lebih selama tiga jam. Kuesioner yang diajukan terdiri dari 15 pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi mengenai suatu kejadian atau gejala sosial (Mauliana, 2019). Pertanyaan pada kuesioner seputar kepuasan terhadap program pelatihan yang sudah dilakukan dan pentingnya mengenai keahlian desain grafis untuk membuat konten visual di Instagram. Berdasarkan hasil kuesioner terlihat bahwa peserta memberikan penilaian yang sangat baik terhadap pelatihan ini.

Peserta menyatakan tingkat kepuasan yang tinggi berupa 90% peserta memahami materi yang disampaikan dan 75% peserta dapat menerapkan hasil pelatihan dengan menggunakan aplikasi Canva secara mandiri untuk menciptakan konten visual di Instagram. Tingkat pemahaman dan keterampilan peserta dalam pembuatan konten digital menggunakan Canva meningkat setelah pelatihan ini dilaksanakan. Peserta mengakui bahwa pelatihan yang telah dilaksanakan ini memberikan kemudahan dalam mengoperasikan Canva untuk membuat konten visual yang menarik. Berdasarkan hasil kuesioner 100% peserta menjawab sangat setuju untuk keberlanjutan kegiatan pelatihan mengenai sosial media, dengan harapan guru dan staf di Yayasan An-Nur bukan hanya mahir untuk membuat konten dari segi grafis namun diharapkan juga dapat membuat konten kreatif yang lebih interaktif agar mampu mendapatkan *leads*. Definisi dari *leads* merupakan tahap saat *audience* memiliki ketertarikan terhadap apa yang ditawarkan, sehingga memberikan interaksi terhadap akun media sosial (Mitchelle & Yulianti, 2022). Interaksi nyata yang dapat diukur berupa bertambahnya jumlah pendaftar dari anak didik baru berdasarkan promosi yang dilakukan di media sosial.



Gambar 6. Foto Bersama dengan Peserta Pelatihan
(Sumber: Penulis, 2024)

Gambar 6 di atas merupakan foto Bersama yang dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai dengan menunjukkan hasil karya terbaik. Secara keseluruhan pelatihan ini dianggap berhasil untuk mencapai tujuan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan guru dan staf Yayasan An-Nur untuk membuat konten visual yang bertujuan menyampaikan pesan pembukaan pendaftaran siswa-siswi di tahun ajaran baru. Dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan telah mencapai hasil yang positif dan memenuhi indikator keberhasilan. Peserta telah memiliki keterampilan berupa pembuatan konten digital yang diharapkan kedepannya dapat secara rutin membuat konten visual secara

mandiri untuk meningkatkan visibilitas Yayasan An-Nur di media sosial agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas lagi. Sebagai tahap lanjutan diharapkan adanya pelatihan mengenai pengembangan konten kreatif yang interaktif dengan *audience* di sosial media untuk meningkatkan *engagement* dan *leads* dengan indikator capaian nyata berupa penambahan jumlah peserta didik baru.



Gambar 7. Gambar Hasil Pelatihan
(Sumber: Penulis, 2024)

KESIMPULAN

Pelatihan menggunakan aplikasi Canva untuk pembuatan konten Instagram yang telah dilaksanakan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi staf dan guru di Yayasan An-Nur. Hasil evaluasi dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan dalam keterampilan teknis dalam menggunakan Canva untuk membuat konten visual yang menarik dan informatif. Sebesar 90% peserta memahami materi yang disampaikan dan 75% peserta dapat menerapkan hasil pelatihan dengan menggunakan aplikasi Canva secara mandiri untuk menciptakan konten visual di Instagram. Selain itu, peserta pelatihan juga mengungkapkan peningkatan motivasi untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai alat untuk mempromosikan kegiatan yayasan dan meningkatkan keterlibatan dengan masyarakat. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kreativitas dalam merancang konten visual tetapi juga membuka peluang baru untuk meningkatkan eksposur yayasan melalui konten digital. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil menciptakan dampak positif yang dapat berkelanjutan dalam mendukung upaya Yayasan An-Nur dalam memperluas visibilitas dan meningkatkan *engagement* di setiap konten visualnya di Instagram. Manfaat lainnya yang dapat dirasakan dari pelatihan ini bukan hanya untuk pengembangan kemampuan dalam pembuatan konten di sosial media, namun juga dapat diterapkan terhadap pembuatan materi ajar yang lebih interaktif untuk anak usia dini

karena guru dan staf Yayasan An-Nur sudah memiliki bekal pengetahuan dasar mengenai desain visual dan penggunaan aplikasi Canva.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PPM Universitas Telkom yang telah memberi dukungan berupa bantuan pendanaan terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Desia, A. (2023). *Kartala Visual Studies Analisis Desain Konten Instagram Sebagai Strategi Promosi @dkv.budiluhur*. <https://doi.org/https://doi.org/10.36080/kvs.v2i1.6>
- Fahminnansih, F., Rahmawati, E., & Wardhanie, A. P. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Desain Grafis Dan Promosi Produk Pada Sekolah Islami Berbasis Kewirausahaan. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170>
- Fathoni, M., Syafa'a Maristha, A., & Endrawati, M. (2024). Pengaruh Narasi Gambar Fotografi Terhadap Pemrosesan Informasi Konsumen Melalui Instagram Story. *Journal of Exploratory Dynamic Problems*, 1(3), 116–127. <https://edp.web.id/index.php/edp/article/view/83>
- Hakim, L., Wati, F. K., Hidayah, A. R., Sari, P. A., Nisa, S. F., Rohmawati, A., & Ahmadi, K. F. (2024). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Potensi Desa Lamong. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 190–199. <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.474>
- Maulana Baihaqi, W., Dwias Putri, A., Ayu Mutiara, D., Nursaddam, M., & Ajril Izzati, F. (2023). Pemanfaatan Canva Dan Powtoon Untuk Peningkatan Kualitas Video Pembelajaran Bagi Guru Sekolah Dasar. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 99–108. <https://doi.org/10.37802/society.v3i2.263>
- Mauliana, M. I. (2019). Pelatihan Art-Engineering Untuk Meningkatkan Keterampilan Pemuda Karang Taruna Griya Asri Kalitengah. *AKSILOGIYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30651/aks.v3i1.1455>
- Mitchelle, & Yulianti, D. T. (2022). *Digital Marketing Untuk Meningkatkan Leads Pada AkuBisaMusik* (Vol. 4). <https://strategi.itmaranatha.org/index.php/strategi/article/view/368>
- Nugraha, N., Novantara, P., & Nugraha, D. (2024). Eksplorasi Canva: Pelatihan Konten Visual yang Praktis untuk Pemasaran Produk Lokal di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), 467–474. <https://doi.org/https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i3.843>
- Rahayu, M., & Fitriyah, Z. (2024). Keterampilan Foto dan Video Sebagai Peningkatan Branding Produk Bagi UMKM Kelurahan Rungkut Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 152–158. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2497>
- Riskiyanti, N. F., Hammad, R., Latif, K. A., Rodhi, M. N., Hadi, S., & Bumigora, U. (2023). *Pengembangan Konten Instagram Menggunakan Canva pada Stasiun Televisi* (Vol. 1, Issue Desember).
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 147–160. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7471/6514>

- Setiadi, T., Nurmana, A., Fajri, L., & Ilhami, S. D. (2023). Implementasi Desain Digital Kreatif untuk Branding Produk Berbasis Mobile untuk Pelaku UMKM Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. *Communnity Development Journal*, 4(6), 11961–11969. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.20639>
- Supriyadi, Christian, A., Suryani, I., & Rusdi, I. (2022). Pelatihan Canva Dalam Pembuatan Konten Promosi Media Sosial TikTok Pada Fatayat NU. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(6), 566–572. <https://doi.org/10.25008/altifani.v2i6.290>
- Suryadi, D., & Jupriani, J. (2023). Analisis Konten Visual Pada Akun Instagram New Normal Burger Bar Ditinjau Dari Teori Retorika. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, 2(2), 155–166. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v2i2.1604>
- Wirawan, A. B., Shaleh, M., Avienna, M. F., Narayana, I. K. S., Rochman, R. A., Ananda, R., Zendrato, Y. K., Manurung, Y. B. P., & Ardiansyah, R. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Desain Story Instagram Yang Lebih Menarik. *JURNAL INDIMAS :Indonesia Mengabdi Kepada Masyarakat*, 1(1), 19–24. <https://jurnal.publikasitecno.id/index.php/indimas>