

Pemanfaatan *Canva* Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital

Using Canva as a Creative and Inovative Promotion Media in the Digital Era

**Kadek Ratih Kusuma Dewi^{a,*}, Ni Nyoman Padmi Harini^{b,*}, Putu Adi Ananta
Yoga^{c,*}**

^{a,b,c}Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Univeritas PGRI Mahadewa Indonesia
Jalan Seroja Tonja – Denpasar Utara, Bali (80239)

*Pos-el: kadekratihkusumadewi@gmail.com, padmiharini@gmail.com,
putuadianantayoga@gmail.com

Abstrak: Era digital merupakan periode atau zaman dengan perkembangan teknologi yang pesat serta penerapan teknologi secara menyeluruh pada berbagai aspek. Dampak positif dari era digital adalah penyebaran informasi menjadi lebih mudah, cepat, dan jangkauan luas. Namun di sisi lain, transformasi dari konvensional menuju digital adalah tantangan bagi lingkungan masyarakat salah satunya yaitu pelaku usaha, karena dengan pesatnya perkembangan teknologi yang mudah dijangkau oleh masyarakat maka semakin tingginya jumlah pesaing atau kompetitor yang muncul di permukaan. Oleh karena hal tersebut, pelaku usaha harus melakukan promosi digital yang lebih kreatif dan inovatif agar dapat bersaing di pasaran melalui *Canva*. *Canva* sebagai alat bantu desain dan publikasi online dengan misi memberdayakan semua orang di seluruh dunia agar dapat membuat desain apa pun dan mempublikasikannya di mana pun. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari beberapa sumber yang relevan yaitu wawancara beberapa pelaku usaha serta kajian pustaka berupa artikel dari internet, pemanfaatan *Canva* sebagai media promosi kreatif dan inovatif cukup efektif serta efisien untuk meningkatkan pendapatan usaha.

Kata Kunci: Media Promosi Kreatif Inovatif, *Canva*

Abstract: *The digital era is a period or era with rapid technological developments and the application of technology as a whole in various aspects. The positive impact of the digital era is that the dissemination of information becomes easier, faster and has a wider reach. But on the other hand, the transformation from conventional to digital is a challenge for the community, one of which is business actors, because with the rapid development of technology that is easily accessible according to society, the higher the number of competitors or competitors that appear on the surface. Because of this, businesses must carry out digital promotions that are more creative and innovative in order to compete in the market with Canva. Canva as an online design and publishing tool with a mission to empower people around the world to create any design and publish anywhere. Based on the results of data collection from several relevant sources, namely interviews with several business people and literature review in the form of journals from the internet, the use of Canva as a creative and innovative promotional media is quite effective and efficient in increasing business income.*

Keywords: *Creative and Inovative Promotion Media, Canva*

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang pesat, memaksa manusia untuk dapat terus beradaptasi. Pada dasarnya (menurut KBBI) perkembangan adalah proses berkembangnya sesuatu dan zaman atau era merupakan suatu masa dalam jangka waktu pendek atau panjang yang menandai sesuatu atau dapat diartikan sebagai kurun waktu dalam sejarah. Perkembangan zaman terjadi karena semakin banyak dan luasnya penemuan dan pembaharuan yang dilakukan manusia dengan tujuan agar dapat memudahkan serta mensejahterakan umat manusia berupa pola pikir, ilmu pengetahuan, serta alat/media penunjang yaitu teknologi. Pemanfaatan teknologi yang telah merambah pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia saat ini menciptakan zaman atau era baru yang disebut era digital.

Era digital merupakan periode atau zaman dengan perkembangan teknologi yang pesat serta penerapan teknologi secara menyeluruh pada berbagai aspek. Kehadiran era digital adalah untuk memperbaharui dan menggantikan beberapa teknologi masa lalu agar lebih modern dan praktis. Perkembangan era digital secara garis besar yaitu pada bidang komunikasi (penggunaan internet melalui *smartphone*, laptop, dan lainnya dengan berbagai fitur canggih yang disediakan untuk memudahkan dalam penyampaian pesan dapat berupa teks, lisan/panggilan suara dan video, gambar, dan/atau file video); bidang pendidikan (kerativitas media pembelajaran); serta bidang ekonomi bisnis (permintaan, penawaran, dan transaksi jarak jauh yang lebih mudah dan cepat melalui pemasaran online). Pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha atau bisnis disebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Menurut Kolter dan Amstrong *e-commerce* adalah suatu saluran online yang dijangkau oleh seseorang melalui computer, saluran ini umumnya digunakan oleh seorang pebisnis menjalankan aktivitas bisnisnya. Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston pengertian *e-commerce* adalah aktivitas belanja online yang dilakukan dengan menggunakan jaringan internet, transaksinya

diselesaikan dengan cara transfer digital. Sehingga dapat diartikan bahwa *e-commerce* adalah singkatan dari *electronic commerce* merupakan bentuk perdagangan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan internet meliputi proses pemasaran/distribusi barang atau jasa secara daring (dalam jaringan). *E-commerce* dapat dilakukan dengan komputer, laptop, dan *smartphone*. Penerapan *e-commerce* menjadi tren yang terus berkembang seiring perubahan pola hidup masyarakat lebih modern. Dampak positif dari *e-commerce* yaitu jangkauan pasar lebih luas, meningkatkan pendapatan dan mengurangi risiko biaya-biaya lain, pelayanan lebih maksimal ke konsumen, kemudahan dan fleksibel belanja, dan peningkatan manajemen supplier. Namun, di sisi lain juga terdapat tantangan dalam era digital yaitu banyaknya kompetitor atau pesaing bisnis yang muncul akibat kemudahan penggunaan teknologi dalam berbisnis. Salah satu cara dalam mengantisipasi pesaing adalah dengan melakukan promosi yang kreatif dan inovatif terhadap produk yang dipasarkan agar masyarakat sebagai calon pelanggan tertarik menggunakan produk tersebut.

Menurut Hasugian (2018) media promosi merupakan suatu wadah atau tempat yang digunakan sebagai sarana promosi dan sarana pemberi informasi. Adapun tujuan dan fungsi dari media promosi adalah (1) Meningkatkan *Brand Awareness*. Saat ini kita memiliki banyak kompetitor bisnis. Untuk itu, salah satu fungsi media promosi adalah untuk meningkatkan *brand awareness* pada bisnis. *Brand awareness* adalah salah satu faktor yang sangat penting yang akan memperkuat hubungan dengan *brand* dan juga pada pelanggan yang membelinya. (2) Menarik Perhatian Masyarakat. Dengan melakukan kegiatan promosi, maka memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat. Tanpa melakukan promosi, maka tidak mungkin masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau bisnis yang kita buat. Untuk itu, kegiatan promosi sangat diperlukan untuk meningkatkan promosi penjualan produk atau jasa yang akan ditawarkan. (3) Menjaga Pelanggan Untuk Tetap Loyal. Ketatnya persaingan bisnis saat ini sudah menjadi hal yang umum. Pasti ada banyak sekali

kompetitor yang berebut perhatian pelanggan untuk menggunakan produk ataupun layanan jasanya. Media promosi bisa membantu menjaga pelanggan agar tetap loyal. (4) Meningkatkan Penjualan Produk. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan baik akan secara efektif meningkatkan jumlah penjualan produk. Karena dengan melakukan promosi, maka artinya memperkenalkan produk atau bisnis pada calon pelanggan baru. (5) Menambah Nilai Produk. Kegiatan promosi yang dilakukan mampu meningkatkan nilai dari suatu produk atau jasa yang dimiliki. Selain itu, promosi yang dilakukan juga akan mengubah cara pandang calon pelanggan pada produk atau jasa yang ditawarkan.

Untuk meningkatkan kreativitas media promosi pelaku usaha dapat menciptakan media promosi yang menarik dengan bantuan *Canva*. *Canva* merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat desain grafis dengan mudah dan cepat karena *canva* menyediakan banyak fitur yang dapat dimanfaatkan. Oleh karena itu, penulis menyusun artikel dengan judul “Pemanfaatan *Canva* sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif pada Era Digital” sebagai penambah wawasan dan pengetahuan bagi para pelaku usaha atau bisnis dalam meningkatkan menarik pelanggan melalui media promosi.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka tujuan penulisan ini adalah untuk dapat mengetahui keefektifan dari pemanfaatan *canva* sebagai media promosi kreatif dan inovatif dalam menjalankan usaha atau bisnis melalui *e-commerce* di era digital.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penulisan artikel ini adalah dapat menambah pengetahuan dan wawasan baru mengenai pemanfaatan *canva* sebagai media promosi kreatif dan inovatif dalam mengantisipasi tingginya tingkat persaingan/kompetitor pada perdagangan elektronik (*e-commerce*) di era digital.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan artikel ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif argumentatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mempunyai sifat deskriptif, dan cenderung menggunakan analisis. Prosesnya lebih menonjolkan penggunaan landasan teori sebagai panduan untuk fokus pada penelitian yang berdasarkan pada fakta yang terjadi di lapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada dua orang narasumber sebagai pelaku usaha bisnis UMKM yang menerapkan *e-commerce* dalam penjualan produknya yaitu Bapak Wahyu Oktaviana dengan usaha kopi @kopilah.berlalu dan Bapak Gede Andri dengan usaha tanaman hias @dean_plants terkait dengan pemanfaatan *canva* sebagai media promosi kreatif dan inovatif pada era digital.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari informasi yang mendukung penulisan ini dikumpulkan dengan melakukan penelusuran pustaka, pencarian sumber yang relevan berupa laman resmi *canva*, jurnal, atau artikel dari internet.

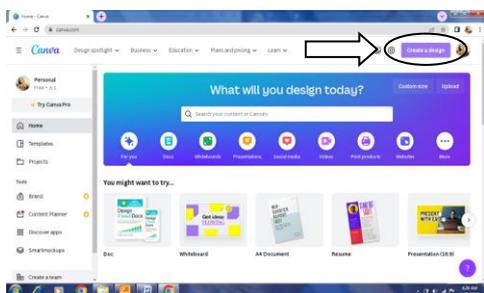
HASIL DAN PEMBAHASAN

Canva

Berdasarkan data sekunder terkait *canva* dan fitur yang disediakan dari laman resmi *canva* yaitu *canva.com*. *Canva* merupakan suatu alat bantu desain dan publikasi online dengan misi memberdayakan semua orang yang ada di seluruh dunia agar dapat membuat desain apa pun dan dapat mempublikasikannya dimana pun. *Canva* diluncurkan pada tahun 2013, saat ini terdapat lebih dari 60 juta akun pengguna aktif bulanan, dua ribu karyawan, serta terdapat tujuh miliar desain yang dibuat dari 190 negara dengan 100 bahasa yang berbeda. Fitur yang ada pada *canva* yaitu menyediakan ribuan template dalam berbagai kreasi ukuran, warna, dan bentuk yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Cara pembuatan media promosi dengan *canva* cukup mudah dilakukan, karena dapat diakses melalui *smartphone*, laptop atau komputer, di bawah

ini merupakan langkah-langkah pengoperasian dan proses membuat media promosi dengan bantuan canva yaitu

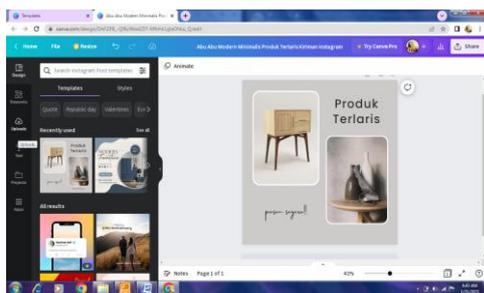
- Pastikan perangkat yang akan digunakan terkoneksi internet yang stabil.
- Membuka canva melalui aplikasi atau websitenya, lalu log in jika telah memiliki akun dan sign in jika belum memiliki akun.
- Setelah log in, pengguna dapat membuat desain secara langsung dengan memilih template yang ada atau membuat baru pada kosong sesuai dengan ukuran yang diinginkan untuk media promosi.



Gambar 1. Tampilan beranda Canva

Sumber: <https://www.canva.com/>

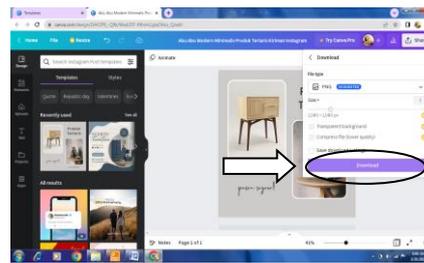
- Dalam proses pembuatan media promosi ini, pengguna dapat menambahkan tulisan, gambar, foto, dan video produk yang diperlukan agar masyarakat lebih jelas dan tertarik pada produk yang ditawarkan.



Gambar 2. Contoh lembar kerja Canva

Sumber: https://www.canva.com/design/DAFZPB_-Q9k/Wed2DTRfhmk1gtaOhku_Q/edit

- Ketika media promosi sudah selesai dibuat, hasil tersebut dapat diunduh dalam format JPG, PNG, atau PDF dan siap untuk dibagikan pada akun media sosial sebagai *e-commerce* masing-masing pemilik usaha.



Gambar 3. Cara mengunduh desain

Sumber: https://www.canva.com/design/DAFZPB_-Q9k/Wed2DTRfhmk1gtaOhku_Q/edit

Dalam aplikasi canva ribuan bahkan jutaan template desain tanpa dipungut biaya atau gratis dapat digunakan oleh pengguna, untuk pengguna yang ingin fitur lebih lengkap dan beragam dapat berlangganan (premium) setiap bulan atau tahunnya.

Canva Sebagai Media Promosi

Berdasarkan data primer dari hasil wawancara dengan narasumber yaitu tentang pentingnya kegiatan promosi dilakukan pada usaha yang sedang ditekuni, Canva sebagai media promosi yang digunakan pada era digital. Berikut merupakan tabel data diri para narasumber

Tabel 1. Data Diri Narasumber

Narasumber	Pertama	Kedua
Nama	Wahyu Oktaviana	Gede Andri
Nama Usaha	Kopilah Berlalu	Dean Plants
Jenis Usaha	Kopi Robusta	Tanaman Hias
Usia	30 tahun	31 tahun
Alamat	Sanggulan, Tabanan	Banjar, Buleleng
Kontak	081337512210	082236886744

Hasil wawancara dengan kedua narasumber terkait dengan pentingnya kegiatan promosi dilakukan pada usaha yang sedang ditekuni. Menurut narasumber pertama yaitu Bapak Wahyu Oktaviana promosi adalah bagian penting dalam membuka usaha karena sebagai perantara agar masyarakat dapat mengetahui produk yang kita jual. Sehingga dalam menjalankan usaha, harus melakukan promosi untuk mengingatkan dan menarik pelanggan sebelum beralih kepada produk lain. Serta menurut narasumber kedua, Bapak Gede Andri kegiatan promosi adalah hal utama yang

dilakukan dalam menjalankan usaha karena dengan promosi produk dapat disebarluaskan kepada masyarakat. Maka dari itu, promosi harus dilakukan secara berkelanjutan dengan disertai pembaruan, terutama setelah pandemic Covid-19 penjual online yang semakin banyak media promosi harus lebih menarik agar dapat bersaing di pasaran. Dari kedua narasumber menyatakan bahwa promosi produk penting dilakukan oleh pelaku usaha untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan serta keuntungan.

Pada wawancara berikutnya terkait dengan media yang digunakan narasumber untuk membantu promosi. Saat ini kedua narasumber memberikan informasi yang serupa yaitu menggunakan aplikasi Canva karena penggunaan yang mudah dan cepat serta aplikasi tersebut menyediakan template atau desain beragam yang dapat diperoleh secara gratis.

Berdasarkan beberapa artikel ilmiah yang relevan dengan pemanfaatan canva sebagai media promosi yaitu sebagai berikut. Menurut Sulistiyanto dalam artikelnya yang berjudul “Desain dan Digital Marketing Online Menggunakan Canva” menyampaikan bahwa melalui canva dapat menarik masyarakat yang melihat produk yang ditawarkan, bentuk komunikasi visual lebih disukai masyarakat, karena sebuah brand selalu berusaha memunculkan identitas, keunggulan dan kekhasan mereka melalui sebuah desain. Menurut (Mitrović et al., 2020) dalam artikel [6], setiap kali pelanggan berinteraksi dengan suatu merek, mereka dihadapkan pada stimulus visual seperti logo, bentuk, warna, karakter, gaya, dan elemen lain yang menentukan citra merek hal ini dapat diperoleh pada canva. Menurut Pahful Irfan et al, 2022 dalam penelitiannya yang berjudul “Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Sarana Media Promosi Makanan Khas Lombok” dengan melakukan pelatihan tentang penggunaan Canva yang terdiri dari persiapan, pelatihan selama tiga hari, serta dilakukan evaluasi, sehingga memperoleh hasil bahwa penggunaan canva dalam mendesain konten media promosi dirasa lebih mudah karena jumlah template yang dapat digunakan cukup banyak dan gratis. Sumber-sumber relevan tersebut merupakan data pendukung dari

pemanfaatan canva sebagai media promosi di era digital.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada era digital dengan pemanfaatan teknologi yang berkembang pesat, terutama pada aspek ekonomi yaitu usaha dan bisnis ini, memunculkan pesaing yang cukup tinggi. Oleh karenanya, diperlukan kegiatan promosi sebagai penunjang usaha agar pendapatan dapat bertahan dan meningkat. Untuk menunjang kegiatan promosi, diperlukan media yang kreatif dan inovatif agar dapat bersaing di pasaran yaitu dengan canva. Canva sebagai aplikasi desain grafis yang mudah dan cepat untuk digunakan serta menyediakan beragam templates secara gratis terbukti cukup efektif untuk dimanfaatkan sebagai media promosi di era digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Anonym.2020. KBBi: Perkembangan, Era <https://kbbi.web.id/perkembangan/era>
- Rifqi Dharma. 2022. Penggunaan Teknologi Informasi di Era Digitalisasi <https://accurate.id/teknologi/era-digital/>
- Maya Utami Dewi M.Kom. 2018. Dampak Positif dan Negatif dari E-commerce <http://sistem-informasi-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Dampak-Positif-dan-Negatif-E-Commerce/5e750838cc297c7d7b44fb18f2519343aff4a4e4>
- Elsya Islamay <https://www.gramedia.com/literasi/jenis-jenis-penelitian/>
- Sutabri, Tata. 2012. Analisis sistem informasi. Yogyakarta
- Hasugian P.S. 2018, Perancangan Website Sebagai Media Promosi dan Informasi. *Journal of Informatic Pelita Nusantara*. Vol 3(1):82-86
- Hidayat W., Mahmuriyah R., dan Sri N.R.S. 2016. Media Visual Berbentuk Katalogproduk Sebagai Media Promosi.