

## **PELATIHAN PENGEMBANGAN MEDIA INFORMASI BERBASIS CANVA UNTUK MENINGKATKAN KREATIVITAS REMAJA KARANG TARUNA DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF DESA TROPODO KRIAN SIDOARJO**

**Budi Purwantiningsih<sup>1\*</sup>, Nayla Najma Arifin<sup>2</sup>, Novita Andriana<sup>3</sup>, Ainur Rosyidah<sup>4</sup>, Elok Imroatul Azizah<sup>5</sup>,**

<sup>1,3,4,5</sup>Universitas Sunan Giri Surabaya, <sup>2</sup>Universitas Negeri Surabaya

<sup>1\*</sup>budipurwanti1912@gmail.com

---

### **Article History:**

*Received:* 12-10-2025

*Revised:* 24-10-2025

*Accepted:* 09-11-2025

**Keywords:** *Training, Development, Information Media, Canva.*

### **Abstract:**

*Information media is widely used in daily activities, including social media, marketplaces, promotions, banners, flyers, pamphlets, and brochures. However, to effectively engage the community, the chosen media must feature well-designed, unique, and attractive visuals that motivate action. Tropodo Village has an official website but lacks the human resources to utilize it for promoting local products through the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) and the "Bumi Asih" Village-Owned Enterprise (Bumdes). To address this issue, this empowerment program employed the Asset-Based Community Development (ABCD) method. The results demonstrated success in creating copywriting and Canva-based content, with 80% of participants gaining an understanding of how to design appealing content that attracts consumers. This initiative has contributed to enhancing the creative economy within the Tropodo Village community.*

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi di dunia yang sangat cepat dan masif adalah salah satu bukti adanya pemikiran manusia yang terus berkembang dalam berinovasi dari berbagai aspek kehidupan yang mempengaruhinya. Industry 4.0 saat ini menjadikan semua pihak harus beradaptasi dengan cepat di berbagai bidang guna memanfaatkan era ini menjadi peluang pada bidangnya masing-masing. Pemanfaatan era ini tentu dilakukan dengan cara yang wajar dan positif yaitu dalam hal mempermudah komunikasi dan memperoleh informasi. Era ini adalah masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital.

Terkait dengan era digital ini salah satu pemanfaatannya adalah sebagai media untuk melakukan promosi. Promosi menjadi salah satu bauran pemasaran bagaimana komunikasi produk tersampaikan dengan baik sehingga banyak pihak yang nantinya tertarik dengan produk yang ada. Untuk membuat design promosi yang menarik, diperlukan aplikasi. Salah satu aplikasi yang dapat digunakan sebagai media promosi adalah aplikasi *Canva*. *Canva* merupakan program design online yang menyediakan berbagai alat editing untuk membuat berbagai desain grafis, desain grafis, mudah dipahami, meskipun masih pemula. *Canva* menjadi aplikasi yang dipilih untuk membuat desain grafis yang dilakukan secara online dan gratis dengan banyaknya pilihan template untuk pembuatan desain seperti poster, logo, media sosial animasi, video, kartu, kolase foto selebaran dan lain-lain flayer. Adanya aplikasi *Canva* ini menjadi satu dari alternatif pilihan yang dapat dimanfaatkan sesuai dengan template yang ada untuk berbagai bidang baik sosial, ekonomi, politik dan sebagainya (Hinchcliff, 2023).

Pemerintah Desa Tropodo tidak lepas dengan permasalahan yang terkait dengan promosi keunggulan Desa Tropodo untuk meningkatkan perekonomian warga Desa

Tropodo. Pada dasarnya pemerintah Desa Tropodo merupakan salah satu dua dari desa yang berada di Kecamatan Krian yang sudah memiliki website yang sudah beroperasi, namun butuh pengembangan-pengembangan yang bisa mengeksplor keunggulan-keunggulan Desa Tropodo untuk lebih dikenal oleh khalayak umum baik Nasional maupun Internasional.

Berdasarkan hasil *Forum Group Discussion* (FGD) yang dilakukan oleh mahasiswa Unsur Surabaya, Dosen Unesa, Dosen Unsur, Kepala Desa, Dosen, Sekretaris Desa, Perwakilan Remaja Karang Taruna, dan Bumdes muncul beberapa permasalahan, yaitu: 1) Pemerintah Desa sudah memiliki website aktif, namun belum digunakan secara optimal dikarenakan pemerintah Desa belum memiliki tenaga khusus untuk mengelola berbagai platform online, website, media sosial untuk melakukan update informasi secara maksimal, 2) Pada saat membuat kegiatan, promosi penjualan produk Desa Tropodo secara *offline* juga belum maksimal, hal ini disebabkan karena banyaknya acara, selain itu untuk mendatangkan promosi secara offline memerlukan waktu, biaya dan tenaga yang lumayan besar.

Adapun peluang yang terdapat di Desa Tropodo adalah: 1) Pemerintah Desa Tropodo memiliki sumberdaya manusia yang memadai yang didominasi anak muda yang memiliki keterampilan digital dan kreativitas lebih bagus dibandingkan orang yang sudah lebih tua, 2) Keunggulan produk Desa Tropodo sangat banyak, diantaranya yang paling dikenal dan menjadi sumber mata pencaharian adalah produksi tahu, tahu susu, dan susu sapi. Selain itu Desa pemerintah Desa Tropodo memiliki Bumdes dan Pujasera yang menawarkan beberapa produk Desa Tropodo diantaranya adalah: rujak cingur, jamu tradisional, baju batik dan lain-lain, 3) Letak Desa Tropodo yang berada di antara jalan besar yang disampingnya terdiri dari beberapa pabrik tahu, merupakan modal besar untuk menawarkan produk Desa Tropodo.

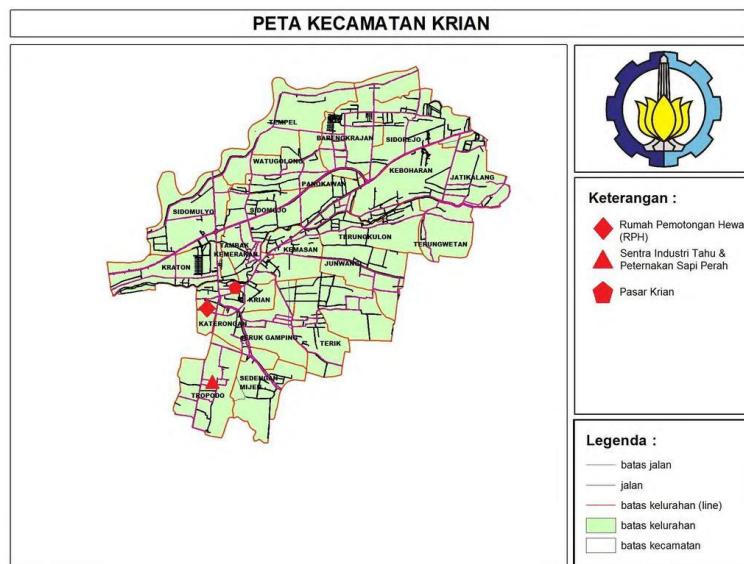
Dari permasalahan dan potensi yang diperoleh dari hasil FGD, maka peran promosi dalam bentuk digital sangat dibutuhkan. Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian adalah memberikan pelatihan berupa belajar membuat desain promosi untuk membuat medianya, seperti desain banner atau spanduk, leaflet dan lainnya dengan bantuan aplikasi *Canva*, sehingga masalah yang terjadi di Desa Tropodo dapat teratasi. Manfaat dari pelatihan ini adalah: 1) kemampuan Remaja Karang Taruna memiliki kreativitas dalam membuat desain lebih baik dan menghemat pengeluaran yang digunakan untuk membayar jasa desain banner atau media promosi dalam setiap kegiatan yang dilakukan, 2) bisa membuka jasa membuat desain promosi dimana hasilnya dapat menjadi salah satu sumber pemasukan bagi Desa Tropodo untuk mengadakan kegiatan lainnya (Ghalib, 2019).

Berdasarkan hasil analisis data diatas, maka kami bersama dengan pemerintah Desa sepakat dalam membuat program pengabdian masyarakat dengan tema pelatihan pengembangan media informasi berbasis *Canva* untuk meningkatkan kreativitas remaja karang taruna dan memaksimalkan promosi produk desa. Program ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan digital, tetapi juga pada pembentukan rasa tanggung jawab dan profesionalisme dalam mengelola sumber daya digital yang ada. Di harapkan program ini menjadi salah satu bekal yang berguna bagi masa depan mereka dalam berwirausaha dan mengembangkan ekonomi kreatif Desa Tropodo

## **METODE**

Tempat dan Waktu. Program pemberdayaan masyarakat melalui program Pelatihan Pengembangan Media Informasi Berbasis *Canva* untuk Meningkatkan Kreativitas Remaja Karang Taruna dalam Mendorong Ekonomi Kreatif dilaksanakan di Balai Desa Tropodo RT 05 RW 03 Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. Pelaksanaan pelatihan pada tanggal 31 Agustus 2025 sampai dengan 31 Agustus 2025. Khalayak sasaran. Dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pengembangan media informasi berbasis *Canva* ini yang menjadi khalayak sasaran adalah remaja Karang Taruna Desa Tropodo

yang berjumlah 25 orang.



**Gambar Peta lokasi Dampingan Desa Tropodo Kecamatan Krian**

Metode Pengabdian. Untuk mewujudkan kondisi subyek dampingan yang diharapkan maka metode pengabdian yang digunakan yaitu *Asset-Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ABCD yang digunakan dalam proses pendampingan di komunitas dibagi 3 bagian yaitu: (1) Persiapan dengan Langkah *Appreciative Inquiry* dan *Community Map*; (2) Penyuluhan dan FGD dengan langkah *Transectoral* dan *Institutional & Organizational Mapping*; (3) Demonstrasi dan Praktik dengan langkah *Individual Inventory Skill*, *Leaky Bucket* dan *Low Hanging Fruit* (Purwantiningsih, 2019; Green, 2018; McKnight, 2016; Kretzmann, 2016).

Adapun pihak-pihak yang terlibat (stakeholders) dan bentuk keterlibatannya adalah dalam kegiatan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo. Lembaga pemerintah daerah ini menjadi mitra utama dalam menunjang seluruh proses kegiatan pendampingan. Selama ini, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo, melalui program-program yang dilakukan telah melakukan pembinaan dan program-program penguatan kapasitas lainnya pada kelompok pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Keterlibatan Dinas Koperasi dan UMKM dan menindaklanjuti hasil penelitian dan pendampingan yang dilakukan oleh pengusul, selanjutnya dijadikan kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Sidoarjo untuk meningkatkan kesejahteraan subyek dampingan. Universitas Sunan Giri Surabaya yang terdiri dari Fakultas Agama Islam, Fakultas Teknik, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi sebagai mitra pelaksana utama dalam pendampingan karena ada kompetensi mulai dosen dan mahasiswa untuk melakukan pendampingan secara intensif. Universitas Negeri Surabaya (UNESA) Fakultas Teknik Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi. Dan kelompok UMKM Desa Tropodo sebagai mitra pelaksanaan *capacity building*.

Indikator Keberhasilan dan Metode Evaluasi. Indikator Keberhasilan program kerja dan Metode Evaluasi yang digunakan disajikan pada table berikut:

Indikator Keberhasilan		Metode Evaluasi	KMK*
Tahap	Aspek		
Persiapan	Meningkatnya pengetahuan potensi dan sumberdaya alam sebagai bahan pelatihan	Tanya Jawab	85%
Penyuluhan dan FGD	Meningkatnya pengetahuan jenis teknologi informasi	Tanya Jawab	85%
Demonstrasi dan Praktik	Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan media digital berbasis Canva	Observasi dan Penilaian Produk	85%
* KKM = Kriteria Minimal Keberhasilan			

Tabel Indikator Keberhasilan dan Metode Evaluasi (Rahim & Mokoginta, 2017)

## HASIL

Ada lima tahap yang harus dipersiapkan yaitu: 1) Tahap Persiapan, 2) Tahap Penyuluhan dan FGD, 3) Demonstrasi dan praktik, 4) Tahap Keberhasilan kegiatan.

1. Tahap persiapan, yang dilakukan adalah melaksanakan dua kegiatan yaitu *Appreciative Inquiry* dan *Community Map*.

a. *Appreciative Inquiry*, Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah mengidentifikasi potensi-potensi yang dimiliki oleh komunitas dampingan. Tim pengabdian mengawalinya dengan melakukan FGD dengan tokoh masyarakat, tokoh pemuda dan Kepala Desa Tropodo.



Gambar Pelaksanaan FGD Potensi-Potensi SDA

Hasil yang didapat dari kegiatan FGD tentang pengidentifikasi potensi-potensi sumber daya alam yang ada di lokasi dampingan dapat dirinci sebagai berikut: 1) Desa Tropodo merupakan salah satu tujuan para distributor tahu dan susu sapi dari lokal maupun luar kota, 2) Terdapat UMKM dan Bumdes “Bumi Asih” yang menjual produk Desa Tropodo, 3) Telah terbentuknya pengurus karang taruna yang aktif dalam peningkatan perekonomian Desa.

b. *Community Map*, Kegiatan pada tahap ini yakni dengan meningkatkan pengetahuan komunitas dampingan mengenai aset dan atau sumber daya alam dan potensi-potensi produk lokal yang terdapat di Desa Tropodo.

2. Tahap penyuluhan dan FGD. Tahap penyuluhan dan FGD yang dilakukan dengan melaksanakan dua kegiatan yaitu *Transectoral* dan *Institutional & Organizational Mapping*.
  - a. *Transectoral*, Kegiatan tahap transectoral yakni dengan mengenali hasil produk Desa Tropodo yang dapat dijadikan produk promosi Desa Tropodo.
  - b. *Institutional & Organizational Mapping*. Kegiatan pada tahapan ini adalah FGD tentang bagaimana mengembangkan kapasitas organisasi yang berawal dari mengalirnya kebutuhan untuk mengalami suatu hal, mengurangi ketidaktahuan dan ketidakpastian dalam hidup serta mengembangkan kemampuan yang dibutuhkan untuk beradaptasi menghadapi perubahan. Menurut Svanström, et al. (2008) Pengembangan kapasitas memiliki aktivitas tersendiri yang memungkinkan terjadinya pengembangan kapasitas pada sebuah sistem, organisasi, atau individu, di mana ada aktivitas tersebut terdiri atas beberapa fase umum. Adapun fase tersebut adalah: (1) Fase Persiapan; (2) Fase Analisis; (3) Fase Perencanaan; (4) Fase Implementasi; (5) Fase Evaluasi.
3. Tahap Demonstrasi dan praktik Pembuatan Media Digital, pada tahap ini yang dilakukan adalah melakukan pembuatan conten dan *copywriting* berbasis *Canva* yang dilakukan dengan melaksanakan tiga kegiatan yaitu *Individual Inventory Skill*, *Leaky Bucket* dan *Low Hanging Fruit*.
  - a. *Individual Inventory Skill*. Langkah yang dilakukan pada tahapan ini dimulai dari identifikasi produk Desa Tropodo dari semua Dusun. Dua bentuk kreativitas dari *Canva* yang direncanakan dalam pendampingan kali ini telah berhasil diselesaikan dengan baik. Berdasarkan observasi dan penilaian produk akhir, data menunjukkan bahwa 21 dari 25 peserta (84%) menunjukkan peningkatan keterampilan individu dalam menggunakan teknologi informasi, yang bermanfaat bagi mereka dan masyarakat di Desa Tropodo.



**Gambar Pelatihan Pengembangan Teknologi Informasi Berbasis *Canva* Metode Copywriting dan Desain Konten Media**

- b. *Leaky Bucket*. Pada tahapan ini yang dilakukan adalah diskusi dengan semua subjek dampingan dan pejabat pemerintah Desa Tropodo mengenai perhitungan harga modal produk yang akan dipasarkan serta pengembangannya. Hasil diskusi mengenai potensi nilai ekonomi dan strategi pemasaran yang didapat dari pendampingan kali ini di antaranya adalah:
  - 1) Konsumen, target pasar yang bisa dibidik adalah semua pengguna sosial media baik remaja maupun orang dewasa. Sehingga tidak menutup kemungkinan bisa menjalin kerja sama dengan pemerintah Desa lain yang menawarkan beragam jenis produk

Desa Tropodo dan menarik kepada seluruh masyarakat umum yang tersebar di seluruh Indonesia.

- 2) Strategi Pemasaran, untuk mendukung perkembangan bisnis yang dijalankan, pengrajin atau remaja karang taruna bisa menggunakan strategi pemasaran dan promosi dengan cara: (a) Membuka kios atau toko di Bumdes yang banyak dikunjungi wisatawan. (b) Memperluas jangkauan pasar dengan menjalin kerja sama atau menitipkan produk-produk unggulan di beberapa pusat penjualan suvenir, cinderamata, ataupun toko oleh-oleh yang dikunjungi para wisatawan. (c) Untuk meningkatkan nilai jual agar bisa melengkapinya dengan kemasan produk yang menarik. (d) Mengikuti berbagai macam kegiatan promosi misalnya mengikuti kegiatan pameran kerajinan, bazar UKM, dan lain sebagainya, dan 5) Mengembangkan teknologi Komunikasi untuk meningkatkan kreativitas peserta dampingan melalui *platform aplikasi Canva*.
- c. *Low Hanging Fruit*. Teknik terakhir dalam metode ini adalah menentukan keinginan komunitas bisa direalisasikan dengan menggunakan potensi atau aset komunitas itu sendiri, tahap ini dilakukan dengan memberi cara dan saran persiapan bagi masyarakat dampingan untuk memulai usahanya dengan cara:
- 1) Membekali diri dengan pengetahuan dan keahlian khusus dalam mengkreasikan platform teknologi inforamsi berbasis *Canva* menjadi konten promosi yang menarik. Pengrajin bisa mencari informasi tersebut melalui buku-buku cara mempromosikan secara digital atau browsing ide dan informasi tambahan melalui internet,
  - 2) Melakukan sortasi produk Desa Tropodo, agar kualitas produk yang dihasilkan juga terjamin mutunya,
  - 3) Menyediakan tempat khusus dalam menyediakan sumberdaya dalam mendesain platform yang akan digunakan sebagai promosi, serta menyediakan server supaya kegiatan bisa berjalan dengan mudah dan lancar tanpa terkendala oleh jaringan.



Gambar Hasil pelatihan pengembangan media menggunakan *Canva*

4. Tahap Keberhasilan kegiatan. Tahap keberhasilan pelatihan pengembangan teknologi informasi dengan melibatkan subjek dampingan yang berjumlah 25 orang dapat diukur dengan menggunakan indikator keberhasilan dan metode Evaluasi (Rahim & Mokoginta, 2017).

Tahap	Hasil penilaian	Nilai	
		Berhasil	Gagal
Persiapan	Seluruh subjek dampingan memahami potensi produk unggulan sebagai target yang bisa menambah perekonomian mereka.	100%	0%
Penyuluhan dan FGD	Seluruh subjek dampingan mampu menggunakan jenis platform yang terdapat di dalam aplikasi <i>Canva</i> untuk membuat konten promosi.	100%	0%
Demonstrasi dan Praktik	21 subjek dampingan berhasil dan sukses mengembangkan kreativitasnya dalam membuat konten promosi hingga menjadi flyer yang menarik, sedangkan sisanya berhalangan melanjutkan kegiatan dikarenakan keperluan keluarga	84%	16%

**Tabel Keberhasilan Kegiatan**

Tabel di atas menunjukkan hasil dari tiga tahap pelatihan yang diberikan kepada 25 peserta program pengembangan teknologi informasi menggunakan aplikasi *Canva*. Setiap tahap pelatihan memiliki tingkat keberhasilan yang berbeda-beda, yang tercermin dari persentase peserta yang berhasil menyelesaikan kegiatan.

1. Tahap Persiapan: Pada tahap ini, seluruh peserta (100%) memahami potensi produk unggulan sebagai target peningkatan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memahami konsep dasar dan tujuan pelatihan, yang sangat penting untuk memulai proses pengembangan produk berbasis teknologi informasi. Keberhasilan ini menunjukkan kemampuan mereka dalam memahami relevansi pelatihan dengan tujuan mereka (Chaskin, 2013).
2. Tahap Konseling dan FGD (*Forum Group Discussion*): Seluruh peserta (100%) mampu menggunakan berbagai platform dalam aplikasi *Canva* untuk membuat konten promosi. Hal ini menunjukkan bahwa peserta secara efektif memahami cara menggunakan perangkat yang telah dipelajari, dan langsung menerapkannya untuk membuat materi promosi. Tahap ini menunjukkan efektivitas program dalam membekali peserta dengan keterampilan praktis yang dapat langsung mereka terapkan (Wardhanie, 2020).
3. Tahap Demonstrasi dan Praktik: Mayoritas peserta (84%) berhasil mengembangkan kreativitas mereka dalam membuat konten promosi, termasuk flyer yang menarik. Namun, 16% peserta tidak dapat melanjutkan karena komitmen keluarga. Meskipun terdapat tantangan eksternal ini, sebagian besar peserta mampu mengembangkan keterampilan yang diinginkan. Tahap ini mencerminkan keberhasilan program dalam menumbuhkan kreativitas dan membekali peserta dengan alat yang diperlukan untuk menghasilkan materi promosi yang efektif (Ghalib, 2019).

## PEMBAHASAN

Pelatihan Pengembangan Media Informasi berbasis *Canva* untuk remaja Karang Taruna Desa Tropodo dirancang untuk mengubah potensi desa menjadi materi promosi yang menarik sehingga produk lokal lebih dikenal dan mampu meningkatkan penjualan. Kegiatan diawali dengan diskusi dan pemetaan aset desa agar semua pihak memahami kekuatan yang dimiliki, seperti jalur distribusi tahu dan susu, keberadaan UMKM serta BUMDes “Bumi Asih”, dan peran Karang Taruna yang aktif. Dari sini, arah kerja menjadi jelas: siapa melakukan apa, memanfaatkan sumber daya yang sudah ada, serta bagaimana berkolaborasi agar usaha lokal naik kelas. Hal ini sesuai dengan penelitian Ravaghi et al. (2023) yang menyatakan bahwa pemetaan aset/*need assessment* membantu program lebih tepat sasaran karena keputusan diambil berdasar data lokal.

Pada tahap penyuluhan, warga, pemuda, dan pemerintah desa menyamakan tujuan dan membagi peran lintas pihak. Langkah berikutnya adalah demonstrasi dan praktik menggunakan *Canva* untuk membuat konten promosi. Peserta mengenali produk unggulan di masing-masing dusun, lalu menerjemahkannya menjadi desain dan tulisan promosi sederhana yang mudah dipahami. Hasil di lapangan seluruh peserta memahami platform dan sebagian besar berhasil menghasilkan *flyer*/konten sejalan dengan riset yang menemukan pelatihan literasi digital dapat meningkatkan kemampuan menggunakan teknologi secara bermakna di wilayah pedesaan (Gogoi et al., 2025). Supaya promosi berdampak pada penjualan, konten yang konsisten di media sosial perlu dihubungkan dengan tujuan usaha: siapa audiensnya, pesan nilai apa, dan ajakan bertindak yang jelas (Bartoloni et al., 2024; Sharabati et al., 2024). Mereka juga belajar meninjau arus uang desa dengan pendekatan “leaky bucket” agar belanja dan nilai tambah lebih banyak terjadi di Tropodo, alat ini bersifat edukatif, membantu warga cepat melihat peluang serta memulai dari langkah paling mudah dan cepat seperti memperbaiki kemasan, membuat *flyer*, membuka kanal penjualan dasar, dan memanfaatkan media sosial. Hasilnya, seluruh peserta memahami penggunaan platform *Canva* dan mayoritas 84% berhasil menghasilkan konten promosi yang siap tayang, sementara sebagian kecil tidak melanjutkan karena urusan keluarga.

Dampak awal yang terlihat adalah meningkatnya kepercayaan diri remaja dalam memasarkan produk desa, munculnya konten promosi yang rapi dan menarik, serta terbukanya rencana pemasaran sederhana seperti menitipkan produk di BUMDes, bekerja sama dengan toko oleh-oleh, mengikuti bazar, dan menjaga konsistensi unggahan di media sosial. Agar manfaatnya berkelanjutan, kegiatan ini mendorong pembiasaan kerja bersama: remaja fokus pada pembuatan konten dan promosi, pelaku UMKM menjaga kualitas dan ketersediaan produk, sementara BUMDes menjadi simpul penjualan dan jejaring.

Pelatihan ini disarankan dilengkapi dengan kebiasaan evaluasi sederhana namun rutin. Desa dapat menyusun kalender konten bulanan agar unggahan terjadwal dan temanya fokus, lalu memantau hasil menggunakan data ringan seperti jumlah unggahan, jangkauan, pesan masuk, dan pesanan. Pertemuan singkat dua bulanan bisa digunakan untuk mengecek kebocoran biaya, menyesuaikan harga, dan menonjolkan produk yang paling diminati. Dengan cara ini, kemampuan membuat konten tidak berhenti di pelatihan saja, melainkan berubah menjadi praktik promosi yang konsisten dan terukur.

Secara keseluruhan, pelatihan *Canva* ini berhasil mengubah potensi menjadi aksi nyata. Remaja kini memiliki keterampilan membuat materi promosi yang menarik, memahami dasar-dasar pemasaran digital, dan mampu bekerja sama dengan UMKM serta BUMDes. Bila konsistensi pembuatan konten dijaga dan evaluasi sederhana dilakukan secara berkala, Desa Tropodo memiliki peluang kuat untuk memperkuat ekonomi kreatifnya secara bertahap dan berkelanjutan.

## **PENUTUP**

Program pelatihan manajemen jaringan di Desa Tropodo, yang terdiri dari empat tahap persiapan, penyuluhan, demonstrasi dan praktik, serta keberhasilan kegiatan terbukti sangat efektif dalam membekali pemuda setempat dengan keterampilan digital melalui platform *Canva*. Pada tahap persiapan, 100% peserta memahami potensi produk Tropodo untuk meningkatkan pendapatan mereka. Selama tahap konseling dan FGD, semua peserta berhasil menggunakan *Canva* untuk membuat konten promosi, yang menunjukkan keberhasilan program dalam mengajarkan keterampilan praktis. Pada tahap demonstrasi dan praktik, 84% peserta berhasil mengembangkan kreativitas mereka dalam membuat materi promosi, seperti selebaran, meskipun 16% tidak dapat melanjutkan karena komitmen keluarga. Pendekatan terstruktur program ini, termasuk pemetaan komunitas, pengembangan strategi pemasaran, dan kegiatan pengembangan keterampilan, telah memberdayakan peserta untuk berkontribusi pada ekonomi kreatif desa. Pelatihan ini telah memupuk kreativitas, meningkatkan keterampilan digital, dan membangun fondasi untuk pertumbuhan jangka panjang, yang pada akhirnya menguntungkan masyarakat dengan meningkatkan promosi produk dan pembangunan ekonomi.

Program pelatihan manajemen jaringan di Desa Tropodo terbukti efektif meningkatkan keterampilan digital dan kreativitas pemuda melalui penggunaan *Canva*, oleh karena itu, disarankan agar program ini dikembangkan menjadi model pelatihan berkelanjutan berbasis komunitas digital desa yang terintegrasi dengan ekosistem ekonomi lokal dan *marketplace*. Pemerintah daerah dan lembaga pendidikan perlu mendukung untuk memperkuat dampak ekonomi kreatif. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengevaluasi keberlanjutan peningkatan pendapatan dan kontribusi program terhadap transformasi ekonomi desa secara jangka panjang.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program pelatihan manajemen jaringan di Desa Tropodo. Ucapan terima kasih khusus kepada para pemuda Karang Taruna atas antusiasme, Pemerintah Desa Tropodo atas dukungan mereka, serta para tokoh masyarakat dan pemangku kepentingan yang berpartisipasi dalam diskusi kelompok terarah. Kami juga berterima kasih kepada para fasilitator ahli atas bimbingan dalam menggunakan *Canva* dan kepada lembaga kami atas dukungan finansial dan administratifnya. Upaya kolektif ini telah berperan penting dalam memberdayakan masyarakat dan memajukan ekonomi kreatif Desa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bartoloni, S & Ancillai, C (2024). Twenty years of social media marketing: A systematic review, integrative framework, and future research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 26(3), 435–457. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12360>.
- Chaskin (2013). Building Community Capacity: A Definitional Framework and Case Studies from a Comprehensive Community Initiative. <https://doi.org/10.1177/1078087413481080>.
- Ghalib (2019). The Impact of Conspicuous Consumption in social media on Purchasing Intentions, <https://doi.org/10.20491/isarder.2019.732>
- Green, G. P., & H. A. (2018). Asset Building and Community Development (4th ed.). *Sage Publications*.
- Gogoi, A., Manoranjini, M., & Gupta, M. (2025). Design and implementation of a digital literacy training programme: Findings of a quasi-experimental study from rural India. *PLOS Digital Health*, 4(4), e0000617. <https://doi.org/10.1371/journal.pdig.0000617>.
- Hinchcliff, M. (2023). Embedding Canva into the marketing classroom: A dialogic and social learning approach to classroom innovation. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*.
- Kretzmann, J. P., & M. J. L. (2016). The Asset-Based Community Development (ABCD) Approach: A Critical Review. *Journal of Community Practice*, 24(4).
- McKnight, J., & K. J. (2016). The Asset-Based Community Development Approach: A Practical Guide. *Community Development Journal*, 51(4), 403–419.
- Purwantiningisih, B. (2019). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan handycraft kulit kerang untuk meningkatkan perekonomian rumah tangga di Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo. *Soeropati, Journal of Community Service*, 8(2), 45–57.
- Purwantiningisih, B. (2017). Pengembangan Kreativitas Anak Asuh melalui Handycraft Panti Asuhan Al-Amin Geluran Taman Sidoarjo. *Engagement Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 65–76.
- Rahim S., & Mokoginta D. (2017). Pemberdayaan masyarakat melalui pemanfaatan kerajinan tangan dalam mengurangi limbah rumah tangga (sampah) di Kelurahan Tohupo Kecamatan Bongomeme Kabupaten Gorontalo. KKS Pengabdian Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Negeri Gorontalo.
- Ravaghi, H., Guisset, A-L., Elfeky, S., Nasir, N., Khani, S., Ahmadnezhad, E., & Abdi, Z. (2023). A scoping review of community health needs and assets assessment: Concepts, rationale, tools and uses. *BMC Health Services Research*, 23(1), 44. <https://doi.org/10.1186/s12913-022-08983-3>
- Sharabati, A.-A. A., et al. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs. *Sustainability*, 16(19), 8667.
- Svanström, M., Lozano-García, F. J., & Rowe, D. (2008). Learning outcomes for sustainable development in higher education. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 9(3), 339–351. <https://doi.org/10.1108/14676370810885925>
- Wardhanie, P., A., Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (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/10.37802/society.v2i1.170>