

PELATIHAN MENDESAIN BANNER MENGGUNAKAN TELEPON SELULER BAGI PELAKU UMKM DI RPTRA FLAMBOYAN MENTENG DALAM TEBET

Supriadi¹, Azka Leonardi², Sumiyati³

^{1,2,3} Fikom Universitas Sahid Jakarta

email: supriadihatta0706@gmail.com

Abstract

The Sahid University Jakarta community service team partnered with the management of the Flamboyan Child-Friendly Integrated Public Space (RPTRA) to hold banner design training using a cell phone with the Canva application. The aim of this community service is to provide knowledge and understanding about the importance of placing banners as promotional media, how to design banners and compose attractive and persuasive messages easily using a cell phone, so as to expand the culinary business market for women around this RPTRA. . This training activity was carried out in two stages, namely the first was providing material about the importance of making banners as a product promotion medium for women who operate micro-scale culinary businesses who live around the Flamboyan RPTRA. Second, practical assistance on how to design banners by the Fikom Usahid community service team, so that micro business women around the Flamboyan RPTRA, apart from understanding, can design banners and compose attractive messages, so that they can function as promotional media for their merchandise. After the evaluation was carried out, it could be stated that the training participants were very enthusiastic about participating in the training activities. Then, it can also be stated that the training in designing banners using cell phones was successful in increasing the knowledge and understanding of women who sell around the Flamboyan RPTRA. This is shown by the post test results being higher than the pretest results. Apart from that, at varying levels, training participants are able to design banners using cell phones, so that after the training the participants can design banners as promotional media for their merchandise, thereby increasing product sales.

Keywords: Training, Banners, Culinary business, Cell phone

Abstrak

Tim Pengabdian pada masyarakat Universitas Sahid Jakarta bermitra dengan pengelola Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Flamboyan menyelenggarakan pelatihan mendesain banner menggunakan telepon seluler dengan aplikasi Canva. Tujuan dilaksanakan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya pemasangan banner atau spanduk sebagai media promosi, cara mendesain banner dan menyusun pesan yang menarik dan persuasif dengan mudah menggunakan telepon seluler, sehingga dapat memperluas pasar usaha kuliner ibu-ibu sekitar RPTRA ini. Kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan dua tahap, yaitu pertama pemberian materi tentang pentingnya pembuatan banner sebagai media promosi produk bagi ibu-ibu pelaku usaha kuliner skala mikro yang bermukim di sekitar RPTRA Flamboyan. Kedua pendampingan praktek cara mendesain banner oleh tim pengabdian pada masyarakat Fikom Usahid, agar ibu-ibu usaha mikro sekitar RPTRA Flamboyan, selain memahami, tetapi dapat mendesain banner dan menyusun pesannya yang menarik, sehingga dapat berfungsi sebagai media promosi produk dagangannya. Setelah dilakukan evaluasi, dapat dikemukakan bahwa peserta pelatihan sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan. Kemudian, dapat dikemukakan juga bahwa pelatihan mendesain banner dengan menggunakan telepon seluler berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman ibu-ibu yang berjualan di sekitar RPTRA Flamboyan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil post test lebih tinggi dibandingkan dengan hasil pretest. Selain itu pada taraf yang bervariasi peserta pelatihan mampu mendesain banner dengan menggunakan telepon seluler, sehingga setelah pelatihan para peserta dapat mendesain banner sebagai media promosi produk dagangannya, sehingga akan meningkatkan penjualan produk.

Kata Kunci : Pelatihan, Banner, Usaha kuliner, Telepon seluler

PENDAHULUAN

Mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pengelola Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Flamboyan, dan ibu-ibu pelaku usaha kuliner skala mikro yang bermukim di sekitar

RPTRA Flamboyan, Kelurahan Menteng Dalam, Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan. Ibu-ibu warga sekitar RPTRA Flamboyan banyak yang memiliki usaha kuliner, seperti mie ayam, gorengan, bakso, pecel lele, warung nasi, dan juga katering.

Usaha yang dimiliki oleh ibu-ibu sekitar RPTRA Flamboyan adalah jenis usaha yang bersifat *home industry* atau usaha rumahan, dengan menggunakan modal usaha yang tidak besar. Karena modal yang terbatas, ibu-ibu ini pun membuka usaha kuliner dengan peralatan seadanya, termasuk juga tidak adanya pemasangan banner. Banyak ibu-ibu yang menjual dagangannya tanpa menggunakan banner. Selain minimnya modal, ibu-ibu pelaku usaha kuliner skala mikro di sekitar RPTRA Flamboyan juga kurang memiliki pemahaman tentang pentingnya penggunaan banner sebagai media promosi dagangan mereka.

Padahal, pemasangan banner dapat membantu ibu-ibu untuk mengembangkan usaha, dan menambah jumlah konsumen, sehingga dapat memperbesar keuntungan usaha kuliner mereka. Ibu-ibu beranggapan bahwa untuk mempromosikan, serta memperkenalkan usahanya kepada calon konsumen hanya cukup dengan dilakukan secara *word of mouth*, atau disampaikan secara lisan antar individu. Pemahaman ini dikarenakan adanya sudut pandang ibu-ibu yang menganggap bahwa calon konsumen mereka hanyalah orang sekitar rumah, yaitu tetangga, teman, dan saudara yang memang sudah mengetahui usaha kuliner yang dimiliki oleh ibu-ibu.

Ibu-ibu pelaku usaha kuliner skala mikro di sekitar RPTRA Flamboyan juga kurang memiliki kemampuan teknis dalam membuat desain banner. Banyak yang menganggap bahwa mendesain banner tidaklah mudah, dan membutuhkan keahlian khusus. Ibu-ibu tidak mengetahui bahwa mendesain banner juga dapat dilakukan hanya dengan menggunakan telepon seluler (ponsel).

Ibu-ibu pun belum memahami tentang cara menyusun pesan pada banner agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Kemampuan dalam memilih dan menyusun pesan promosi yang kreatif dan mampu mempersuasi konsumen agar mau membeli sajian kuliner, sangat dibutuhkan oleh ibu-ibu. Keahlian menyusun pesan kreatif perlu dilakukan agar banner atau spanduk berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi pemasaran usaha kuliner ibu-ibu.

Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana memberi pengetahuan dan pemahaman pada ibu-ibu pengelola kuliner di lingkungan RPTRA mengenai pentingnya banner atau spanduk dalam mempromosikan dagangannya, mendesain atau pembuatan banner dan penyusunan pesan yang menarik dan persuasif dengan menggunakan aplikasi *canva* pada telepon seluler (ponsel).

Tujuan dilaksanakan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya pemasangan banner atau spanduk sebagai media promosi, cara mendesain banner dan menyusun pesan yang menarik dan persuasif dengan mudah menggunakan telepon seluler, sehingga dapat memperluas pasar usaha kuliner ibu-ibu sekitar RPTRA ini.

Promosi adalah kegiatan komunikasi antara pemilik usaha dan konsumen atau calon konsumen sebagai usaha untuk memperingati konsumen dan calon konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan. Untuk menarik minat konsumen atau konsumen baru dalam memilih produk atau barang dagangan perlu dilakukan promosi melalui media. Salah satu bentuk media promosi adalah banner/spanduk. Media ini berfungsi efektif untuk menyampaikan informasi dan menarik perhatian agar jumlah konsumen bertambah. Dikatakan dalam Leonardi (2022:60), agar sajian kuliner dapat laris terjual, maka diperlukan cara-cara yang efektif dalam menawarkannya kepada calon konsumen. Hasil penelitian Muslim dan Qonita (2022) menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dan kuat antara spanduk dengan pengetahuan, sikap dan tindakan protokol kesehatan covid-19. Tentu saja disamping promosi, untuk menjaga loyalitas konsumen agar tetap membeli produk yang dijual, penjual harus menjaga harga, dan kualitas produk, serta kualitas pelayanan, sehingga kepuasan konsumen terjaga. Seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Roeisse Suhendra dan Pujiarti (2024), bahwa harga, kualitas produk serta kepuasan konsumen menentukan pada loyalitas konsumen.

Masyarakat mengakses media sosial dengan menggunakan telepon seluler, karena lebih praktis penggunaannya. Salah satu media promosi dalam meningkatkan penjualan adalah banner atau spanduk. Banner sebagai salah satu media iklan terdiri dari unsur gambar (ilustrasi dengan tangan atau foto) digabungkan dengan unsur tertulis (huruf-huruf, kata-kata, dan kalimat) yang dirangkai sedemikian rupa dengan tujuan untuk menarik atau memikat pembaca (Soewardikoen, dalam Rahman, 2018:251). Menurut Leonardi (2022:16), ponsel dapat dimanfaatkan sebagai media untuk mempertahankan keberlanjutan suatu usaha.

Bertempat di RPTRA Flamboyan, ibu-ibu pun akan diberikan pelatihan tentang pembuatan

banner untuk usaha. RPTRA Flamboyan adalah ruang terbuka umum yang didirikan oleh Pemprov DKI Jakarta, serta memiliki luas sekira 1.800 meter persegi, dan dilengkapi dengan fasilitas seperti ruang pelatihan, ruang pengelola, perpustakaan, taman bermain anak, lapangan futsal, taman, dan toilet.

Banner atau spanduk dagangan merupakan media komunikasi untuk mempromosikan dagangan kuliner ibu-ibu sekitar RPTRA Flamboyan. Melalui pemasangan banner atau spanduk, ibu-ibu dapat membuat pesan kreatif dengan tujuan untuk menarik minat calon konsumen. Sebaliknya, masyarakat sekitar RPTRA Flamboyan pun mendapat informasi tentang sajian kuliner yang dijual oleh ibu-ibu. Oleh sebab itu, perlu adanya pelatihan mendesain spanduk dagangan menggunakan telepon seluler agar usaha kuliner yang dilakukan oleh ibu-ibu dapat berkembang, mendapat keuntungan, dan tidak bangkrut.

Pemukiman sekitar RPTRA Flamboyan merupakan area strategis yang banyak terdapat calon konsumen potensial. Pada area ini terdapat beragam kelompok konsumen, mulai dari konsumen dewasa, remaja, hingga anak-anak. Maka untuk mempersuasi masyarakat sekitar RPTRA Flamboyan agar bersedia membeli dagangan kuliner ibu-ibu, diperlukan media promosi yang menarik konsumen atau calon konsumen. Untuk itulah diperlukan pelatihan mendesain banner usaha menggunakan telepon seluler.

METODE

Metode Pelaksanaan

Secara umum target luaran yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah agar ibu-ibu pelaku usaha mikro bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan mempunyai pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya pemasangan banner atau spanduk dagangan untuk meningkatkan jumlah konsumen, serta diharapkan munculnya kemampuan mendesain banner, serta mengolah pesan dalam banner. Adapun target secara khusus dapat dirinci yaitu ibu-ibu pelaku usaha mikro bidang kuliner mendapat beberapa jenis bimbingan teknis untuk:

- a. Tahap pertama, adalah pemahaman tentang pentingnya pemasangan banner usaha. Agar sajian kuliner rumahan laris terjual, maka diperlukan pemasangan banner usaha di sekitar rumah. Banner digunakan sebagai media komunikasi dalam mempromosikan usaha kuliner kepada konsumen. Banner usaha diperlukan agar dapat menarik pelanggan sehingga keuntungan penjualan pun meningkat.
- b. Tahap kedua, adalah pendampingan dalam mempraktekkan langsung bagaimana mendesain banner menggunakan telepon seluler dengan aplikasi Canva. Ibu-ibu pelaku usaha bidang kuliner dapat mengunduh aplikasi Canva secara mudah dan gratis menggunakan ponselnya masing-masing. Penggunaannya cukup mudah sebab terdiri dari berbagai fitur-fitur yang memungkinkan ibu-ibu untuk mendesain sendiri spanduknya sesuai dengan keinginan masing-masing.
- c. Tahap ketiga, adalah penguatan tentang teknis penyusunan pesan pada banner agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Perlunya kemampuan dalam memilih dan menyusun pesan promosi yang kreatif dan mampu mempersuasi konsumen agar mau membeli usaha kuliner ibu-ibu. Hal ini perlu dilakukan agar banner berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi pemasaran usaha kuliner ibu-ibu.

Metode Pendekatan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, dan kesepakatan antara tim pengusul dengan mitra, maka solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang ada dapat dilakukan dengan metode pendekatan sebagai berikut:

1. Tahap 1, Proses Konsolidasi Dengan Mitra

Proses ini dilakukan dengan mendatangi mitra untuk diwawancara, yakni pengelola RPTRA Flamboyan. Tahap ini dimaksudkan agar dapat memiliki pengetahuan mendalam mengenai profil ibu-ibu pelaku usaha kuliner skala mikro, permasalahan yang dihadapi, serta penentuan waktu kegiatan.

2. Tahap 2, Pemberian Bimbingan Teknis

Proses ini dilakukan dengan diawali oleh pre-test. Melalui pre-test ini nantinya akan dapat diketahui sejauhmana kemampuan ibu-ibu pelaku usaha kuliner skala mikro dalam membuat banner menggunakan aplikasi Canva. Setelah itu dilakukanlah bimbingan teknis dalam bentuk ceramah, dan simulasi. Pada sesi ini menggunakan media audio visual agar lebih meningkatkan pemahaman tentang teknis penggunaan aplikasi Canva pada HP, sehingga ibu-ibu pelaku usaha mikro bidang kuliner dapat mendesain banner usahanya secara kreatif. Setelah itu dilakukanlah post-test untuk melihat

sejauhmana hasil bimbingan teknis yang telah dilakukan kepada ibu-ibu pelaku usaha.

3. Tahap 3, Proses evaluasi

Proses ini dilakukan untuk menganalisis sejauhmana keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan. Pada tahap ini dilakukanlah pembuatan laporan kegiatan, serta pembuatan artikel guna dipersiapkan untuk publikasi jurnal.

Dalam upaya mewujudkan rencana kegiatan tersebut pihak pengusul harus mendapat dukungan baik secara moril maupun materiil. Pada kegiatan ini, mitra RPTRA Flamboyan turut mendukung dalam penyediaan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dan mempunyai komitmen yang tinggi untuk mendukung keberhasilan program ini sehingga kegiatan ini menjadi program yang berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang Pelatihan Mendesain Banner Menggunakan Telepon Seluler Dengan Aplikasi Canva Bagi Ibu-Ibu Pelaku UMKM Bidang Kuliner di RPTRA Flamboyan Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan dilaksanakan melalui pembiayaan, dengan kegiatan, dan target luaran yang telah disepakati.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan abdimas dilakukan dengan koordinasi antara pelaksana dan mitra, yaitu pengelola RPTRA Flamboyan. Tujuannya agar pelaksanaan kegiatan dapat memperoleh hasil yang sesuai dengan kondisi di lapangan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Pertemuan pelaksana dengan mitra
2. Pemaparan kondisi sosial
3. Pemaparan usulan-usulan dari pelaksana

Dari pemaparan kondisi sosial, maka diperoleh informasi-informasi sebagai berikut:

1. Ibu-ibu pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan kurang memahami pentingnya penggunaan *banner* sebagai media untuk memasarkan dagangan kepada calon pembeli. Ibu-ibu mempromosikan usahanya menggunakan *word of mouth*, atau disampaikan secara lisan kepada orang-orang disekitarnya.
2. Ibu-ibu pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan kurang memiliki kemampuan teknis dalam membuat desain banner. Ibu-ibu tidak mengetahui bahwa mendesain banner juga dapat dilakukan hanya dengan menggunakan telepon seluler (ponsel).
3. Ibu-ibu pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan kurang memiliki pengetahuan tentang cara menyusun pesan pada banner agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Keahlian menyusun pesan kreatif perlu dimiliki agar spanduk berfungsi secara efektif dalam mempersuasi calon konsumen.

Setelah mengetahui bagaimana kondisi sosial yang terjadi, maka paparan usulan dari pelaksana adalah sebagai berikut:

1. Ibu-ibu pemilik UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan kurang memahami bahwa peningkatan jumlah konsumen tidak hanya didapat dari kualitas menu yang disajikan, seperti kelezatan masakan, dan kuantitas semisal ukuran porsi masakan yang dihidangkan, tetapi juga diperoleh dari banner yang dipasang sebagai bentuk komunikasi persuasif kepada calon konsumen agar mau membeli dagangan yang diujakan. Sehingga diperlukan adanya pemberian pemahaman kepada ibu-ibu agar bersedia memasang *banner* di sekitar tempat usahanya, guna menarik minat calon konsumen datang membeli.
2. Ibu-ibu pelaku UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan menganggap bahwa kegiatan mendesain banner memerlukan keahlian khusus, dan tidaklah mudah. Ibu-ibu kurang memiliki kemampuan teknis dalam mendesain banner. Ibu-ibu tidak mengetahui bahwa mendesain banner juga dapat dilakukan melalui penggunaan telepon seluler (ponsel). Menurut Susanto *et al* (2018:579), membuat banner tidak hanya dapat dilakukan oleh laki-laki, tetapi perempuan juga bisa melakukannya. Sehingga diusulkan untuk melakukan kegiatan pelatihan dalam rangka meningkatkan kemampuan ibu-ibu mendesain banner menggunakan ponsel melalui aplikasi Canva.
3. Ibu-ibu juga belum memahami tentang cara menyusun pesan pada banner agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli. Kemampuan dalam memilih dan menyusun pesan promosi yang kreatif dan mampu mempersuasi konsumen agar mau membeli sajian kuliner, sangat dibutuhkan oleh ibu-ibu. Keahlian menyusun pesan kreatif perlu dimiliki agar banner berfungsi secara efektif sebagai media promosi usaha kuliner ibu-ibu. Oleh karena itu diperlukan upaya untuk mengadakan pendampingan guna menambah kemampuan ibu-ibu dalam membuat pesan kreatif pada banner,

sehingga mampu menimbulkan minat beli calon konsumen.



Gambar 1. Pertemuan PKM Dengan Mitra

Pelatihan dilakukan guna memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada ibu-ibu pemilik UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan sebanyak lebih kurang 25 orang, tentang perlunya penggunaan *banner* agar mampu menarik minat calon konsumen untuk membeli sajian kuliner yang dijual. Pelatihan diberikan dengan pemaparan materi, diskusi yang disertai tanya jawab, serta praktik langsung pendampingan cara mendesain spanduk menggunakan aplikasi Canva, dan menyusun pesan yang efektif pada *banner*.

Kegiatan pelatihan pada tahap pertama dilakukan dengan ceramah pemberian pemahaman tentang betapa pentingnya penggunaan *banner* sebagai media promosi produk-produk kuliner yang dijual oleh UMKM milik ibu-ibu di sekitar RPTRA. Sebagaimana diketahui bahwa kebanyakan ibu-ibu belum memakai *banner* pada kegiatan usahanya, hanya menggunakan *word of mouth*, atau disampaikan secara lisan kepada orang sekitar rumah, semisal tetangga, teman, dan saudara. Ibu-ibu merasa pemasangan *banner* tidaklah bermanfaat untuk kegiatan usahanya, dengan biaya pembuatan yang mahal, ditambah ketidaktahuan bagaimana cara mendesainnya, serta tidak bisa menyusun kata-kata yang tepat untuk digunakan pada *banner*.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh ibu-ibu maka dilakukanlah kegiatan diskusi disertai dengan tanya jawab, dimana Tim Abdimas Fikom Usahid berupaya memberikan pemahaman kepada ibu-ibu bahwa pemasangan *banner* adalah termasuk ke dalam bentuk komunikasi pemasaran yang memang diperlukan untuk menginformasikan berbagai menu sajian apa saja yang dijual, serta promosi-promosi yang diberikan untuk menarik minat beli calonkonsumen.

Kotler dan Keller (2012) dalam Permana (2017:117), menjelaskan bahwa faktor promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Antusiasme ibu-ibu pun terlihat dari interaksi tanya jawab yang berlangsung dengan tim abdimas. Jawaban yang lugas, dan persuasif juga turut membentuk keberlangsungan situasi komunikasi yang efektif pada kegiatan ini. Sehingga minat ibu-ibu pada *banner* pun diketahui mulai muncul untuk mencoba penggunaan *banner* sebagai media promosi usahanya.



Gambar 2. Tim Abdimas Fikom Usahid memberi materi kepada peserta.

Banner dibutuhkan sebagai media promosi yang dapat membantu untuk menginformasikan, dan mempersuasi sasaran yang dituju. Media promosi cetak yang baik dapat membantu penyampaian

informasi dan menarik minat bagi yang melihatnya. Membuat spanduk tidak hanya dapat dilakukan oleh laki-laki, tetapi perempuan juga bisa melakukannya. Selain itu manfaat lain jika ibu-ibu mampu membuat media promosi secara mandiri, akan membantu penghematan dana (Susanto *et al.*, 2018:579).

Tabel 3. Susunan acara Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Tim Abdimas Fikom Usahid.

	WAKTU	TOPIK	PEMBICARA
	9.30 - 10.00	Registrasi peserta, dan pre test	Panitia
	10.00 - 10.05	Pembukaan acara	MC
	10.05 - 10.20	Sambutan oleh mitra	Perwakilan Kelurahan & PKK
	10.20 – 10.50	Perkenalan dan Pengantar dari Fikom Usahid	Perwakilan Fikom Usahid
	11.00 - 12.00	Kegiatan Pelatihan Mendesain Banner Menggunakan Ponsel Dengan Aplikasi Canva	Tim dosen & Mahasiswa
	12.00-12.15	Penutupan, dan post test	Perwakilan Fikom Usahid

Pada tahap kedua, kegiatan dilanjutkan dengan pemberian pelatihan tentang cara-cara mendesain *banner* dengan menggunakan aplikasi Canva melalui ponsel. Ibu-ibu diharapkan memiliki kemampuan teknis dalam memadukan gambar, warna, jenis dan ukuran huruf, serta pesanyang menarik dan informatif dalam sebuah desain spanduk. Hal ini dimaksudkan agar calon konsumen tertarik untuk datang dan membeli jajanan yang disajikan, sehingga masakan lebih cepathabis terjual.

Canva merupakan program *design online* yang menyediakan berbagai alat editing untuk membuat berbagai desain grafis, desain grids, mudah dipahami, meskipun masih pemula (Wardhanie, dalam Nurhayaty *et al.*, 2022:70). 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 flyer. 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. (Nurhayaty *et al.*, 2022:71).

Untuk menggunakan aplikasi canva, pertama kali yang perlu dilakukan oleh ibu-ibu adalah mengunduh aplikasi pada ponselnya masing-masing dengan menggunakan *google playstore*. Setelah diunduh, ibu-ibu pun mulai dipandu bagaimana cara penggunaan Canva melalui visualisasi menggunakan LCD sekaligus didampingi oleh para mahasiswa di sampingnya bagi ibu-ibu yang kesulitan, dan membutuhkan penjelasan lebih mendetail. Ibu-ibu pada awalnya terlihat kesulitan dalam mempraktikkan materi yang diberikan, namun dengan adanya pendampingan dari mahasiswa, ibu-ibu menjadi mulai memahami untuk mendesain *banner* menggunakan aplikasi Canva.

Proses yang dianggap tidak mudah oleh ibu-ibu dalam menggunakan Canva adalah cara memasukkan foto produk kuliner masing-masing ke dalam desain *banner*. Pada saat memasukan foto ke Canva seharusnya memakai “bingkai” agar sesuai, tetapi ibu-ibu ternyata memasukan fotonya secara asal-asalan sehingga hasil akhir fotonya menjadi tidak sesuai.

Selain itu, ibu-ibu juga kesulitan dalam menyusun pesan yang menarik agar mampu menarik minat calon konsumennya. Secara teknis, ibu-ibu tidak bisa mengedit tulisan versi mereka sendiri, karena menganggap prosesnya terlalu rumit. Ibu-ibu lebih suka mempraktikkan sesuai *template* yang sudah tersedia pada aplikasi Canva. Sehingga Tim Abdimas Fikom Usahid pun mendampingi, dan mengajarkan secara mendetail tahapan demi tahapan penggunaan aplikasi Canva kepada ibu-ibu.

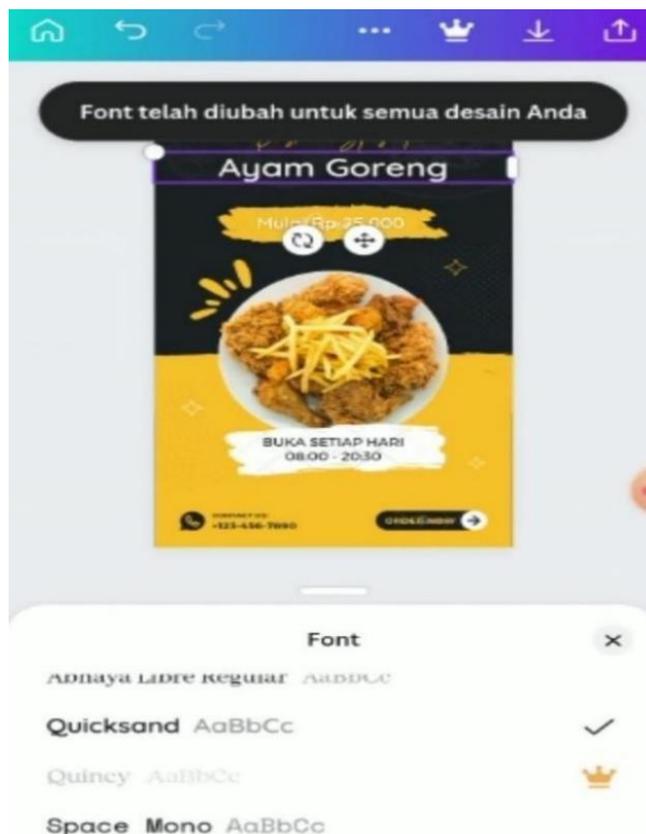


Gambar 5. Tampilan aplikasi Canva.



Gambar 6. Mahasiswa mendampingi peserta mendesain banner dengan ponsel.

Pada tahap ketiga, dilakukanlah pelatihan mengenai cara-cara penyusunan pesan yang menarik pada *banner*. Diketahui bahwa ibu-ibu belum memahami bagaimana pesan persuasif yang sebaiknya digunakan pada *banner*. Sehingga Tim Abdimas Fikom Usahid memberi pemahaman bahwa perlunya ibu-ibu memasukan promosi-promosi ke dalam desain *banner*. Promosi-promosi yang diberikan bisa semisal potongan harga, bonus tambahan produk, dan lain sebagainya. Selain promosi, keunggulan produk juga bisa ditampilkan dalam *banner*. Keunggulan produk bisa berupa jenis masakan yang jarang ditemui, kelezatan rasa masakan, hingga nama masakan yang unik serta menarik, dan lain-lain.



Gambar 7. Bentuk pesan pada desain banner

Tahap terakhir dilakukanlah evaluasi terhadap pelatihan, dan pendampingan yang telah diberikan oleh tim abdimas Fikom Usahid kepada ibu-ibu pemilik UMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan, yakni tentang bagaimana mendesain *banner*, dan menyusun pesan *banner* dengan ponsel menggunakan aplikasi Canva. Dari hasil evaluasi diketahui bahwa ibu-ibu antusias terhadap materi yang diberikan dan antusiasme ibu-ibu semakin bertambah pada pemberian materi-materi berikutnya, terutama tentang cara mendesain *banner* menggunakan aplikasi Canva.

Foto 8. Daftar Pertanyaan Pre Test, Post Test

No.	Pertanyaan
1.	Apakah Ibu sudah mengetahui bahwa banner merupakan media promosi bagi sebuah produk/jasa yang akan ibu jual?
2.	Apakah Ibu sudah mengetahui cara mendesain banner yang menarik bagi calon konsumen?
3.	Apakah ibu sudah mengetahui bahwa dengan menggunakan <i>handphone</i> ibu dapat membuat/mendesain banner yang menarik?
4.	Apakah Ibu sudah mengetahui bahwa aplikasi <i>canva</i> dapat digunakan untuk membuat spanduk di <i>Handphone</i> ?
5.	Apakah Ibu sudh memahami cara mendesain spanduk dengan menggunakan aplikasi canva di <i>handphone</i> ?
6.	Dalam membuat spanduk yang menarik yang harus diperhatikan adalah masalah:
7.	Ukuran spanduk disesuaikan dengan :
8.	Dalam hal memilih foto atau gambar yang akan dimuat dalam spanduk barang dagangan adalah:
9.	Bentuk huruf atau font dalam mendesain spanduk barang dagangan sebaiknya :
10.	Mengenai tahap-tahap dalam mendesain spanduk dengan menggunakan aplikasi canva di <i>handphone</i> :

Pada saat pengabdian masyarakat terdapat 17 orang peserta yang mengisi kuisisioner *pre test*, dan *post test*. *Pre test* dilakukan sebelum pemberian materi tentang pembuatan *banner* menggunakan ponsel dengan aplikasi Canva dilakukan, sedangkan *post test* dilakukan setelah materi diberikan kepada peserta. Hasilnya, Dari hasil *pre test* dan *post test* diketahui bahwa terjadi peningkatan pengetahuan tentang pembuatan *banner* menggunakan aplikasi Canva. Diketahui bahwa skor peserta kegiatan meningkat sebanyak 107 poin, sehingga diketahui bahwa peningkatan pengetahuan peserta kegiatan meningkat sebesar 39%. Namun, terdapat 2 peserta yang memiliki skor tetap, sehingga dapat dijelaskan bahwa mereka tidak mengalami peningkatan pengetahuan setelah dilakukan pengabdian masyarakat.

Gambar 9. Hasil Pre Test, Post Test

HASIL PRE TEST, POST TEST
Kuisisioner skor min = 6 Kuisisioner skor max = 30
Skor Pre Test = 308 Rata-rata = 18,12 Skor terendah = 11 Skor tertinggi = 26
Skor Post Test = 505 Rata-rata = 23,82 Skor terendah = 19 Skor tertinggi = 30
Catatan:

Terdapat 2 peserta yang memiliki skor tetap, sehingga dapat dijelaskan tidak mengalami peningkatan pengetahuan.

SIMPULAN

Dari pelatihan, dan pendampingan yang telah dilakukan adalah, ibu-ibu pemilikUMKM bidang kuliner di sekitar RPTRA Flamboyan menerima dengan antusias, dan senang hati kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang pelatihan menyusun pesan pada *banner*, dan mendesain *banner* oleh Tim Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid. Ibu-ibu jadi memahami bahwa pemasangan *banner* bermanfaat untuk mempersuasi calon konsumen agar mau datang untuk membeli sajian kuliner yang dijual. Ibu-ibu juga banyak mendapat pengetahuan baru tentang cara mendesain *banner* hanya dengan menggunakan ponsel, sehingga lebih hemat biaya. Selain itu, kemampuan ibu-ibu juga bertambah dalam menyusun pesan persuasif pada *banner*. Sehingga diharapkan setelah kegiatan pelatihan serta pendampingan ini keuntungan usaha UMKM bidang kuliner milik ibu-ibu di sekitar RPTRA Flamboyan semakin bertambah.



Foto 10. Tim Abdimas Fikom Usahid dan ibu-ibu pemilik UMKM bidang kuliner

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada masyarakat Universitas Sahid Jakarta (LPPM-Usahid Jakarta) atas bantuan biaya yang diberikan, sehingga pengabdian pada masyarakat ini bisa terlaksana dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Leonardi, Aska. Sumiyati. Tanjung. 2022. Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Digital Bagi Pengusaha Kuliner Sate Soto Khas Suramadu Haji Saih Kelurahan Tanjung Duren Selatan, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Barat. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, E- ISSN: 2620-942X. Vol. 5, No. 1, 2022, Hal. 15-20. <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/kewirausahaan/article/view/834>.
- Leonardi, Aska. Sumiyati. Rahayunianto, Arry. 2022. Penguatan *Personal Selling* Bagi Pemilik dan Pegawai Warung Tegal Kharisma di Tebet Barat, Tebet, Jakarta Selatan. *Berdaya: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, e-ISSN: 2721-6381. Vol. 4, No. 2 Aug. 2022, pp. 55-64. <https://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/BERDAYA/article/view/654>.
- Nurhayaty, Ety. Marginingsih, Ratnawaty. Susilowati, Isnurrini Hidayat. Pramularso, Eigis Yani. 2022. Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI*. E-ISSN: 2614-6711. Vol. 5 No. 1 Februari 2022 Hal. 69-77. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>.
- Permana, Dony Indra. 2017. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. E- ISSN: 25274635. Volume 2 Nomor 1 April 2017: 116-123. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa>.
- Rahman, Nadya Nur. Utami, Rahayu Sri. Raden, Agung Zainal Muttakin. 2018. Analisis Tipografi Pada Spanduk Pemasaran Perumahan. *Jurnal Desain*. E-ISSN: 2339-0115. Vol. 05 No. 03, Mei-

- Agustus 2018 hal 250-257.
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/2572.
- Muslim dan Qonita, Hubungan Spanduk Edukasi dengan Kesadaran Warga Tentang Covid- 19 (Kasus: Wilayah Kedung Waringin Kota Bogor), Jurnal Media, Bahasa, Sastra, Budaya Wahana, Vol.28, No. 1, Tahun 2022.
- Suhendra, Roeisse, Pujiarti, 2024, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, EMABI : Ekonomi Dan Manajemen Bisnis - Vol. 3. No. 1 (2024) (Studi Kasus Pada PT Prapat Tunggal Cipta)
- Susanto, Teguh Tri. Kusnadi, Eddy. Retno, Laurensia. 2018. Penggunaan Spanduk dan Brosur Sebagai Bahan Penunjang Media Publikasi Kegiatan (Studi Pada Ibu-Ibu Pengurus Yayasan Uswatun Hasanah, Pancoran Mas Depok Jawa Barat). Jurnal Abdimas BSI. E-ISSN: 2614- 6711. Vol. 1 No. 3 Agustus 2018, Hal. 576-584.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/4168>.

