

APLIKASI DESAIN GRAFIS UNTUK PENGEMBANGAN KONTEN PROMOSI PRODUKSI PENGRAJIN ANYAMAN PURUN DESA BURAI

Anita Desiani^{1*}, Erwin², Yuli Andriani³, Sri Indra Maiyanti⁴, Adi Muzakir⁵, Ananda Pratiwi⁶,
Andika Cristian Lubis⁷, Puspa Sari⁸

^{1,3,4,5,6,7,8} Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pegetahuan Alam,
Universitas Sriwijaya

² Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya

*anita_desiani@unsri.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 04 Mei 2023

Disetujui : 25 September 2023

Kata Kunci :

Anyaman Purun, Aplikasi Grafis,
Desa Burai.

ABSTRAK

Desa Burai terletak di Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan memiliki kerajinan anyaman purun sebagai ciri khasnya. Perempuan Desa Burai membuat kerajinan tangan berbahan purun dengan cara yang manual untuk mengisi waktu luang mereka. Hasil anyaman purun di Desa Burai biasanya dijual secara langsung atau dengan menerima permintaan dari orang-orang yang berkunjung ke Desa Burai sehingga anyaman purun yang dibuat dari Desa Burai hanya dikenal oleh mereka yang berada dan berkunjung di daerah itu saja. Keterbatasan pemasaran ini diakibatkan oleh pengetahuan masyarakat yang sangat kurang terkait strategi pemasaran serta pengetahuan teknologi dalam pemasaran produk yang dijual. Diperlukan adanya pemberdayaan pengrajin anyaman purun melalui pemanfaatan aplikasi desain grafis guna meningkatkan pemasaran dan jual beli anyaman purun di Desa Burai. Tahapan dalam kegiatan ini ialah survei, persiapan kegiatan, penyampaian materi dan evaluasi kegiatan. Setelah dilaksanakannya kegiatan ini, para peserta telah cukup memahami cara menggunakan aplikasi tersebut yang mana dapat dilihat dari peningkatan hasil nilai pengetahuan *pre-test* dan *post-test* yang telah dikerjakan peserta. Dan diharapkan pula dapat diterapkan dalam skala yang berkelanjutan.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 04 Mei 2023

Accepted : 25 September 2023

Keywords:

Woven Purun, Graphics
Application, Burai Village,
Craftsmen, marketing

ABSTRACT

Burai Village is located in Tanjung Batu District, Ogan Ilir Regency, South Sumatra has woven purun crafts as its characteristic. Burai Village women make handicrafts made from purun in a manual way to fill their free time. The results of woven purun in Burai Village are usually sold directly or by receiving requests from people who visit Burai Village so that the woven purun made from Burai Village is only known by those who are and visit in the area. This marketing limitation is caused by the lack of public knowledge related to marketing strategies and technological knowledge in marketing the products sold. It is necessary to empower purun woven craftsmen through the use of graphic design applications to increase marketing and buying and selling of purun woven in Burai Village. The stages in this activity are surveys, preparation of activities, delivery of materials and evaluation of activities. After the implementation of this activity, the participants have sufficiently understood how

to use the application which can be seen from the increase in the results of the pre-test and post-test knowledge scores that the participants have done. And it is also expected to be implemented on a sustainable scale.

1. PENDAHULUAN

Sumatra Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki luas daerah sebesar 91.592 km² atau provinsi terluas ke-6 di Indonesia (4,78% dari luas Indonesia). Sumatra Selatan memiliki populasi yaitu sebanyak 8.467.432 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021). Secara administratif Sumatra Selatan terdiri dari 13 Pemerintah Kabupaten dan 4 Pemerintah Kota, dengan Palembang sebagai ibu kota provinsi. Pemerintah kabupaten dan kota membawahi pemerintah kecamatan dan desa atau kelurahan. Salah satu kabupaten yang terletak di provinsi Sumatra Selatan adalah Kabupaten Ogan Ilir (OI) yang terletak pada jalur lintas timur Sumatra dan pusat pemerintahannya terletak kurang lebih 35 km dari Kota Palembang. Kabupaten Ogan Ilir terdapat beberapa kecamatan, salah satunya yaitu Kecamatan Tanjung Batu yang terdiri dari 19 desa dan 2 kelurahan. Salah satu desa yang terdapat dalam kecamatan tersebut adalah Desa Burai dengan luas wilayah mencapai sekitar kurang lebih 11.000 Hektar. Tercatat sebanyak 476 Kartu Keluarga dengan 1.716 jiwa yang terdiri dari 950 laki-laki dan 766 perempuan yang tersebar dalam 6 wilayah dusun yang mendiami Desa Burai (Cundari *et al.*, 2019)

Di sisi timur Desa Burai berbatasan dengan Desa Tanjung Sejaro, di sisi barat berbatasan dengan Desa Sentul, dan di sisi selatan berbatasan dengan Kelurahan Tanjung Batu serta di sisi utara berbatasan dengan Desa Tanjung Baru (Harnani *et al.*, 2020). Desa Burai berjarak sekitar 13 km dari pusat Kecamatan Tanjung Batu yang dapat ditempuh dengan waktu 29 menit melalui jalan darat. Jika dari Kampus Indralaya Universitas Sriwijaya, lokasi Desa Burai yang berada di sebelah selatan dapat dijangkau dengan estimasi menggunakan roda empat sekitar 55 menit dengan jarak sekitar 31 Km.

Desa Burai dikelilingi oleh sungai dan rawa yang terkandung banyak sekali tumbuhan serta hewan yang bertempat tinggal. Pengelolaan potensi desa beserta pengembangannya menjadikan Desa Burai menjadi desa wisata

yang unggul dan mampu menjadi daya tarik wisatawan. Pengelolaan serta pengembangan ini dapat meningkatkan kesempatan untuk menambah pendapatan masyarakat desa burai.

Desa Burai dikenal sebagai kampung warna-warni karenad sebagian besar rumah-rumah penduduk di desa tersebut memiliki warna cat yang bervariasi sehingga terlihat sangat menarik. Beberapa objek wisata di kampung warna-warni yang memiliki daya tarik yang tinggi bagi pengunjung antara lain yaitu wisata air, kain tenun, kerajinan tangan, dan keindahan alam (Maharani and Kom, 2022). Desa Burai juga memiliki danau yang dapat diakses oleh masyarakat umum dengan menyewa kapal kecil atau perahu yang telah dibuat dan disediakan oleh masyarakat setempat dengan harga yang cukup terjangkau oleh kantong masyarakat umum sehingga pengunjung yang ingin menelusuri danau dapat menyewa kapal milik desa tersebut dengan harga sepuluh ribu rupiah per orang.

Sebagian besar masyarakat Desa Burai berprofesi sebagai petani, nelayan, serta pengrajin songket dan anyaman purun (Detmuliati, 2021). Hal ini membuat Desa Burai terkenal akan kerajinan purun sebagai ciri khas desanya. Perempuan Desa Burai membuat kerajinan tangan berbahan purun untuk mengisi waktu luang mereka. Purun merupakan tumbuhan yang sering dianggap gulma dan dapat dijumpai pada wilayah yang tergenang air, di tepi sungai, rawa-rawa dan tanah yang masam. Tumbuhan ini tidak bercabang dan besarnya berdiameter 0,15 sampai 0,50 cm dengan panjang berkisar antara 50 cm sampai dengan 200 cm. Penyebarannya cukup luas antara lain tersebar di Tiongkok, Thailand, dan Indonesia. Di Desa Burai tanaman purun banyak dijumpai dan tumbuh liar di dekat air tawar atau rawa gambut. Masyarakat Desa Burai memanfaatkan potensi tanaman purun tersebut menjadi kerajinan-kerajinan tangan seperti tas, tikar, sandal, topi, kotak tisu, dan produk lainnya. Dalam membuat kerajinan tangan ini masyarakat Desa Burai tidak terikat oleh kontrak atau perjanjian kerja sehingga pekerjaan ini dapat

dilakukan kapan saja dan dapat dikerjakan di rumah mereka masing-masing. Produksi kerajinan anyaman purun yang dilakukan oleh masyarakat Desa Burai masih bersifat alami dengan menggunakan cara yang manual tanpa bantuan mesin.

Hasil anyaman purun di Desa Burai biasanya dijual secara langsung atau dengan menerima permintaan dari orang-orang yang berkunjung ke Desa Burai sehingga anyaman purun yang dibuat dari Desa Burai hanya dikenal oleh mereka yang berada dan berkunjung di daerah itu saja. Keterbatasan pemesanan ini disebabkan oleh kurangnya pendidikan para pengrajin purun di Desa Burai dalam hal penjualan *online* dan hanya sedikit saja yang berpendidikan tinggi sehingga ini menjadi alasan mengapa pengrajin anyaman purun dari Desa Burai ini belum mendapatkan keuntungan yang maksimal. Untuk mengatasi ketidakmampuan atau kekurangan pendidikan di Desa Burai dalam hal penjualan *online* ini dan berdasarkan keluhan masyarakat yang ingin berjualan *online* tapi tidak mampu untuk melaksanakannya maka dari itu tim pengabdian Universitas Sriwijaya membantu para pengrajin purun di Desa Burai untuk memulai langkah dalam penjualan *online*. Desa burai memiliki kesempatan untuk menjadi desa wisata yang unggul dan menarik bagi wisatawan jika dilakukan pengelolaan dan pengembangan yang tepat terhadap potensi yang dimiliki. Namun, pengembangan wisata desa harus tetap memperhatikan beberapa aspek seperti kelestarian adat dan budaya, keasrian lingkungan, dan dapat memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat di Desa Burai itu sendiri (Kartika, Lisnini and Alhadi, 2020).

Perkembangan teknologi di era modern yang semakin pesat dewasa ini telah banyak memberikan manfaat dalam kemajuan di berbagai aspek kehidupan manusia (Bakri *et al.*, 2021). Perkembangan teknologi yang semakin pesat tersebut dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan terutama dalam kegiatan berbisnis salah satunya yaitu sebagai media informasi dan pemasaran (Wati, Martha and Indrawati, 2020). Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat berbagai kalangan dalam dunia bisnis harus mampu memanfaatkan media pemasaran berbasis teknologi sehingga informasi produk akan lebih cepat sampai pada konsumen (Wati,

Martha and Indrawati, 2020). Saat ini, media sosial semakin banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu media promosi (Rara, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peranan penting dalam strategi promosi yang digunakan baik untuk usaha kecil maupun besar (Gani and Basalamah, 2019). Di samping itu, strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan suatu produk demi terjangkanya lebih banyak konsumen (Desiani *et al.*, 2021). Promosi dengan menggunakan media sosial tidak terlepas dari konten yang diunggah pada media sosial yang digunakan sesuai dengan tujuan dari promosi yang dilakukan (Darmastuti *et al.*, 2021). Konten yang diunggah pada media sosial haruslah konten yang menarik sehingga dapat menarik perhatian pelanggan di mana hal tersebut dapat mencapai tujuan dilakukannya promosi (Ahmad, Musa and Harun, 2016).

Pembuatan konten-konten yang menarik di *platform online* dapat membantu para pengrajin anyaman purun di Desa Burai untuk memperkenalkan produk-produk anyaman purun yang mereka buat tidak hanya untuk pembeli yang berada di sekitar daerah Desa Burai bahkan sampai keluar kota atau bahkan sampai keluar negeri, dengan begitu maka pengrajin anyaman purun di Desa Burai dapat lebih mudah untuk menemukan pelanggan dan memperoleh keuntungan yang maksimal. Nilai-nilai jual yang terdapat pada penjualan anyaman purun dapat ditingkatkan dengan membuat tampilan pada gambar penjualan lebih menarik bagi kebanyakan orang menggunakan aplikasi desain grafis. Aplikasi desain grafis yang dimaksudkan di sini adalah Canva, di mana penggunaan aplikasi tersebut mudah digunakan dan tentunya gratis untuk menggunakannya.

Canva merupakan salah satu aplikasi *online* yang dapat digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, pamflet, konten media sosial, brosur dan lain-lain (Purwati and Perdanawanti, 2019). Canva memiliki kelebihan yaitu fitur yang disediakan lengkap dan tersedia versi gratisnya. Canva juga relatif mudah digunakan oleh pemula yang belum pernah menggunakan aplikasi grafis. Aplikasi Canva ini juga tidak harus menggunakan laptop sehingga dapat

menggunakan *smartphone* (Rizanta and Arsanti, 2022).

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat telah memanfaatkan Canva sebagai strategi dalam promosi produk secara *online*. Budi et al. (2022) memanfaatkan aplikasi Canva sebagai alat bantu untuk desain promosi produk pada kopwan atsiri Citayam Bogor, Fahminnansih & Rahmawati (2021) memanfaatkan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk pada sekolah Islami. Setiawan & Putro (2021) memanfaatkan *graphics designer software* Canva untuk meningkatkan kreatifitas promosi produk UMKM di Cepogo Boyolali. Irfan et al. (2022) melakukan pemanfaatan aplikasi Canva sebagai sarana media promosi makanan khas Lombok.

Berdasarkan beberapa kegiatan yang telah dilakukan di beberapa produk dan daerah yang berbeda, maka Tim Pengabdian Universitas Sriwijaya akan melakukan pemberdayaan pemanfaatan aplikasi Canva untuk pengembangan konten promosi produksi dari perajin anyaman purun desa Burai. Kegiatan ini berguna untuk memperluas jangkauan pemasaran produk kerajinan anyaman purun desa Burai. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu masyarakat Desa Burai khususnya para pengrajin anyaman purun dapat membuat konten promosi produk yang mereka pasarkan melalui media *online* seperti media social dan *marketplace*. Dengan kegiatan ini diharapkan produk mereka mampu menarik perhatian dari konsumen tidak hanya konsumen lokal tapi konsumen dari berbagai daerah dan dari berbagai kalangan.

2. METODE

Kegiatan yang dilaksanakan merupakan bentuk pemberdayaan dan pemanfaatan teknologi yang diimplementasikan pada masyarakat. Pemberdayaan masyarakat yang diterapkan di Desa Burai, Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan ini berfokus kepada penggunaan media aplikasi desain grafis yaitu canva untuk membantu mengembangkan pemasaran produksi karya seni berbahan dasar purun yang banyak ditekuni oleh penduduk yang tinggal di Desa Burai sampai sekarang. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan langsung yaitu memaparkan

langsung bagaimana penggunaan media canva sebagai aplikasi desain grafis yang dapat membantu mengembangkan konten promosi produksi anyaman purun. Tidak hanya sebatas pemaparan materi, masyarakat didampingi secara langsung untuk dapat praktik langsung dengan aplikasi canva dengan tujuan agar masyarakat dapat lebih memahami penggunaan aplikasinya.

Sebelum dilakukannya penyuluhan, dilakukan *pre-test* kepada peserta. *Pre-test* ini berisi soal mengenai materi yang akan dijelaskan nantinya. Tujuan dari *pre-test* itu sendiri yaitu untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman masyarakat terkait media canva sebagai aplikasi desain grafis untuk promosi produk-produk yang mereka hasilkan. Hasil *pre-test* merupakan tolak ukur bagi nara sumber yaitu tim pengabdian Unsri pada saat memberikan materi. Dari hasil *pre-test* memandu narasumber untuk memilah materi mana yang harus diberikan kepada peserta. Pemberian materi dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan praktek langsung. Tahapan akhir adalah diberikan *post-test* untuk menguji seberapa jauh pemahaman masyarakat setelah diberikan materi dan praktek langsung kepada peserta. Parameter keberhasilan pelaksanaan pemberdayaan pada masyarakat ini ditentukan oleh perbandingan hasil yang dicapai oleh peserta pada saat *pre-test* dan juga *post-test*. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, terdapat beberapa tahapan pelaksanaan yang dijelaskan melalui diagram alir seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Adapun dalam pelaksanaan pendampingan pada masyarakat ini, dijelaskan beberapa tahapan pelaksanaan yaitu sebagai berikut:

1. Pemetaan Permasalahan

Pemetaan permasalahan dilakukan untuk untuk menyusun bentuk persiapan yang dibutuhkan pada pelaksanaan kegiatan. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada permasalahan yang ada di Desa Burai yaitu salah satunya sulitnya memasarkan produk kerajinan purun desa tersebut. Untuk mengetahui permasalahannya, maka dilakukan survei serta diskusi ke Desa Burai dimana didapatkan bahwa produksi anyaman purun yang banyak ditekuni oleh masyarakat Desa Burai belum terlalu dikenal karena posisi desa yang agak jauh dari jalan utama dan kurang maksimalnya promosi produk yang dilakukan sehingga perlu adanya pendampingan pada masyarakat untuk mengembangkan media promosi produksi anyaman purun agar dapat dikenal lebih luas.

2. Persiapan Kegiatan

Pada tahap ini tim Menyusun bahan ajar yang berisi materi-materi yang akan disampaikan kepada peserta sasaran kegiatan pengabdian ini. Kegiatan pendampingan pada masyarakat dilakukan dalam bentuk paparan materi serta praktik langsung. Bahan ajar dirangkai yang disusun dibentuk sebagai presentasi yang interaktif dan menarik. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat yang menjadi peserta tidak bosan selama berlangsungnya penyuluhan. Parameter keberhasilan kegiatan pemberdayaan ini diukur melalui hasil skor yang diperoleh saat *pre-test* dan saat *post-test*. *Pre-test* dan *post-test* berisi pertanyaan umum mengenai aplikasi canva sebagai media desain grafis. Skor hasil yang diperoleh pada *pre-test* dan *post-test* sangat penting karena digunakan sebagai parameter keberhasilan. Untuk menunjang keberhasilan kegiatan ini perlu dipersiapkan alat dan bahan pelengkap yang menjadi bagian dari test tersebut seperti soal, kertas, alat tulis, dan lain sebagainya.

3. Penyampaian Materi

Pada tahap penyampaian materi, masyarakat akan diberikan *pre-test* terlebih dahulu untuk melihat sejauh apa masyarakat paham terhadap materi yang akan dipaparkan nantinya. *Pre-test* merupakan suatu ujian yang bersifat tertulis

yang berisikan pertanyaan-pertanyaan umum mengenai aplikasi *canva* dan fitur-fiturnya. Setelah dilakukannya *pre-test*, dilanjutkan dengan penjelasan materi oleh tim pengabdian dengan media pembelajaran interaktif Microsoft Office powerpoint yang ditayangkan dengan menggunakan alat proyeksi sehingga dapat dilihat oleh seluruh peserta. Agar pemahaman masyarakat terkait materi yang disampaikan, maka dilakukan juga praktik langsung di Canva dengan alat yang disediakan oleh tim pengabdian. Pada kegiatan praktik ini peserta melakukan praktik secara langsung dengan langsung didampingi oleh tim pengabdian sehingga apabila terdapat kebingungan bisa dapat ditindaklanjuti dan diberikan pemahaman secara langsung. Dengan didampingi secara langsung kegiatan dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Pada kegiatan praktik, peserta akan langsung menggunakan aplikasi desain grafis *canva* dalam mendesain logo serta melakukan desain terhadap postingan penjualan produk mereka. Pada praktik langsung peserta dapat melakukan pada laptop yang disediakan atau pada hp android yang dimiliki oleh peserta. Hal tersebut digunakan sebagai salah satu bentuk promosi produk dengan pendampingan tim pengabdian lainnya. Sampai pada tahap akhir penjelasan materi, peserta akan diberikan soal *post-test* yaitu suatu ujian yang bersifat tertulis yang mengandung butir-butir pertanyaan yang memiliki kesamaan pada *pre-test* untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman masyarakat setelah mengikuti penyuluhan.

4. Evaluasi Kegiatan

Dalam tahap evaluasi, dilakukan tanya jawab terkait materi yang telah disampaikan. Pentingnya pemahaman dari masyarakat menjadi tolak ukur keberhasilan penyuluhan yang dilakukan, sehingga pelaksana perlu memastikan tingkat pemahaman masyarakat dengan melakukan sesi tanya jawab bersama peserta pelatihan desain grafis *canva* serta dengan memberikan kuesioner. Evaluasi yang dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan dalam mengukur suatu ukuran sikap, pendapat seseorang bahkan kelompok terhadap suatu peristiwa yang terbagi menjadi dua yaitu pertanyaan negative dan pertanyaan positif (Pranatawijaya *et al.*, 2019). Rumus skala likert

(Sinduningrum *et al.*, 2021) dapat menggunakan persamaan (1).

$$\text{Skala likert} = \text{Tr} * \text{Pm} \quad (1)$$

Keterangan :

Tr = Jumlah total penjawab yang memilih

Pm = Jumlah angka yang dipilih likert

Dengan pilihan angka yang disediakan yaitu 1-5 bergantung dengan jenis pertanyaan yang disediakan tergolong positif ataupun negatif. Skor perhitungan terbagi menjadi A (persamaan (2)) dan B (persamaan (3)).

$$A = \text{Nilai tertinggi} * \text{Jumlah Penjawab} \quad (2)$$

$$B = \text{Nilai terendah} * \text{Jumlah Penjawab} \quad (3)$$

Rumus index yang digunakan merupakan total skor yang dihitung kemudian dibagi dibagi B dan dikalikan dengan 100% seperti pada persamaan (4).

$$\text{index} (\%) = \frac{\text{total skor}}{B} \times 100\% \quad (4)$$

Hasil penjelasan dari pencapaian skor peserta akan diakomodasikan ke dalam interval-interval yang ditinjau dari kepuasan peserta setelah mengikuti pelatihan desain grafis canva, kecakapan pemateri dalam melakukan penyampaian materi serta dari hasil tanya jawab yang dilakukan oleh peserta pelatihan desain grafis canva. Interval penilaian skala likert dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Interval persepsi penilaian skala likert dalam persentase

Interval (%)	Keterangan
0 – 24.9%	Sangat tidak puas
25 – 49.9%	Kurang puas
50 – 74.9%	Puas
75 – 100%	Sangat Puas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa burai adalah salah satu desa di Kabupaten Ogan Ilir yang memiliki berbagai kebudayaan dan potensi alam yang menarik seperti Rumah Limas, Sungai Kelakar, olahan makanan, pengelolaan lahan pertanian, kesenian, dan kerajinan. Desa Burai memiliki kerajinan

kelas yaitu kain songkat dan anyaman purun. Umumnya, setiap wanita di Desa Burai memiliki keterampilan dalam pembuatan kerajinan anyaman purun. Keterampilan yang dimiliki oleh wanita di desa Burai ini membantu mereka dalam mencukupi perekonomian keluarga dengan membuat usaha kerajinan songket serta anyaman purun. Teknik promosi yang dilakukan warga desa Burai selama ini adalah promosi secara langsung seperti promosi kepada pengunjung yang datang, membuka toko-toko kecil, melalui teman yang disebarluaskan ke teman lainnya.

Keterbatasan promosi yang dilakukan secara langsung menyebabkan lingkup pemasaran menjadi kecil dan tidak meluas di luar daerah sekitar sehingga pendapatan pengrajin tidak optimal. Selain itu, pengrajin juga belum memiliki pengetahuan yang cukup dalam melakukan promosi online. Dalam melakukan promosi secara online menggunakan media sosial memiliki kaitan yang erat dengan konten. Konten yang digunakan untuk promosi online dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian pelanggan. Pembuatan konten-konten menarik di platform online dapat membantu para pengrajin anyaman purun di Desa Burai untuk memperkenalkan produk anyaman purun yang mereka buat agar cakupan pemasaran semakin luas sampai ke luar daerah bahkan sampai ke luar negeri.

Pemberdayaan penggunaan aplikasi desain grafis Canva ditujukan bagi para pengrajin dan karang taruna di Desa Burai. Pemberdayaan yang akan diberikan yaitu cara pembuatan konten promosi dapat berupa foto atau video hasil desain grafis dengan menggunakan aplikasi grafis. Pemberdayaan terhadap pengrajin akan dibimbing satu persatu. Pemberdayaan ini dilakukan dengan 4 tahap yaitu persiapan, pemaparan materi, praktikum, dan evaluasi. Tahap persiapan meliputi pembagian tugas tim, penyiapan modul ajar dan pedoman bagi peserta serta persiapan mengenai soal *pre-test* dan *post-test* sebagai instrument penilaian. Modul yang digunakan sebagai bahan ajar dan pedoman dalam penggunaan aplikasi desain grafis yaitu canva. Soal-soal yang diberikan dalam *pre-test* dan *post-test* adalah soal-soal yang disusun berdasarkan materi yang terkandung di dalam modul. Soal *pre-test* diberikan sebelum

pemaparan materi untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan peserta mengenai canva sebelum mendapatkan materi. Soal *pre-test* yang diberikan mencakup pertanyaan-pertanyaan mengenai aplikasi desain grafis canva. Pertanyaan *pre-test* yang diberikan memiliki 8 butir soal yang mencakup fitur-fitur pengaplikasian canva, manfaat canva, dan sebagainya. Proses pengerjaan soal *pre-test* oleh peserta secara bersama dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Para peserta sedang mengerjakan soal pada *pre-test*

Pemberian soal *pre-test* ini sebagai tolak ukur awal atas pemahaman peserta dalam mengetahui serta memahami aplikasi desain grafis Canva apakah peserta pernah menggunakan aplikasi grafis dalam postingan produk mereka apakah belum pernah. Setiap soal yang ada pada *pre-test* diberikan skor sendiri-sendiri. Total perolehan skor yang didapatkan oleh para peserta kegiatan pada *pre-test* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil *pre-test* peserta pelatihan

No	Peserta	Nilai <i>Pre-test</i>
1	Peserta 1	62.5
2	Peserta 2	62.5
3	Peserta 3	62.5
4	Peserta 4	75
5	Peserta 5	75
6	Peserta 6	62.5
7	Peserta 7	62.5
Total		462.5
Rata-rata		66.07143

Dari hasil *pre-test* tersebut dapat disimpulkan bahwa peserta belum terlalu memahami pemanfaatan aplikasi desain grafis yaitu *canva* dikarenakan dari jumlah soal *pre-test* yang berjumlah 8 butir soal, ada 2 peserta yang dapat menjawab 6 soal dengan benar serta terdapat 5 orang yang dapat menjawab 5 soal *pre-test* dengan benar. Setelah soal *pre-test* diberikan yaitu masuk ke tahapan pemaparan materi mengenai aplikasi grafis yaitu *canva*. Sebelum memulai penyampaian materi para peserta dibagikan modul panduan mengenai aplikasi *canva* oleh panitia sehingga memudahkan peserta dapat dengan mudah dalam melakukan praktek desain grafis dengan aplikasi *canva*

Pada tahapan penyampaian materi, pemateri mempersilakan kepada peserta untuk bertanya jika memiliki pertanyaan yang kemudian akan didiskusikan bersama. Setelah penyampaian materi selanjutnya akan memasuki tahapan praktikum. Pada tahapann praktikum, peserta melakukan praktik secara langsung yang dimana peserta didampingi oleh para anggota tim yang akan langsung membantu peserta dalam melakukan praktikum apabila mengalami kesulitan. Tujuan dari pemberdayaan mengenai pemanfaatan aplikasia grafis berupa *canva* adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman serta pendampingan kepada peserta dalam pemanfaatan aplikasi *canva* berupa bagaimana cara membuat konten promosi yang menarik yang dapat berupa foto atau video dalam mengoptimalkan pendapatan pengrajin anyaman purun.

Kegiatan pengabdian untuk para pengerajin purun didesa Burai dilakukam dengan praktik secara langsung mengenai aplikasi grafis *canva*. Contoh hasil kegiatan tersebut dapat dilihat pada Gambar 3. Berdasarkan Gambar 3, kegiatan praktik ini dilakukan secara terurut berdasarkan panduan pada modul yang dibagikan agar peserta tidak merasa kebingungan terhadap materi yang disampaikan serta Pada kegiatan praktek peserta dalam membuat konten promosi, peserta menggunakan template yang disediakan secara gratis pada *canva*. Setelah mendapatkan template yang menarik dalam pembuatan konten promosi, peserta dapat mempraktekkan secara langsung fitur-fitur yang dimiliki aplikasi desain grafis *canva* seperti mengganti warna, *style*

tulisan, huruf, ukuran huruf, warna huruf, menambahkan garis atau bentuk atau elemen yang diinginkan dan mengganti serta menambahkan gambar yang disediakan secara *default* dari template yang dipilih. Setelah mengubah atau mengkreasi desain konten promosi, peserta juga mempelajari cara mengunduh hasil desain yang mereka buat. Selain itu, pada kegiatan praktik ini tidak hanya menghasilkan konten promosi berupa gambar namun juga dalam bentuk video.

Peserta juga diberikan pengarahan langsung oleh tim dalam melakukan pembuatan video ataupun gambar video dari gambar konten promosi yang dibuat dan juga diarahkan bagaimana menambahkan suara atau video yang dimiliki ke dalam *canva*. Hal ini berguna dalam pembuatan konten promosi yang berbentuk video ataupun pengiklanan desa ekowisata Burai sehingga kegiatan hasil dari video dan gambar tersebut dapat digunakan pada postingan media social atau platform *online* lainnya. Kegiatan tersebut mencakup bagaimana pemilihan contoh template konten, pengeditan sesuai dengan keinginan peserta dan penyesuaian dengan produk yang disajikan. Pelaksanaan kegiatan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Kegiatan praktik aplikasi *canva* yang dilakukan secara langsung dengan didampingi tim kegiatan

Setelah melakukan praktik penggunaan aplikasi *Canva*, selanjutnya peserta akan diberikan soal *post-test* untuk mengetahui tingkat pengetahuan serta pemahaman peserta dalam menerima materi yang disampaikan serta

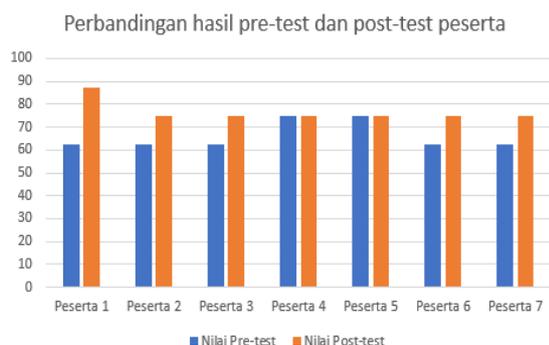
mengoperasikan aplikasi *canva*. Setelah memberikan *post-test* kepada peserta maka dilanjutkan tahapan terakhir yaitu evaluasi. Evaluasi yang dilakukan yaitu diskusi dengan peserta dan anggota tim mengenai kekurangan dan kesalahan yang terjadi selama kegiatan berlangsung dan akan dijadikan suatu pembelajaran serta pengalaman dalam melakukan kegiatan berikutnya serta dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kegiatan *post-test* mirip dengan kegiatan *pre-test* yaitu diberikan beberapa pertanyaan dimana setiap pertanyaan memiliki skor. Salah satu bentuk evaluasi adalah nilai dari *post-test*. Hasil *post-test* dari setiap peserta dibandingkan dengan hasil skor yang diperoleh pada tahapan pada *pre-test*. Jika ada perubahan peningkatan dari hasil *pre-test* dan *post-test* berarti kegiatan ini berhasil dalam menyampaikan materi kepada peserta. Adapun hasil dari nilai *post-test* peserta pelatihan pemanfaatan aplikasi desain grafis *Canva* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai hasil *post-test* peserta

No	Peserta	Nilai Post Test
1	Peserta 1	87.5
2	Peserta 2	75
3	Peserta 3	75
4	Peserta 4	75
5	Peserta 5	75
6	Peserta 6	75
7	Peserta 7	75
Total		537.5
Rata-rata		76.78571

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan adanya peningkatan nilai yang didapatkan dari sebelum pemaparan dan pemberian modul dan setelah praktikum dan penyampaian materi. Dari hasil *post-test* ini terdapat 1 orang yang dapat menjawab 7 pertanyaan pada soal *post-test* dengan benar sedangkan 6 peserta lainnya dapat menjawab 6 butir pertanyaan dengan benar, hal ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai aplikasi desain grafis yaitu *canva*. Selain melihat hasil dari *pre-test* perlu diadakan perbandingan nilai dari hasil *post-test* dan *pre-test*. Perbandingan nilai setiap peserta pada *pre-test* dan *post-test* disajikan dalam bentuk diagram yang dapat dilihat pada

Gambar 4.



Gambar 4. Perbandingan nilai pre-test dan post-test setiap peserta

Berdasarkan Tabel 2 dan Tabel 3 dapat dilihat bahwa total nilai peserta pada *pre-test* adalah 462.5 dengan rata-rata 66.07143, sedangkan pada *post-test* total nilai peserta adalah 537.5 dengan rata-rata 76.78751. Perbedaan nilai tersebut menunjukkan kenaikan nilai dan hal ini juga menunjukkan bahwa setiap peserta memiliki pemahaman yang baik terhadap materi yang telah disampaikan

Selain menggunakan *pre-test* dan *post-test* sebagai media evaluasi, juga menggunakan kuesioner yang dibagikan setelah mendekati penutupan. Pertanyaan yang diajukan sebagai bentuk evaluasi ataupun hasil kegiatan pelatihan, Kuesioner terdiri dari 6 pertanyaan dan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur skala positif dari pernyataan positif dan mengukur skala bernilai negative dari pernyataan negative. Kemudian dengan menggunakan formula untuk menghitung indeks persentase dari hasil yang berupa jumlah responden yang memilih dikalikan dengan nilai likert. Skala likert yang digunakan adalah 1-5, di mana 1 mengindikasikan sangat kurang setuju, 2 mengindikasikan kurang setuju, 3 mengindikasikan cukup setuju, 4 mengindikasikan setuju, dan 5 mengindikasikan sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan. Hasil persentase beserta pernyataan ditunjukkan pada Tabel 4.

Berdasarkan hasil kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang terkait dengan tahapan dan materi selama kegiatan yang dapat dilihat pada Tabel 4 beserta persentase yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan tersebut. Pada Tabel 4 tersebut dapat

disimpulkan bahwa sebesar 91,43% dari 7 peserta yang mengikuti pelatihan menganggap cara penyampaian materi sangat memuaskan. Kemudian sebesar 82,86% dari 7 peserta pelatihan menganggap jawaban yang diberikan pemateri saat sesi tanya jawab benar-benar memuaskan. Pada pernyataan ketiga bahwa sebesar 71,43% dari 7 orang mengatakan acara berlangsung dengan tepat waktu meski ada beberapa kendala saat kegiatan pengabdian berlangsung.

Tabel 4. Pernyataan dan persentase hasil dari peserta kegiatan menggunakan standar skala likert.

No	Pernyataan	%
1	Penyampaian materi sangat memuaskan	91,43
2	Jawaban dari pemateri saat sesi tanya jawab sangat memuaskan	82,86
3	Acara berlangsung dengan tepat waktu	71,43
4	Kegiatan pelatihan dilakukan secara interaktif (adanya interaksi antara pemateri serta tim dengan peserta)	88,57
5	Pemahaman mengenai aplikasi canva setelah mengikuti pelatihan semakin luas	80
6	Kualitas suara dan gambar proyeksi sangat baik	68,57
7	Kegiatan pelatihan dilakukan sangat bermanfaat	88,57
Total persentase		571,43
Rata-rata persentase		81,63

Pada pertanyaan keempat sebesar 88,57% dari 7 peserta pelatihan menganggap bahwa acara pelatihan tersebut sangat interaktif dan memudahkan peserta serta tim untuk dapat berinteraksi dengan mudah. Pada pernyataan kelima sebanyak 80% orang setuju bahwa dari pelatihan tersebut meningkatkan kemampuan serta pengetahuan mengenai aplikasi canva. Pernyataan keenam hanya sebesar 68,57% peserta menganggap bahwa kualitas dari audioi serta visual ketika berlangsungnya pelatihan

sangat baik, serta pada pernyataan terakhir sebesar bahwa sebesar 88.57% dari peserta pelatihan menganggap bahwa pelatihan mengenai aplikasi desain grafis canva sangat bermanfaat dilakukan. Dari setiap butir pernyataan, apabila diambil rata-ratanya menghasilkan rata-rata persentase sebesar 81.63% yang artinya keseluruhan hasil evaluasi ini menghasilkan kesimpulan bahwa pelatihan aplikasi desain grafis ini sangat memuaskan peserta pelatihan.

Selain dari perbedaan nilai tersebut serta hasil evaluasi dengan menggunakan kuesioner, peningkatan tingkat pemahaman peserta dapat dilihat pada Gambar 5 yang merupakan hasil akhir dari praktek peserta terhadap praktik mengenai materi canva. Dari Gambar 5, peserta dapat melakukan desain konten yang sangat menarik sehingga dapat meningkatkan promosi penjualan anyaman purun di Desa Burai.



Gambar 5. Hasil praktik peserta mengenai materi Canva

Berdasarkan hasil praktik Canva dengan ketentuan membuat konten promosi dari produk anyaman purun, peserta dapat melakukan kegiatan desain dengan sangat baik. Hal ini dapat disimpulkan dengan penggunaan fitur-fitur yang terdapat pada Gambar 5 dapat terealisasi dengan baik. Penggunaan fitur tersebut berupa huruf (*font*) yang menarik, desain warna yang serasi serta menambahkan produk yang mau dijual ke dalam desain grafis tersebut, serta menambahkan elemen-elemen lain guna mempercantik desain grafis dari konten promosi yang dibuat. Berdasarkan tingkat pemahaman peserta yang dituangkan ke dalam bentuk hasil praktik peserta mengenai aplikasi canva yaitu sudah cukup baik. Hasil desain peserta pelatihan juga dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Hasil desain peserta pelatihan Canva

4. PENUTUP

Selama kegiatan pendampingan pelaksanaan pemanfaatan aplikasi desain grafis (*canva*) di Desa Burai, para peserta yang tergabung sudah cukup memahami mengenai cara memanfaatkan aplikasi tersebut guna meningkatkan pemasaran pengrajin anyaman purun serta meningkatkan minat masyarakat luar untuk berkunjung ke Desa Burai yang merupakan salah satu desa di Kabupaten Ogan Ilir. Dan dapat disimpulkan bahwasanya kegiatan ini telah berhasil diselenggarakan dengan baik karna para peserta memiliki peningkatan dalam pengetahuan mengenai aplikasi desain grafis (*Canva*). Adapun setelah dilaksanakannya kegiatan ini, diharapkan para pengrajin di Desa Burai dapat menerapkannya dalam skala berkelanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, N. S., Musa, R. and Harun, M. H. M. (2016) 'The impact of social media content marketing (SMCM) towards brand health', *Procedia Economics and Finance*, 37, pp. 331-336.

- Badan Pusat Statistik (2021) *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi*.
- Bakri, N. F. *et al.* (2021) 'Pelatihan pembuatan materi presentasi dan video pembelajaran menggunakan aplikasi canva kepada guru di Kota Medan dan Jayapura secara online', *Jurnal Ilmiah Pro Guru*, 7(1), pp. 1–10.
- Budi, E. S. *et al.* (2022) 'Pemanfaatan Grafis Dan Promosi Produk Aplikasi Canva Untuk Desain Pada Kopwan Atsiri Citayam Bogor', *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), pp. 52–56.
- Cundari, L. *et al.* (2019) 'Pelatihan dan pendampingan pengolahan sampah organik menjadi pupuk kompos di desa burai', *Jurnal Teknik Kimia*, 25(1), pp. 5–12. doi: 10.36706/jtk.v25i1.14.
- Darmastuti, S. *et al.* (2021) 'Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Dalam Strategi Marketing Bagi Karang Taruna Desa Panyirapan, Serang', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), pp. 83–92.
- Desiani, A. *et al.* (2021) 'Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket', *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), p. 209. doi: 10.33474/jipemas.v4i2.9222.
- Detmuliati, A. (2021) 'Analisis Potensi Ekowisata Berbasis Masyarakat di Desa Burai Sumatera Selatan', *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 3(01), pp. 90–102.
- Fahminnansih, F. and 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), pp. 51–58.
- Gani, A. A. and Basalamah, J. (2019) 'Social media sebagai strategi marketing pada usaha mikro kecil di Desa Sanrobone Kabupaten Takalar', *Jurnal Pengabdian Bina Ukhuwah*, 1(2), pp. 163–170.
- Harnani *et al.* (2020) 'Partisipasi Multipihak dalam Pengembangan Geowisata di Desa Burai, Tanjung Batu Ogan Ilir', *Prosiding AVoER XII*, (November), pp. 18–19.
- Irfan, P. *et al.* (2022) 'Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Sarana Media Promosi Makanan Khas Lombok', *Jurnal Mengabdi dari Hati*, 1(1), pp. 31–38.
- Kartika, I., Lisnini and Alhadi, E. (2020) 'Studi Kelayakan Desa Burai Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Ogan Ilir', *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(1), pp. 20–29.
- Maharani, D. and Kom, M. I. (2022) 'Model Komunikasi Pariwisata Kampung Warna Warni Desa Burai Kecamatan Tanjung Batu Kabupaten Ogan Ilir Sumatera Selatan', *Jurnal Riset Komunikasi*.
- Pranatawijaya, V. H. *et al.* (2019) 'Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online', *Jurnal Sains dan Informatika*, 5(2), pp. 128–137. doi: 10.34128/jsi.v5i2.185.
- Purwati, Y. and Perdanawanti, L. (2019) 'Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya', *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1).
- Rara, D. H. M. (2021) 'Media Sosial sebagai Alternatif Penjualan Pengusaha Kain Jumputan Suutra Di Tengah Pandemi Covid-19', *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), pp. 45–52.
- Rizanta, G. A. and Arsanti, M. (2022) 'Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Masa Kini', *Prosiding Seminar Nasional Daring*, 2, pp. 560–568.
- Setiawan, T. and Putro, F. H. A. (2021) 'Pemanfaatan Graphics Designer Software Canva untuk Meningkatkan Kreatifitas Promosi Produk UMKM di Cepogo Boyolali', *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(12), pp. 53–56.
- Sinduningrum, E. *et al.* (2021) 'Pelatihan Aplikasi Canva Dalam Mendukung Pelajaran Jarak Jauh Bagi Guru Smk Muhammadiyah 7 Jakarta', *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), p. 25. doi: 10.31764/jpmb.v5i1.4898.
- Wati, A. P., Martha, J. A. and Indrawati, A. (2020) 'Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), pp. 137–148. doi: 10.31537/dedication.v4i2.362.