

PEMBUATAN IKLAN DENGAN CANVA PADA PELATIHAN DI RPTRA PAYUNG TUNAS TERATAI JAKARTA

Ramadhani Ulansari⁽¹⁾, Soni Rudi Hartanto⁽²⁾, *Leli Setyaningrum⁽³⁾, Suharyanto⁽⁴⁾,
Taufik Kurahmadan⁽⁵⁾

^(1,2,3,4,5)Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik Informasi, Universitas Respati Indonesia
⁽¹⁾ramadhani.ulansari@gmail.com, ⁽²⁾soni.rudi@fti.urindo.ac.id, ⁽³⁾leli.setyaningrum@gmail.com*, ⁽⁴⁾
suharyanto.urindo@gmail.com, ⁽⁵⁾taufik.fikr@gmail.com
*Corresponding Author

Informasi Artikel:

Submitted : 12/Juli/2022
Revised : 19/Juli/2022
Accepted : 28/Juli/2022
Published : 10/Agustus/2022

Abstrak

Promosi produk menjadi bagian yang paling penting dalam kegiatan usaha. Terutama pada masa sekarang ini, perkembangan era bisnis lebih terdominasi oleh perkembangan bisnis secara online. Pembuatan iklan yang interaktif dan atraktif menjadi nilai tambah untuk menarik konsumen. Canva merupakan aplikasi yang dapat dengan mudah dipahami dan dapat digunakan untuk pembuatan iklan dengan berbagai variasi sesuai kebutuhan. Pelatihan pada Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan kesejahteraan dan tingkat ekonomi keluarga dengan sasaran pelatihan yang mayoritas adalah ibu rumah tangga yang membuat bentuk pelatihan menjadi suatu hal yang berbeda. Melalui Canva, bisnis yang dibangun berawal dari keluarga dapat menjadi bentuk usaha yang juga dapat mendukung perekonomian bangsa.

Kata Kunci: RPTRA, Canva, iklan, usaha rumah tangga

1. PENDAHULUAN

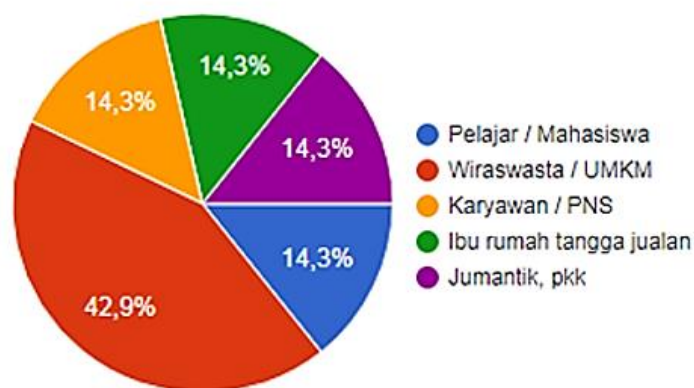
Perkembangan teknologi yang terjadi mempengaruhi terjadinya perubahan dan perkembangan dalam tatanan kehidupan. Segala aspek ruang kehidupan memiliki pengaruh dalam kehidupan masyarakat yang berlaku secara umum, baik di dunia maupun secara nasional. Berbagai sektor bisnis berkembang pesat dengan berbagai bentuk bidang usaha, diantaranya adalah usaha rumah tangga yang berawal dari keluarga. Usaha rumah tangga merupakan unit usaha kecil menengah yang harus terus dikembangkan, dengan menggunakan penentuan strategi yang tepat. Permasalahan yang harus mendapatkan perhatian salah satunya adalah pemasaran, sehingga membutuhkan perlu adanya tindakan dalam pengelolaan usaha ini agar dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan dan pendapatan keluarga. (Fadhilah et al., 2018) Keluarga yang berada khususnya di perkotaan (urban family) memiliki tantangan yang berbeda sebagai bentuk konsekuensi dari lingkungannya, sehingga sangat penting dalam fokus terhadap sumber daya (resources), peluang (opportunities), asset (assets) serta kekuatan (strengths) yang dimiliki oleh lingkungan tempat tinggal untuk menjadi aspek positif dalam peningkatan kesejahteraannya. (Supriyanto et al., 2018)

Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Payung Tunas Teratai terletak di Cipayang Jakarta, yang melaksanakan pendidikan tingkat playground namun aktif dalam

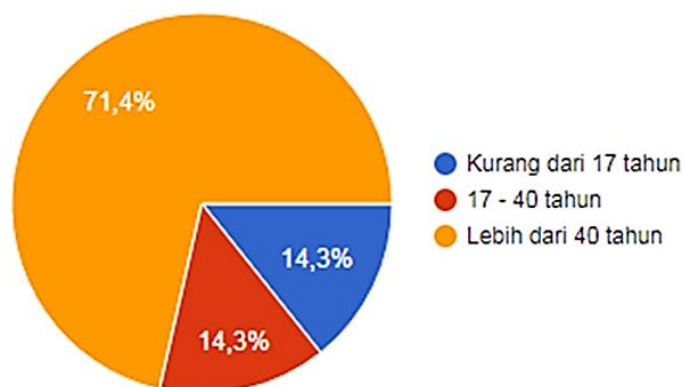
berbagai kegiatan sosial di wilayah Cipayang dan sekitarnya. Lokasi RPTRA yang berada di tengah pemukiman masyarakat juga memiliki peran sebagai *community center* sehingga dapat dimanfaatkan sebagai pusat dari kegiatan masyarakat sekitarnya dalam berbagai bentuk aktivitas yang positif. (Adhiana M., 2020) Dalam posisinya sebagai ruang publik, RPTRA merupakan salah satu sarana yang dapat dijadikan ruang untuk interaksi sosial kemasyarakatan. (Handayani, 2019) Namun, keberadaan RPTRA masih belum banyak diketahui oleh publik/masyarakat, sehingga keberadaannya belum dimanfaatkan secara maksimal. (Herlina & Nadiroh, 2018) Pada Peraturan Gubernur (Pergub) Provinsi DKI Jakarta Nomor 196 Tahun 2015 Pasal 1 ayat 21, RPTRA juga memiliki definisi sebagai tempat atau suatu ruang terbuka yang dapat menjadi paduan antara aktivitas dan kegiatan masyarakat serta melakukan implementasi dari sepuluh program pokok pada Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dengan tujuan untuk integrasi program Kota Layak Anak. Selain itu, PKK sebagai dasar dari pembentukan RPTRA beserta dengan sepuluh program pokok, merupakan wadah dari pemenuhan kebutuhan keluarga mulai dari balita hingga lansia, sehingga RPTRA memberikan fasilitasi kepada berbagai kalangan usia. (Simatupang, 2017)

Beberapa kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk meningkatkan usaha rumah tangga, diantaranya adalah analisis pengembangan usaha. (Fadhilah et al., 2018) Sedangkan, mengenai RPTRA diantaranya adalah peran strategis RPTRA dalam kaitannya dengan hak anak, (Herlina & Nadiroh, 2018) RPTRA sebagai pusat informasi, (Supriyanto et al., 2018) serta RPTRA sebagai sarana sosialisasi anak. (Handayani, 2019) Penelitian mengenai penggunaan Canva juga dilakukan pada RPTRA dalam pembuatan desain pada media social yang dapat meningkatkan penjualan, (Usakti, 2021) membuat konten dalam flyer, sertifikat serta poster untuk promosi kepada para ibu profesional, (Purwati & Perdanawanti, 2019) pada UMKM juga dilakukan untuk promosi membuat konten produk. (Pratiwi et al., 2020)

Penelitian ini bekerjasama dengan RPTRA Payung Tunas Teratai, yang bertujuan memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar pada khususnya dalam hal keterampilan dalam pembuatan iklan yang interaktif dan atraktif serta dapat diaplikasikan dalam bentuk iklan secara online. Peserta dalam kegiatan ini, terdiri dari 30 orang member dari RPTRA Payung Tunas Teratai. Terlihat pada Gambar 1 bahwa seluruh peserta memiliki perbedaan dalam aktivitas sehari-hari, sehingga memberikan perbedaan pula terhadap pemahaman dan implementasi dari kegiatan ini. Sedangkan pada Gambar 2 memperlihatkan rentang usia para peserta.



GAMBAR 1. PESERTA KEGIATAN BERDASARKAN AKTIVITAS KESEHARIAN



GAMBAR 2. PESERTA KEGIATAN BERDASARKAN USIA

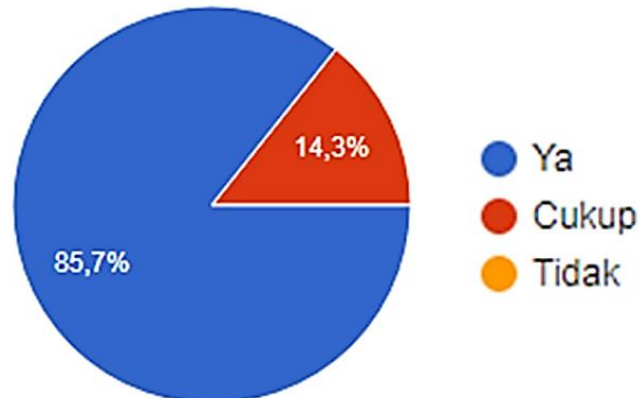
Dari daftar peserta dapat terlihat bahwa kegiatan yang dilakukan sangat membantu dalam pemasaran terhadap usaha bisnis yang dilakukan, khususnya bagi mereka yang sudah atau akan melakukan usaha berkaitan dengan penggunaan iklan. Dengan menggunakan Canva, terdapat berbagai kemudahan dalam pembuatan berbagai desain grafis yang menarik atau atraktif dan interaktif untuk berbagai keperluan, juga dapat dilakukan pengubahan dari bentuk foto, memasukkan bentuk video, serta dapat diakses secara online, gratis dan banyak pilihan template maupun gambar. (Purwati & Perdanawanti, 2019) Pada akhirnya, kegiatan yang dilakukan dapat membantu dalam melakukan promosi terhadap berbagai usaha yang dilakukan oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak sampai dengan lanjut usia, agar dapat lebih meningkatkan jumlah konsumen serta memperkenalkan produk atau jasa.

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, dilakukan secara online, karena belum stabilnya kondisi pandemic Covid-19. Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada peserta terhadap berbagai aspek yang mempengaruhi dan harus diaplikasikan dalam pembuatan suatu iklan yang interaktif dan atraktif. Iklan merupakan bentuk dari pengenalan secara sederhana dan singkat terhadap suatu merek, produk dan layanan baik secara visual maupun non-visual. Iklan dibuat dengan tujuan untuk melakukan promosi terhadap suatu produk atau jasa, selain itu juga dapat meningkatkan pemahaman, kepercayaan dan memberikan berbagai informasi serta citra dari perusahaan/produsen. (Hsuan & Yazdanifard, 2014)

Aplikasi Canva digunakan karena dapat memberikan berbagai tampilan menarik dalam pembuatan suatu iklan. Selain foto atau gambar, bentuk video juga dapat ditampilkan sehingga membuat iklan dapat lebih atraktif. Beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam pembuatan iklan video adalah durasi waktu yang pendek namun memuat pesan yang efektif. Iklan online merupakan media promosi yang lebih meningkatkan pemahaman konsumen pada produk, merek, layanan dan pasar. (Raditya et al., 2020) Pengukuran terhadap kegiatan penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang diberikan setelah selesai kegiatan, karena dapat memperlihatkan hasil akhir dari kegiatan serta dijadikan bahan evaluasi untuk kegiatan berikutnya. Tingkat ketertarikan dari peserta menjadi acuan dalam upaya untuk melanjutkan kegiatan dalam bentuk yang lebih variatif dan menarik. Dapat terlihat pada Gambar 3 yang memperlihatkan tingkat ketertarikan peserta untuk mengikuti kegiatan ini.

Apakah topik pelatihan menarik?



GAMBAR 3. TINGKAT KETERTARIKAN PESERTA DALAM KEGIATAN

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

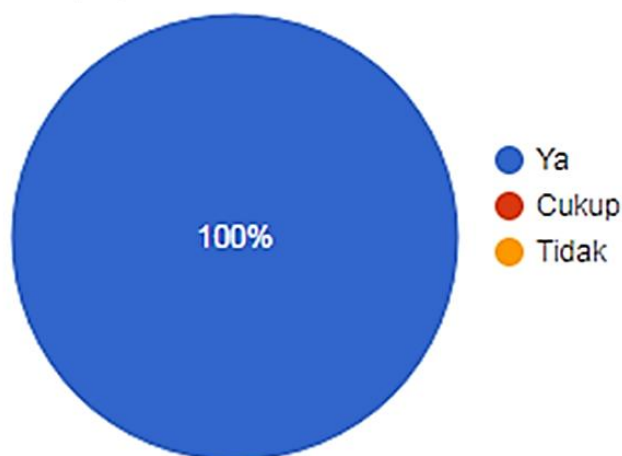
Pelaksanaan kegiatan ini diawali dengan berbagai konsep perencanaan yang didasarkan kepada program kerja serta kondisi pandemic Covid-19 yang masih berlangsung. Sebelum pelaksanaan, terdapat beberapa hal yang dilengkapi seperti flyer dan penyiapan sertifikat sebagai bukti kepada peserta atas keikutsertaan dalam kegiatan. Selain itu, untuk menarik minat peserta juga ditawarkan adanya doorprize. Pada Gambar 4, terlihat flyer yang dikirimkan kepada calon peserta untuk memberikan informasi tentang kegiatan yang dilakukan.



GAMBAR 4. FLYER KEGIATAN YANG DILAKUKAN

Pelaksanaan kegiatan yang berlangsung secara online pada penelitian ini, memiliki beberapa kelebihan yaitu tempat pelaksanaan yang lebih fleksibel, menghemat biaya dibandingkan secara offline, terjadwal secara tepat waktu dan semua bahan ajar selama kegiatan dapat diakses secara online. Sedangkan kelemahannya adalah kurangnya interaksi antara nara sumber dan peserta, pemahaman peserta yang berbeda menyebabkan keterangan terkadang diberikan secara berulang-ulang, dan koneksi internet yang tidak stabil. Hal ini menjadi evaluasi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya, khususnya jika dilaksanakan secara online.

Apakah topik pelatihan bermanfaat?



GAMBAR 5. TANGGAPAN TERHADAP TOPIK KEGIATAN

Kegiatan ini memberikan arti penting bagi RPTRA Payung Tunas Teratai karena dianggap telah dapat memberikan manfaat serta dapat diterapkan dalam usaha yang dilakukan. Hal ini dapat terlihat dari pendapat peserta terhadap kegiatan ini yang terlihat pada Gambar 5.

Adapun kegiatan ini juga memberikan kesempatan peserta untuk membuat iklan yang atraktif dan interaktif sebagai upaya untuk mengetahui tingkat pemahaman terhadap kegiatan yang dilakukan. Pada Gambar 6 terlihat beberapa hasil dari iklan yang telah dibuat oleh para peserta baik dengan video atau gambar.

4. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat pada RPTRA Payung Tunas Teratai memberikan keterampilan kepada peserta dalam membuat iklan yang interaktif dan atraktif, sehingga dapat membantu dalam melakukan promosi terhadap produk atau jasa dari usaha yang sedang dikembangkan. Ketertarikan para peserta dalam kegiatan merupakan bukti bahwa kegiatan ini bersifat positif dan dapat berkelanjutan dengan berbagai topik yang menarik. Kegiatan dalam bentuk pelatihan dengan disertai pemberian pemahaman terhadap suatu hal memberikan hasil yang lebih baik, karena dapat membuat peserta lebih paham akan maksud dari suatu kegiatan pembelajaran atau pelatihan. Pada kegiatan ke depan, berdasarkan evaluasi dari kegiatan ini, harus dilakukan berbagai solusi sehingga kegiatan dapat berjalan lebih baik dan lancar. Pembahasan terhadap materi juga harus lebih bervariasi dan inovatif untuk menambah keterampilan peserta.



GAMBAR 6. IKLAN YANG DIBUAT PESERTA KEGIATAN

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiana M., D. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Peningkatan Fungsi Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) Maya Asri 13 di Kelurahan Palmerah Jakarta Barat. In *UIN Syarif Hidayatullah* (pp. 1-130). UIN Syarif Hidayatullah. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034><https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711><http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Fadhilah, A., Darma, R., & Amrullah, A. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 233. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i3.3718>
- Handayani, O. D. (2019). Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) sebagai Sarana Sosialisasi bagi Anak. *PAUDIA : Jurnal Penelitian Dalam Bidang Pendidikan Anak Usia Dini*, 8(2), 74-81. <https://doi.org/10.26877/paudia.v8i2.4842>

- Herlina, N., & Nadiroh, N. (2018). Peran Strategis Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (Rptra) Dalam Rangka Pemenuhan Hak Anak Terhadap Lingkungan. *JPUD - Jurnal Pendidikan Usia Dini*, 12(1), 104–117. <https://doi.org/10.21009//jpuud.121.09>
- Hsuan, T. L., & Yazdanifard, R. (2014). The Review of the Most Effective of Online Advertisement Techniques to Affect Online Customer buying Decision. *Global Journal of Management and Business Research: E*, 14(2), 5–12.
- Pratiwi, D., Santoso, G. B., Mardianto, I., Sedyono, A., & Rochman, A. (2020). Pengelolaan Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress, Canva dan Photoshop untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta. *Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 11. <https://doi.org/10.32663/abdihaz.v2i1.1093>
- Purwati, Y., & Perdanawanti, L. (2019). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42–51. https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/jpmm/article/view/821/pdf_4
- Raditya, D., Gunadi, W., Setiono, D., & Rawung, J. (2020). The Effect of Ad Content and Ad Lengthon Consumer Response towards Online Video Advertisement. *The Winners*, 21(2), 119–128. <https://doi.org/10.21512/tw.v21i2.6797>
- Simatupang, S. (2017). Proses Sosial Dalam Produksi Ruang Publik “RPTRA” Kalijodo Di Jakarta. *SCALE*, 5(1), 43–55. [http://repository.uki.ac.id/188/1/PROSES SOSIAL DALAM PRODUKSI RUANG PUBLIK 'RPTRA' KALIJODO DI JAKARTA.pdf](http://repository.uki.ac.id/188/1/PROSES%20SOSIAL%20DALAM%20PRODUKSI%20RUANG%20PUBLIK%20'RPTRA'%20KALIJODO%20DI%20JAKARTA.pdf)
- Supriyanto, S., Melany Kaihatu, V. A., & Prasetio, T. (2018). Pusat Informasi Di Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (Rptra) Guna Meningkatkan Kecakapan Hidup (Life Skills) Remaja Urban. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 1(2), 99–110. <https://doi.org/10.36341/jpm.v1i2.450>
- Usakti, F. (2021, August). Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema “Desain Sosial Media yang Menjual menggunakan aplikasi Canva.” *UPT Humas Usakti*. <https://trisakti.ac.id/news/pengabdian-kepada-masyarakat-pkm-dengan-tema-desain-sosial-media-yang-menjual-menggunakan-aplikasi-canva/>