
Pelatihan dan Praktik Pembuatan Visual Konten Untuk Meningkatkan Daya Tarik Produk UMKM Batik

Zubaidi¹, Yulis Nurul ‘Aini², Kartika Indah Permanasari³, Rr Tri Istining Wardani⁴, Bambang Suryanto⁵, Ririn Pratiwi Suharto^{6*}

¹Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, email: zubaidi@polinema.ac.id

²Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, email: yulisnurulaini@polinema.ac.id

³Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, email: kartika.jp18@gmail.com

⁴Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, email: tri.istining@polinema.ac.id

⁵Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, email: bambang Suryanto@gmail.com

⁶Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang, email: ririnpratiwi@polinema.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Diterima: 10 Juni 2025

Direvisi: 15 Juli 2025

Diterbitkan: 10 Agustus 2025

Keywords:

Digital Marketing, UMKM, Visual Content

Kata Kunci:

UMKM; Konten Visual; Pemasaran Digital

Abstract

UMKM Batik Gandring Singosari faces challenges in enhancing its brand image and product appeal through digital media, particularly in the aspect of creating effective visual content. This community service activity aimed to improve the partner's skills in producing engaging visual content to support the promotion of batik products through training, hands-on practice, and mentoring. The method used learning by doing. The implementation method consisted of four systematic stages: needs analysis and module development; basic training on product photography; practical sessions on photo shooting and visual editing using applications such as Canva, Snapseed, and Lightroom Mobile; and the development of digital catalogs and storytelling content based on the cultural narrative of the products. This program engaged the owner and employees of the UMKM as active participants. Evaluation results showed that all participants found the training highly relevant, easy to understand, and directly beneficial to the improvement of their digital promotion efforts. The participants were able to produce high-quality product photos, create digital catalogs, and manage social media with more appealing content. Testimonials confirmed an increase in their confidence in taking product photos and crafting visual narratives. Overall, this activity successfully enhanced the partner's capacity to produce more professional and effective visual content, contributing significantly to the increased competitiveness of the UMKM in the digital era.

Abstrak

UMKM Batik Gandring Singosari menghadapi tantangan dalam meningkatkan citra dan daya tarik produk melalui media digital, khususnya pada aspek pembuatan konten visual yang efektif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mitra dalam memproduksi konten visual yang menarik guna menunjang promosi produk batik melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan. Metode pelaksanaan menggunakan Learning by Doing. Metode pelaksanaan terdiri dari empat tahapan sistematis, yaitu: analisis kebutuhan mitra dan penyusunan modul; pelatihan dasar fotografi produk; praktik langsung pemotretan dan editing visual menggunakan aplikasi seperti Canva, Snapseed, dan Lightroom Mobile; serta penyusunan katalog digital dan konten storytelling berbasis narasi budaya produk. Kegiatan ini melibatkan pemilik dan karyawan UMKM sebagai peserta aktif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh peserta menyatakan pelatihan sangat relevan, mudah dipahami, dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan promosi digital usaha mereka. Peserta mampu menghasilkan foto produk berkualitas, menyusun katalog digital, dan mengelola media

sosial dengan konten yang lebih menarik. Testimoni peserta menegaskan peningkatan kepercayaan diri dalam pengambilan gambar dan kemampuan menyusun narasi visual. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam memproduksi konten visual yang lebih profesional dan efektif, serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM di era digital.

PENDAHULUAN

UMKM Batik Gandring Singosari yang berlokasi di Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, merupakan salah satu produsen batik tulis berkualitas tinggi yang telah lama berkiprah dalam industri batik. UMKM ini konsisten menghasilkan batik dengan motif-motif khas yang terinspirasi dari kearifan lokal Malang Raya, mencerminkan nilai historis dan filosofis yang mendalam dari budaya setempat (Prabowo et al., 2024a). Proses produksi yang masih menggunakan cara tradisional menghasilkan keunikan motif dan kualitas pengerjaan yang detail, menjadikan produknya memiliki daya saing tinggi di pasaran (Nugraha et al., 2024; Prabowo et al., 2024b).

Meskipun memiliki produk berkualitas, UMKM Batik Gandring Singosari belum menunjukkan perkembangan signifikan dalam hal penjualan. Situasi ini diperparah dengan dampak pandemi Covid-19 yang menyebabkan penurunan penjualan secara drastis (Darmawan et al., 2024; Wati et al., 2024). UMKM yang tidak beradaptasi dengan transformasi digital mengalami penurunan penjualan hingga 60% selama pandemi (Alkhalifi et al., 2025; Trianasari et al., 2025; Wijaya et al., 2022).

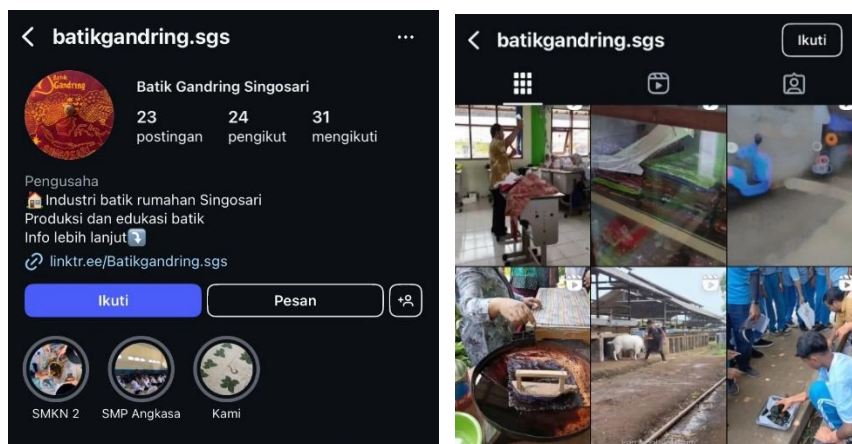


Gambar 1. UMKM Batik Gandring Singosari

Gambar 1 merupakan tempat bisnis UMKM Batik Gandring Singosari. Di era digital saat ini, pemasaran produk sangat bergantung pada ketersediaan konten visual yang menarik dan professional (Bahtera et al., 2024; Sriyeni et al., 2025; Wulandari et al., 2022). Konten visual berkualitas dan strategi media sosial yang efektif menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar online (Anantari & Kurniawan, 2025; Fiandra et al., 2023; Zempi et al., 2022). Akan tetapi,

berdasarkan observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM Batik Gandring Singosari, ditemukan kendala dalam menciptakan konten visual yang menarik untuk produk-produknya.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten visual professional. Pada intinya setiap UMKM harus bisa untuk berinovasi membuat konten digital produk mereka (Arifudin et al., 2023; Kurnilia et al., 2024; Nabi et al., 2024; Santiari et al., 2024). Terdapat 67% UMKM mengalami kesulitan dalam menciptakan konten digital yang berkualitas dan mengintegrasikannya ke dalam strategi pemasaran mereka. Mitra belum memiliki katalog produk digital yang representatif, dan dokumentasi produk masih menggunakan foto sederhana tanpa memperhatikan aspek-aspek fotografi produk yang baik.



Gambar 2. Sosial Media UMKM Batik Gandring Singosari

Gambar 2 adalah media sosial Instagram Batik Gandring Singosari. Batik Gandring harus memiliki kemampuan untuk mengembangkan konten di media sosial. Urgensi kegiatan pengabdian ini semakin tinggi mengingat perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan platform digital (Kusumawati & Delliana, 2024; Saputro et al., 2025; Sianturi et al., 2025). Terdapat 82% konsumen melakukan penelusuran online sebelum memutuskan pembelian produk tradisional, dengan 65% di antaranya sangat mempertimbangkan kualitas visual produk dalam keputusan pembelian mereka (Astri Rumondang Banjarnahor & Endang Hariningsih, 2025). Tanpa konten visual yang menarik dan profesional, produk berkualitas tinggi UMKM Batik Gandring Singosari sulit bersaing di pasar digital (Billah et al., 2022; Dristyan et al., 2023; Rahma Dhany et al., 2024).

UMKM Batik Gandring Singosari telah membuktikan potensinya melalui berbagai prestasi, termasuk penghargaan dalam pameran batik tingkat provinsi dan nasional, serta sertifikasi dari Dinas Perindustrian sebagai produk unggulan daerah. Dalam aspek produksi, mitra telah memiliki workshop yang memadai dan menerapkan standar kualitas yang baik. Transformasi digital merupakan

keharusan bagi UMKM tradisional untuk bertahan dan berkembang di era modern. Jaringan pemasaran yang telah terbangun di wilayah Malang Raya dan sekitarnya belum dapat dioptimalkan karena keterbatasan dalam presentasi produk secara digital.



Gambar 3. Penghargaan UMKM Batik Gandring Singosari

UMKM Batik Gandring memiliki potensi seperti yang terlihat pada Gambar 3 yaitu salah satu penghargaan yang pernah diraih. Melihat besarnya potensi yang dimiliki mitra, perlu adanya dukungan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan pembuatan konten visual yang profesional. Kegiatan ini akan membantu mitra dalam menciptakan katalog produk digital yang menarik dan representatif. Dengan adanya katalog produk digital yang profesional, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar UMKM Batik Gandring Singosari.

Dalam aspek produksi, mitra telah memiliki workshop produksi yang memadai dan telah menerapkan standar kualitas yang baik dalam pembuatan batik tulis. Mitra juga telah memiliki jaringan pemasaran yang cukup luas di wilayah Malang Raya dan sekitarnya. Namun, potensi pasar yang lebih luas belum dapat dioptimalkan karena keterbatasan dalam presentasi produk secara digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendekatan pelatihan dan praktik langsung (*learning by doing*) yang dirancang secara sistematis dalam empat tahapan. Pertama, tim melakukan analisis kebutuhan mitra melalui observasi langsung dan wawancara, dilanjutkan dengan penyusunan modul pelatihan sesuai kebutuhan. Kedua, pelatihan diberikan kepada peserta mengenai dasar-dasar fotografi produk, teknik pencahayaan, komposisi visual, dan penggunaan alat sederhana termasuk smartphone. Ketiga, peserta melakukan praktik pemotretan dan pengeditan visual menggunakan aplikasi seperti Canva, Snapseed, dan Lightroom Mobile, dengan pendampingan dari

tim ahli. Keempat, peserta dilatih menyusun katalog digital dan konten storytelling berbasis narasi budaya batik yang menarik untuk keperluan promosi produk secara digital. Seluruh tahapan dilaksanakan secara partisipatif dengan keterlibatan aktif pemilik dan karyawan UMKM Batik Gandring Singosari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini melibatkan pemilik dan karyawan UMKM Batik Gandring Singosari. Seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti pelatihan, terutama karena materi yang disampaikan sangat relevan dengan kebutuhan pemasaran produk mereka di era digital. Pelaksanaan kegiatan mengikuti empat tahap sistematis sebagai berikut:

- 1) Tahap Persiapan dan Analisis Kebutuhan Mitra. Tim pengabdian melakukan observasi langsung terhadap produk-produk batik dan sarana dokumentasi yang dimiliki mitra. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa mitra belum memiliki keterampilan dasar fotografi produk dan konten visual yang terstandarisasi. Tim juga menyusun modul pelatihan berbasis kebutuhan, termasuk materi teknis dan lembar kerja praktis.
- 2) Pelatihan Dasar Pembuatan Konten Visual. Peserta mendapatkan pelatihan intensif mengenai dasar-dasar fotografi produk, termasuk pemanfaatan kamera dan smartphone, teknik pencahayaan alami, komposisi foto, dan penataan objek. Pelatihan disampaikan secara interaktif dengan simulasi langsung dan diskusi kasus-kasus visual konten yang relevan, seperti yang terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Pemaparan Materi

- 3) Praktik Fotografi dan Editing Visual. Dalam sesi praktik, peserta secara langsung memotret produk batik mereka dengan pendampingan dari tim. Hasil foto dievaluasi dan didiskusikan untuk memberi umpan balik yang membangun. Selanjutnya, peserta diajarkan mengedit foto menggunakan aplikasi yang mudah diakses (Canva, Snapseed, Lightroom Mobile). Mereka mempraktikkan teknik editing dasar untuk menyesuaikan tone warna, pencahayaan, hingga ukuran file untuk media sosial.



Gambar 5. Hasil Fotografi Produk UMKM Batik Granding

- 4) Pembuatan Katalog Digital dan Storytelling Produk. Pada tahap akhir, peserta menyusun katalog digital dengan memanfaatkan template desain yang telah disiapkan. Mereka belajar menentukan layout, memilih tipografi yang sesuai, dan menyisipkan hasil foto produk. Selain itu, peserta juga menulis narasi singkat yang menggambarkan proses produksi, makna motif batik, serta keunikan produk sebagai bentuk storytelling visual. Narasi ini kemudian diintegrasikan dalam katalog dan caption media sosial. Hasil fotografi dapat dilihat pada gambar 5.

Evaluasi terhadap kegiatan dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mitra UMKM Batik Gandring Singosari. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa:

- 1) Seluruh pernyataan dalam kuesioner mendapatkan skor "Setuju" atau "Sangat Setuju", menandakan bahwa kegiatan PPM dinilai sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan mitra.
- 2) Mitra menyatakan bahwa kegiatan ini mampu memberikan solusi nyata atas permasalahan promosi visual yang dihadapi, sekaligus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten visual produk.
- 3) Frekuensi pendampingan dan peran aktif tim pengabdian dirasakan cukup dan efektif dalam mendampingi peserta selama kegiatan berlangsung.
- 4) Terjadi peningkatan kemandirian mitra dalam memproduksi konten visual secara mandiri setelah pelatihan. Hal ini tercermin dari kemampuan mitra dalam membuat katalog digital dan memanfaatkan hasil fotografi untuk promosi di media sosial.
- 5) Dalam isian naratif, mitra menyampaikan bahwa kegiatan ini *"bisa menambah wawasan dan peningkatan pengertian tentang konsep promosi produk."* Mitra juga mengapresiasi komunikasi yang interaktif serta kejelasan materi pelatihan yang disampaikan.
- 6) Satu-satunya catatan evaluatif dari mitra adalah mengenai ketepatan waktu pelaksanaan kegiatan yang perlu ditingkatkan agar lebih efisien dan sesuai dengan jadwal mitra.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini mendapat tingkat kepuasan yang tinggi dari mitra, dan dinilai memberikan dampak positif secara langsung

terhadap peningkatan kualitas promosi produk Batik Gandring melalui media digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan dan praktik pembuatan konten visual yang diberikan kepada UMKM Batik Gandring Singosari mampu meningkatkan kapasitas promosi digital mereka secara signifikan. Peserta tidak hanya memahami dasar-dasar fotografi produk dan teknik pengolahan visual, tetapi juga mampu menerapkannya secara mandiri untuk keperluan pemasaran. Pelatihan berbasis praktik langsung (*learning by doing*) dapat mempercepat adopsi keterampilan digital dalam lingkungan UMKM karena memberikan ruang bagi peserta untuk belajar dari pengalaman nyata.

Kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi desain sederhana seperti Canva dan Lightroom Mobile untuk membuat katalog produk dan konten *storytelling* turut meningkatkan kualitas tampilan produk batik secara visual. Penggunaan konten visual yang kuat, terutama dalam bentuk foto berkualitas dan narasi produk, dapat meningkatkan interaksi konsumen hingga 65% di platform media sosial. Di sisi lain, keberhasilan peserta dalam menyusun narasi produk berbasis nilai budaya lokal juga menunjukkan bahwa pendekatan *storytelling* mampu memperkuat identitas merek UMKM. UMKM yang mampu memanfaatkan konten visual berbasis budaya lokal memiliki keunggulan kompetitif dalam membangun koneksi emosional dengan konsumen.

Evaluasi terhadap kegiatan menunjukkan bahwa peserta menyatakan pelatihan sangat relevan, mudah dipahami, dan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan promosi digital usaha mereka. Pelatihan pemasaran digital tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga meningkatkan rasa percaya diri dan motivasi pelaku UMKM untuk berinovasi. Peserta juga melaporkan peningkatan kepercayaan diri dalam mengambil gambar produk sendiri serta menyusun narasi visual untuk media sosial. Literasi digital yang dikembangkan melalui pelatihan praktis mampu memperkuat kemandirian pelaku UMKM dalam jangka panjang. Keberhasilan transformasi digital UMKM sangat ditentukan oleh keterlibatan aktif pelaku usaha dalam proses pembelajaran berbasis kebutuhan riil dan berbasis praktik.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya menjawab kebutuhan mitra secara praktis, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar digital yang semakin kompetitif dan cepat berubah.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan bersama UMKM Batik Gandring Singosari berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kapasitas mitra dalam memproduksi konten visual yang menarik dan profesional untuk mendukung promosi produk secara digital. Pelatihan yang dilaksanakan secara bertahap mulai dari analisis kebutuhan hingga penyusunan katalog digital dan *storytelling* produk mampu memberikan pemahaman yang utuh sekaligus keterampilan praktis yang langsung dapat

diterapkan oleh peserta. Manfaat nyata dari kegiatan ini antara lain adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam memotret produk batik, mengedit visual menggunakan aplikasi yang mudah diakses, serta menyusun narasi promosi yang berbasis nilai budaya lokal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini dinilai sangat relevan, aplikatif, dan berdampak langsung pada peningkatan kepercayaan diri mitra dalam mengelola media sosial serta menyusun materi promosi yang lebih efektif. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat daya saing UMKM Batik Gandring Singosari di era digital. Penguatan keterampilan digital dan promosi visual tidak hanya mendorong peningkatan kualitas tampilan produk, tetapi juga membuka peluang yang lebih luas dalam memperluas jangkauan pasar, membangun identitas merek lokal, serta mendorong keberlanjutan usaha berbasis budaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian (P3M) Politeknik Negeri Malang yang telah memberikan dukungan dana dan support kepada pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Alkhalifi, Y., Rizal, K., & Alam, N. (2025). MENJADI KREATOR DIGITAL DENGAN AI: INOVASI PELATIHAN KONTEN STOCK BAGI KOMUNITAS KOPIA MAMPANG JAKARTA SELATAN. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 3(3), 557–569.
- Anantari, N. K. S., & Kurniawan, I. G. A. (2025). Pelatihan Manajemen Konten Media Sosial Instagram oleh Divisi Digital Marketing ForeCoffee. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 698–707.
- Arifudin, D., Indriyani, R., Ihsan, I., & Astrida, D. N. (2023). Peningkatan Brand awareness Melalui kegiatan Pelatihan Visual branding Sebagai Implementasi P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) Tema Kewirausahaan. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 2049–2058.
- Astri Rumondang Banjarnahor, & Endang Hariningsih. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL MELALUI PENINGKATAN KETERAMPILAN BRANDING DAN PEMBUATAN KONTEN VISUAL BAGI UMKM DI KEBUN JERUK JAKARTA BARAT. *Empowerment Journal*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.30787/empowerment.v5i1.1698>
- Bahtera, N. T., Salam, M. D., & Prasetyo, S. (2024). Pemberdayaan UMKM di Waru Sidoarjo melalui Pelatihan Konten Kreatif, Copywriting, dan Strategi Bisnis Digital. *Literasi Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 4(2), 196–204.
- Billah, M., Nisa Syahniar, E., Olifia, I., Alfaton Hadinata, M., Amanullah, M. D., & Febriyanti, M. A. (2022). Pembaruan Manajemen Pemasaran Batik Wonomadyo dengan Peningkatan Kualitas Packaging dan Digital

- Marketing. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(2), 223–232.
<https://doi.org/10.33379/icom.v2i2.1457>
- Darmawan, A. J., Utomo, S. R. H., Yoo, P. M. H., Losung, A. S., Satianegara, A. C., & Oranto, R. Z. (2024). Pelatihan Komprehensif dan Memberdayakan Media Sosial pada CGA. *Jurnal Lentera Widya*, 5(2), 111–118.
- Dristyan, F., Mardalius, M., & Apridonol, Y. (2023). PENGENALAN WONDERSHARE FILMORA X UNTUK PEMBUATAN VIDEO BRANDING UMKM KUBE. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 1(3), 98–103.
<https://doi.org/10.59435/jiss.v1i3.176>
- Fiandra, Y., Budiman, A., & Ramdhan, Z. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO KONTEN KREASI DI SOSIAL MEDIA UNTUK GURU DAN SISWA MA YUPPI SOREANG KABUPATEN BANDUNG. *DIMASTEK (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 3(1), 13–18.
- Kurnilia, R. E., Triamita, V. Y., Atika, L. N., Pramesti, A. P., Zuhri, S., Shobari, M. K., Ramelan, M. W., Fatmawatie, N., Ardika, R., & Aditya, T. (2024). Konten Kreatif yang Menarik secara Visual dan Emosional sebagai Upaya Meningkatkan Engagement dan Loyalitas Pelanggan Oishi Chicken Fillet. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 693–697.
- Kusumawati, D., & Delliana, S. (2024). BERBAGI KREATIVITAS VISUAL: PELATIHAN DASAR VIDEOGRAFI DAN EDITING UNTUK STAF HUBUNGAN MASYARAKAT MUSEUM BAHARI. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 79–119.
- Nabi, R. A., Putra, M. G., Adnyana, P. A. Y., Wijaya, R., & Sundoro, B. T. (2024). Penggunaan Canva untuk Pelatihan Pembuatan Konten Desain Grafis pada Siswa SMA Pangudi Luhur Santo Vincentius Giriwoyo. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 3(2), 121–132.
- Nugraha, N., Novantara, P., & Nugraha, D. (2024). Eksplorasi Canva: Pelatihan Konten Visual yang Praktis untuk Pemasaran Produk Lokal di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 467–474.
- Prabowo, A., Yansyah, D., Abdallah, B. N., & Rahmah, K. (2024a). Pelatihan Literasi Pemasaran Digital: Pembuatan Konten Visual Dan Penyusunan Copywriting. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(3), 1119–1126.
- Prabowo, A., Yansyah, D., Abdallah, B. N., & Rahmah, K. (2024b). Pelatihan Literasi Pemasaran Digital: Pembuatan Konten Visual Dan Penyusunan Copywriting. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(3), 1119–1126.
- Rahma Dhany, U., Wilamsari, F., Musriati, T., Masluha, S., & Rahajeng, Y. (2024). Optimalisasi Digital Marketing Strategy UMKM Batik Randu7 Mulia Probolinggo. *JPML*, 2(2).
- Santiari, N. P. L., Ramayasa, I. P., Suwastika, I. W. K., Jepriana, I. W., & Rahayuda, I. G. S. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Facebook dan Pembuatan Konten Visual untuk IRT Kepuaknisam. *ABDI SATYA DHARMA*, 2(2).

- Saputro, A. H., Tawaqal, R. S., Recky, R., Siddiq, A. M., & Muttaqin, R. (2025). Pelatihan Penggunaan Aplikasi CapCut Versi Web Dalam Pembuatan Konten Marketing Bagi Para Pengrajin Sepatu Di Komunitas Sepatu Cibaduyut. *Jurnal Abdi Insani*, 12(4), 1559–1574.
- Sianturi, F. A., Sitio, A. S., Legito, L., Lubis, M. D. S., & Afni, N. (2025). Workshop Pembuatan Konten Media Sosial dengan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 20–24.
- Sriyeni, Y., Syafrandi, M. J., & Putri, M. P. (2025). Pelatihan Desain Grafis Dalam Pembuatan Konten Pembelajaran Visual Bagi Guru Smk Mandiri Palembang. *PENA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 13–20.
- Trianasari, N., Sari, P. K., & Prasetio, A. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Grafis Menggunakan Canva di Yayasan Purba Danarta Semarang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 5(4).
- Wati, A., Pratama, R. H., Nurhayati, A., Sari, A. S. O., & Febywasila, A. (2024). Pelatihan Copywriting dan Strategi Konten untuk Menarik Minat Konsumen pada UKM RedRoseFlorist. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 704–708.
- Wijaya, N., Irsyad, H., & Taqwiym, A. (2022). Pelatihan pemanfaatan canva dalam mendesain poster. *Fordicate*, 1(2), 192–199.
- Wulandari, R., Resmadi, I., Murdowo, D., Mulyana, A., Pandita, R., Andrianawati, A., & Radja, T. M. (2022). E-kiosk dan Pelatihan Konten Digital Instagram untuk Peningkatan Layanan Kesehatan Klinik. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 939–947.
- Zempi, C. N., Maryam, S., Junet, M., & Samodro, D. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Audio Visual Website Desa Baros, Kabupaten Serang, Banten. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 26–32.