

## Pembuatan Media Promosi Untuk Kegiatan Karang Taruna Desa Senang Hati

Andi Sylvana<sup>1</sup>, Elisabeth Ria Viana Praningtyas<sup>2</sup>, Nenah Sunarsih<sup>3</sup>, Rakhmini Juwita<sup>4</sup>, Andriyansah<sup>5</sup>, Imas Maesaroh<sup>6</sup>, Ginta Ginting<sup>7</sup>, Kurnia Endah Riana<sup>8</sup>, Ami Pujiwati<sup>9</sup>, Zainur Hidayah<sup>10</sup>, Rini Dwiyani Hadiwidjaja<sup>11</sup>, Sri Lestari Pujiastuti<sup>12</sup>, Mohamad Nasoha<sup>13</sup>, Irmawaty<sup>14</sup>, Rini Subekti<sup>15</sup>

<sup>1</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; sylvana@ecampus.ut.ac.id

<sup>2</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; elisabethria@ecampus.ut.ac.id

<sup>3</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; nenah@ecampus.ut.ac.id

<sup>4</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; rakhmini@ecampus.ut.ac.id

<sup>5</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; andri@ecampus.ut.ac.id

<sup>6</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; imas@ecampus.ut.ac.id

<sup>7</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; ginta@ecampus.ut.ac.id

<sup>8</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; riana@ecampus.ut.ac.id

<sup>9</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; ami@ecampus.ut.ac.id

<sup>10</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; zainur@ecampus.ut.ac.id

<sup>11</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; rini@ecampus.ut.ac.id

<sup>12</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; slpujiastuti@ecampus.ut.ac.id

<sup>13</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; nasoha@ecampus.ut.ac.id

<sup>14</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; irmawaty@ecampus.ut.ac.id

<sup>15</sup> Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; bektirini@ecampus.ut.ac.id

---

### ARTICLE INFO

#### *Keywords:*

Canva Business Model;  
Karang Taruna;  
promotional media

---

#### *Article history:*

Received 2023-11-21

Revised 2024-02-30

Accepted 2024-04-04

---

### ABSTRACT

Senang Hati Village is one of the developing villages in Malingping Sub-district, Lebak Regency, Banten Province, where the majority of the population is young. Unfortunately, the difficult road conditions in the village mean that young people are less interested in pursuing formal education as high as possible. In addition, the highest public school in Senang Hati Village is only up to junior high school level, so their knowledge and skills are very limited. This also makes the youth of Senang Hati Village lack a sense of responsibility and concern for their village. In fact, the progress of Senang Hati village is in the hands of these young people. Departing from the situation analysis, the Community Service Team (PkM) of the Universitas Terbuka (UT) Faculty of Economics and Business (FEB) lecturers provided training and assistance in making promotional media that could improve youth skills. These skills can become new jobs for young people so that Senang Hati Village can develop. Training and mentoring is carried out offline and online using Canva. The results of the training and mentoring showed that the youth of Senang Hati Village began to be able to use the Canva application properly. Now they have the initial skills that can support various village promotions and generate income, both for the village and for themselves. The training and mentoring can be continued until the youth of Senang Hati Village.

*This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.*



**Corresponding Author:**

Andriyansah

Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia; andri@ecampus.ut.ac.id

**1. PENDAHULUAN**

Media sosial akbrab dengan anak muda, lantas bagaimana dengan organisasi kepemudaan?. Organisasi kepemudaan yang dimaksud adalah organisasi karang taaruna yang merupakan organisasi yang tidak ada duanya didunia hanya ada di Indonesia yang memiliki peran penting dalam pemberdayaan dan pengembangan masyarakat(Afriansih et al., 2024). Namun, dalam pelaksanaannya, oragnisasi itu juga menghadapi beberapa permasalahan. Umumnya permasalahan yang dialami antara lain Pengurus Karang Taruna yang belum memiliki kapasitas dan keterampilan yang memadai dalam mengelola organisasi, Kurangnya pelatihan dan pengembangan kapasitas bagi pengurus dan anggota Karang Taruna.

Menurut Abidin & Suryani, (2020) Organisasi ini diharapkan memberi dampak positif bagi para anggotanya. Namun ternyata organisasi ini tidak berkembang dan anggota-anggota di dalamnya cenderung tidak aktif. Padahal mereka punya kesempatan menciptakan keadaan yang lebih baik bagi desanya di masa mendatang melalui karya dan potensi intelektual yang mereka miliki. Tantang lain yang dihadapi organisasi ini yaitu Terbatasnya fasilitas dan infrastruktur, Kesulitan dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang cepat sehingga seperti lingkaran setan organisasi ini untuk berkembang(Andriyansah & Rulinawaty, 2023).

Kurangnya inovasi dan kreativitas dalam merancang program yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal acap kali seperti tembak raksasa yang sulit untuk ditembus. Berangkat dari situasi ini, Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Terbuka (UT) memberikan pelatihan dan pendampingan berupa kegiatan yang dapat mendorong para pemuda Desa Senang Hati untuk mengembangkan desanya. Berikut adalah detail analisis alternatif pemecahan masalah yang didesain oleh Tim PkM FEB UT:

**Tabel 1, Kegiatan Pelatihan Pembuatan Media Promosi**

Permasalahan	Kebutuhan Pengetahuan dan Pelatihan	Materi Pelatihan	Narasumber
Rendahnya pengetahuan dan skill dari anggota Karang Taruna Desa Senang Hati	Memberikan : - Pengetahuan tentang teori dan konsep Manajemen Pemasaran. - Pengetahuan tentang teori dan konsep Desain Grafis.	- Konsep dasar manajemen pemasaran - Konsep dasar Desain Grafis	• Andi Sylvana • Faisal Zamil • Nenah Sunarsih • Rakhmini Juwita
	Memberikan : - Pelatihan tentang Pengenalan Multi Media - Pelatihan tentang Aplikasi Canva	Pembuatan desain alat promosi melalui aplikasi Canva.	• Elisabeth Ria • Akhmad Akbary • Sahrul Romadhoni

Tim PkM memberikan Tim PkM FEB UT memberikan pelatihan dan pengembangan Pembuatan Media Promosi melalui media cetak. Media promosi melalui media cetak adalah cara promosi yang paling banyak digunakan. Promosi ini biasanya dilakukan dengan membuat spanduk, banner, iklan di koran, majalah, buku, sticker, pamflet, flyer, kaos dan lain sebagainya. Promosi jenis ini sangat mudah dijangkau oleh masyarakat kalangan atas hingga bawah. Biaya untuk promosi menggunakan media cetak ini cukup terjangkau dan dapat menghemat biaya (Nurhayati & Andriyansah, 2024).

Media promosi adalah untuk menarik perhatian, menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk, jasa, atau merek tertentu (Amirah et al., 2024). Banyak riset yang menyebutkan bahwa media sosial memungkinkan setiap individu dan industri bisnis untuk menjangkau area yang luas. Platform yang tersedia pada media sosial yang ada dalam fitur memungkinkan bisnis untuk menargetkan audiens berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan lokasi (Pratiwi et al., 2022).

Pelatihan yang diberikan ini menjadi media berbagi pengetahuan dan *skill* dari Tim PkM Dosen kepada para anggota Karang Taruna. Selain itu, kegiatan pengabdian ini juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi anggota Karang Taruna. Mereka dapat memberikan jasa untuk mendesain media promosi dalam beragam bentuk. Keterampilan ini sangat menjanjikan dan menguntungkan, mengingat dunia usaha akan selalu membutuhkan media promosi untuk menunjukkan produknya kepada pelanggan.

## 2. METODE

Merujuk Andriyansah et al., (2024) bahwa agar pelaksanaan program ini dapat menghasilkan tujuan yang diharapkan, maka kegiatan ini memerlukan metode yang tepat. Secara umum kegiatan ini berupa: (1) pemberian paparan materi secara teoritis berupa ceramah, diskusi dan tanya jawab tentang desain grafis; (2) dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan (coaching) pengembangan multimedia berupa penggunaan aplikasi Canva sebagai sarana/media promosi (Geraldina et al., 2024). Berkaca dari permasalahan yang dihadapi mitra, maka Tim PkM FEB UT melaksanakan kegiatan dengan metode pendekatan sebagai berikut:

### 1. Observasi

Tim melakukan observasi secara langsung dengan datang ke lokasi di Desa Senang Hati untuk mengetahui potensi dan kebutuhan pelatihan bagi para anggota Karang Taruna.

### 2. Wawancara

Tim PkM Dosen melakukan wawancara kepada beberapa pemuda Karang Taruna dan aparat Desa Senang Hati mengenai kondisi masyarakat dan potensi desa terkait permasalahan, hambatan, atau kendala masyarakat setempat dalam pengembangan potensi desa yang dimiliki.

### 3. Pendataan

Tim melakukan pendataan tentang jumlah pemuda baik yang aktif maupun yang tidak aktif dalam kegiatan desa. Selain itu, tim juga melakukan pendataan terhadap potensi yang dimiliki desa baik dalam hasil produksi makanan, kerajinan, dan wisata.

### 4. Persiapan Materi dan Peralatan Pelatihan

Sebelum melakukan pelatihan, Tim PkM Dosen FEB UT merancang dan menyiapkan materi berupa modul sederhana untuk dijadikan pedoman dalam pelatihan.

### 5. Pelatihan

Pelatihan dilakukan baik secara luring maupun daring, dengan narasumber yang berasal dari FEB UT dan unit Pusat Produksi Bahan Ajar Multimedia (P2BAM) yang ahli dalam bidang multimedia.

## Mitra kegiatan

Desa Senang Hati merupakan desa di Kecamatan Malingping, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Berdasarkan pemetaan Pendamping Lokal Desa, Desa Senang Hati tergolong sebagai Desa Berkembang. Desa ini memiliki luas wilayah 860 Ha, dengan jumlah penduduk 2.312 jiwa dan Kepala

Keluarga sebanyak 742. Jalan menuju Desa Senang Hati tergolong cukup baik, namun jika sudah masuk ke wilayah Desa Senang Hati, jalan cukup rusak (Subekti et al., 2024). Jalanan berlubang dan genangan air sehingga sulit untuk dilalui kendaraan. Wilayah tersebut masih didominasi beberapa rumah penduduk yang dibangun agak jauh satu dengan yang lain. Bangunan rumah terbuat dari bata sederhana. Pada sisi kanan dan kiri jalan terdapat tanah kosong yang tampaknya belum diusahakan dengan optimal. Kurangnya fasilitas pendukung seperti akses jalan membuat Desa ini masih tergolong sebagai Desa Berkembang. Selain itu, sekolah negeri yang tersedia di Desa ini hanya sampai di tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP). Jika warga ingin melanjutkan pendidikan ke SMA, maka mereka harus mencari SMA di luar Desa Senang Hati.

Mayoritas penduduk Desa Senang Hati merupakan usia produktif, yaitu sebanyak 1.596 jiwa dengan usia antara 15-56 tahun, sedangkan sisanya adalah usia kurang dari 15 tahun sebanyak 346 jiwa dan lebih dari 56 tahun sebanyak 370 jiwa. Jika disadari dan dikelola dengan baik, jumlah usia produktif yang cukup besar ini merupakan potensi bagi Desa Senang Hati. Sayangnya, para pemuda Desa Senang Hati yang seharusnya dapat menjadi generasi penerus perkembangan Desa kebanyakan kurang memiliki rasa tanggung jawab dan kepedulian. Fenomena kurangnya kepedulian dan tanggung jawab memang kerap ditemui pada usia remaja (Maesaroh et al., 2024). Selain itu, pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki para pemuda masih sangat terbatas. Banyak dari mereka yang belum memiliki pekerjaan/pengangguran pada usia produktif karena rendahnya jumlah pemuda yang melanjutkan ke jenjang Pendidikan tinggi. Hal ini selain disebabkan karena kurangnya pemberdayaan bagi pemuda serta tingkat perekonomian di desa tersebut yang relatif rendah. Kegiatan ini akan fokus pada peran Para pemuda Desa Senang Hati telah tergabung ke dalam Organisasi Karang Taruna (Andriyansah, Hendrayanaama, et al., 2024).

**Tabel 2**  
**Jadwal Pelaksanaan PkM**

Kegiatan	Target Luaran	Waktu	Peserta	Jumlah Peserta	Tempat
Observasi dan wawancara mendalam	Mendapatkan jenis pelatihan yang dibutuhkan oleh anggota Karang Taruna	8 Maret 2023	Warga Desa Senang Hati, Aparat Desa Senang Hati, Kepala Desa Senang Hati, Tim PkM Dosen FEB UT	15 orang	Desa Senang Hati
Pendataan anggota Karang Taruna	Mendapat data anggota Karang Taruna yang menjadi target pelaksanaan pelatihan	17 Juni 2023	Karang Taruna Desa Senang Hati, Aparat Desa	15 orang	Desa Senang Hati

Kegiatan	Target Luaran	Waktu	Peserta	Jumlah Peserta	Tempat
			Senang Hati, Kepala Desa Senang Hati, Tim PkM Dosen FEB UT		
Pelatihan secara luring	Peserta mampu : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami teori dan konsep Manajemen Pemasaran.</li> <li>- Memahami teori dan konsep Desain Grafis.</li> <li>- Mengenal Multi Media yang cocok untuk diimplementasikan</li> <li>- Mengoperasionalkan aplikasi Canva</li> </ul>	8 Juli 2023	Karang Taruna Desa Senang Hati	15 orang	Desa Senang Hati
Pendampingan	Peserta mampu membuat draf beberapa desain promosi dengan menggunakan aplikasi canva	Juli – September 2023	Karang Taruna Desa Senang Hati	15 orang	Desa Senang Hati
Pelatihan secara daring	Peserta mampu membuat beberapa master desain promosi dengan menggunakan aplikasi canva	30 September 2023	Karang Taruna Desa Senang Hati	15 orang	Universitas Terbuka
Penyusunan artikel	Artikel PkM terbit pada jurnal nasional	Oktober 2023	Tim PkM Dosen FEB UT	5 orang	Universitas Terbuka
Penyusunan laporan kegiatan	Laporan kegiatan terselesaikan	Oktober 2023	Tim PkM Dosen FEB UT	5 orang	Universitas Terbuka

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM Dosen FEB UT ini mendapatkan sambutan positif dari pihak mitra, yaitu Karang Taruna di Desa Senang Hati. Program yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan desa yang memiliki potensi pemuda namun belum banyak masyarakat yang mengetahuinya. Sambutan positif tersebut antara lain terlihat dari partisipasi aktif pihak Karang Taruna, aparat desa, dan Kepala Desa yang setia mendampingi para peserta pelatihan.

Menurut peserta, pelatihan penggunaan aplikasi Canva sangat mudah untuk dioperasikan dan diaplikasikan. Fitur yang tersedia memungkinkan pengguna untuk menambahkan sendiri gambar maupun tulisan yang diinginkan (Andriyansah et al., 2023). Peserta pelatihan menganggap aplikasi ini praktis dan efektif digunakan sebagai media promosi (Fatimah, 2023). Antusiasme anggota Karang Taruna juga tercermin dari meningkatnya kemampuan peserta dalam membuat desain yang menarik untuk kaos, mug, spanduk, dan label kemasan produk. Pada pelatihan kedua, anggota Karang Taruna yang mengikuti pelatihan pertama mencoba membantu membuat desain label produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKK Desa Senang Hati. Label yang dibuat yaitu kemasan untuk botol VCO dan keripik singkong hasil dari Desa Senang Hati.



Gambar 1. Dokumentasi observasi dan wawancara mendalam di Desa Senang Hati



Gambar 2. Dokumentasi pelatihan dan pengembangan secara luring di Desa Senang Hati

Pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan oleh Tim PkM Dosen FEB UT menunjukkan bahwa para peserta yaitu anggota Karang Taruna kini memiliki keterampilan membuat media promosi sebagai alat untuk memasarkan produk maupun jasa (Hidayah et al., 2024). Pelatihan ini membuktikan bahwa semakin terbuka individu terhadap perkembangan teknologi, maka semakin besar



kemungkinan individu tersebut untuk menggunakan teknologi sesuai dengan kebutuhan (Sinulingga, 2023).



Gambar 2. Dokumentasi pelatihan dan pengembangan secara luring di Desa Senang Hati

Adapun terdapat beberapa kendala yang ditemui selama pelatihan dan pendampingan. Beberapa di antaranya adalah pada saat awal pelatihan, kreativitas para pemuda Desa Senang Hati belum terasah dengan baik sehingga desain yang dibuat kurang menarik untuk dijadikan sebagai media promosi (Silalahi et al., 2023). Namun seiring berjalannya waktu, mereka mulai lebih kreatif dan berani mencoba fitur-fitur yang ada pada Canva. Selain itu, akun Canva yang mereka miliki bukanlah yang premium sehingga beberapa desain dan fitur masih terbatas. Tim PkM FEB UT menanggapi kesulitan tersebut dengan memberikan bantuan berupa akses akun premium Canva sehingga hasil media promosi yang mereka buat menjadi lebih menarik.



Gambar 3. Dokumentasi pelatihan dan pengembangan secara daring

Tim PkM FEB UT berharap bahwa Anggota Karang Taruna Desa Senang Hati tetap melakukan upaya tindak lanjut untuk mengembangkan potensi desa. Hasil yang didapat selama pelatihan diharapkan mampu memacu semangat anggota Karang Taruna dan pihak desa untuk selalu meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan ketrampilan dan kemampuan pribadi para anggota Karang Taruna.



Gambar 5. Desain kaos yang dibuat salah satu kelompok Karang Taruna Desa Senang Hati

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelatihan dan pengembangan yang dilakukan oleh dosen-dosen FEB UT, maka hasil dari kegiatan PkM ini bersifat non-tangible, yaitu:

1. Menambah keterampilan dan membuka peluang usaha baru bagi anggota Karang Taruna di bidang media promosi.
2. Kepuasan peserta pelatihan terhadap kegiatan PkM ini yang tercermin dari antusiasme peserta selama mengikuti program pelatihan.

#### REFERENSI

- Abidin, J., & Suryani, Y. (2020). Kajian Perilaku Kelompok Dalam Organisasi. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(2), 97–110.
- Afriyansih, S., Adibrata, S., Mufiadi, M. R., & Andriyansah. (2024). Bubu Sebagai Alat Tradisional Penangkap Ikan Yang Efektif dan Ekonomis Bagi Nelayan. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(02), 621–633.
- Amirah, G. G., Andriyansah, & Herman, L. E. (2024). ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN ATTITUDE TOWARD PRODUCT USED DAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1), 21–30.
- Andriyansah, Hendrayanaama, A. S., Thaib, D., Sylvana, A., Maesaroh, I., & Nasoha, M. (2024). Strategi Mapping Classroom dengan model Quantum Teaching Untuk Meningkatkan Percaya Diri Tampil di depan Publik Untuk Generasi Kota Batam. *Abdimas Indonesian Journal*, 4(1), 25–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.59525/aij.v4i1.320>
- Andriyansah, & Rulinawaty. (2023). Network Model of Lower Level Bureaucracy Capacity Building in Community Empowerment Policy Case Study of Street Vendors (PKL) Policy Implementation in South Sulawesi Province. *Jurnal. Pamator: Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(4).
- Andriyansah, Rulinawaty, Adamy, Z., Yunitasari, S. E., & Djajasmita, A. S. N. G. (2023). Mengembangkan Bisnis Kopi Berbasis Nilai Ergo-Ikonik: Coffee Business Development Based on Ergo-Iconical Values. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(4), 8(4).
- Andriyansah, Wihadanto, A., Geraldina, I., Febrianti, R., Paramitha, D., & Nataliani, N. P. (2024). Pelatihan Dewan Kemakmuran Masjid dengan Pengembangan Bisnis Online. *Gandhi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–8.
- Fatimah, F. (2023). Mendorong Aktivitas Bisnis Pada Generasi Muda dengan Pelatihan untuk Pemahaman Teori dan Praktik Kewirausahaan. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 154–163.



- Geraldina, I., Arifin, A. H., Rahim, A. R., & Andriyansah. (2024). Pemberdayaan Desa dengan Keunikan Kemasan Produk pada "One Village One Product" di Kecamatan Bontomarannu. *Abdimas Indonesian Journal*, 4(1), 33–40.
- Hidayah, Z., Hermajiwandini, C. M. D. W., Fitriani, D., & Sukendri, N. (2024). The Power of Religious Values, Humanitarian Tourism to Encourage Value-Added Travel. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(6), e04965.
- Nurhayati, S., & Andriyansah. (2024). Pengembangan Konsep Green Oscillations untuk Meningkatkan Produktivitas. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2).
- Pratiwi, R., Wardhani, W. N., Pambudi, B., & Kusumawati, I. R. (2022). Keunikan lokal di desa global: wisata heritage di Tempur Jepara. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 3(1), 11–18.
- Silalahi, L. M., Meutia, M., & Andriyansah. (2023). Analysis of Factors That Influence Senior High School Students' Interests and Decisions to Study Abroad. Case Study: International Foundation Course (IFC) in Indonesia and Malaysia. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(2), 258–275.
- Sinulingga, D. (2023). The Influence of Relational Competence, Work Flexibility, and Technology Mastery on Performance, with Work Commitment as an Intervening Variable. *Dinasti International. Journal of Digital Business Management*, 4(6), 1074–1087.

