



Peningkatan Branding Ikatan Guru Muslimat Nadhlatul Ulama Propinsi Jawa Timur dengan Canva

Noven Indra Prasetya¹, Nia Saurina², Lestari Retnawati³, Firman Hadi Sukma
Pratama⁴, Nonot Wisnu Karyanto⁵, Udik Pudjianto⁶

Program Studi Informatika^{1,2,3,4,5}, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya^{1,2,3,4,5}

Balai Besar Guru Penggerak (BBGP) Provinsi Jawa Timur⁶

e-mail: noven@uwks.ac.id

Abstrak

Kekuatan brand telah mengikat loyalitas pelanggan sehingga menghantarkan keberhasilan bisnis, ketangguhan dan produk yang bersaing. Brand dengan segala kekuatannya memiliki makna yang berbeda-beda dengan tujuan yang berbeda pula. Canva, aplikasi desain grafis yang bisa digunakan secara online menggunakan berbagai perangkat. Canva bisa digunakan menggunakan komputer, laptop, ponsel pintar dan tablet. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan canva untuk peningkatan Branding Lembaga bagi Ikatan Guru Muslimat Nadhlatul Ulama (IGMNU) Propinsi Jawa Timur. Metode Pelaksanaan kegiatan ini diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi tiga metode, yaitu: (1) menggunakan metode ceramah tentang pentingnya peranan peningkatan branding lembaga bagi perkembangan bisnis, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi; (2) memberikan praktek langsung disertai tutorial pemanfaatan canva untuk pembuatan branding Lembaga; (3) memberikan evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta dalam memanfaatkan Canva untuk memasarkan produk. Dari 94 peserta yang hadir, semua peserta berhasil menggunakan Canva untuk membuat logo Lembaga mereka masing-masing.

Kata Kunci: *Ikatan Guru, Muslimat Nadhlatul Ulama, Canva, Branding Lembaga.*

Abstract

The strength of the brand has bound customer loyalty thereby delivering business success, resilience and competitive products. Brands with all their strengths have different meanings with different goals. Canva, a graphic design application that can be used online using various devices. Canva can be used on computers, laptops, smartphones and tablets. The aim of this community service activity is Canva training to improve institutional branding for the East Java Province Muslimat Nadhlatul Ulama Teachers Association. Method of implementing this activity is provided in the form of training which is divided into three methods, namely: (1) using the lecture method about the importance of the role of increasing institutional branding for business development, especially in terms of increasing promotional activities; (2) provide direct practice accompanied by a tutorial on using Canva to create institutional branding; (3) provide an evaluation to measure the level of success of participants in using Canva to market products. Of the 94 participants who attended, all participants successfully used Canva to create their respective institution logos.

Kata Kunci: *Teacher Association, Muslimat Nadhlatul Ulama, Canva, Institutional Branding.*

PENDAHULUAN

Dalam Komunikasi pemasaran brand atau yang dikenal dengan brand bukan sekedar nama dan logo, brand merupakan janji satu organisasi (satuan kerja) kepada pelanggan untuk memberikan apa yang menjadi prinsip brand tersebut (Ardipraditiya, 2020). Tidak hanya manfaat fungsional melainkan manfaat emosional, ekspresi diri dan social (Hanif, 2018). Namun brand juga bukan hanya sekedar memenuhi janji. Brand adalah sebuah perjalanan panjang yang berkembang berdasarkan persepsi dan pengalaman serta penilaian, kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang berhubungan dengan brand tersebut (Aaker, 2015).

Kekuatan brand telah mengikat loyalitas pelanggan sehingga menghantarkan keberhasilan bisnis, ketangguhan dan produk yang bersaing. Brand dengan segala kekuatannya memiliki makna yang berbeda-beda dengan tujuan yang berbeda pula. MarkPlus Institute of Marketing mengidentifikasi 6 (enam) tingkatan brand, yaitu (Sumartik, 2016) : a) Atribut yakni sebuah brand yang diharapkan mampu mengingatkan suatu atribut atau sifat tertentu. b) Manfaat yakni sebuah brand yang lebih dari seperangkat atribut. pelanggan tidak membeli atribut melainkan membeli manfaat baik yang fungsional (tahan lama) maupun emosional. Sebuah brand yang bagus tidak hanya memiliki kekuatan menjelaskan produk kepada pelanggan tetapi juga dibangun dengan konsistensi keunggulan produk. Pelanggan membeli sebuah produk tidak hanya berharap dari brandnya saja melainkan juga fungsi dari produk tersebut omotif. c) Nilai yakni suatu brand menciptakan nilai bagi produsen. Nilai yang melekat pada produk biasanya dimaknai dengan cara yang sederhana tetapi mewakili keseluruhan sebuah produk. Pelanggan yang memakai gadget terbaru hendak menunjukkan dirinya sebagai sosok yang peduli teknologi, update dengan teknologi terbaru dan berusaha menaikkan prestisenya dengan produk yang dipakai. d) Budaya, yakni suatu brand mewakili budaya tertentu. Misalkan Mercedes mewakili budaya Jerman yang efisien dan berkualitas tinggi. Honda mewakili budaya Jepang yang sarat dengan teknologi dan impian masa depan. Produk yang diproduksi dinegara dengan budaya tinggi dan tingkat kedisiplinan tinggi dan kualitas yang terjamin akan lebih meyakinkan daripada yang diproduksi di negara yang secara budaya, kualitas lebih rendah. e) Kepribadian, yakni suatu brand juga mampu merancang kepribadian tertentu. f) Pemakai, yakni suatu brand akan memberi kesan kepada pengguna brand tersebut. Kesan tersebut lahir dari pengalaman menggunakan produk. Kualitas produk yang tinggi akan memberikan kesan dan pengalaman yang positif bagi pemakai dan akan melahirkan loyalitas terhadap produk tersebut.

Dalam membangun sebuah brand, banyak hal yang harus direncanakan seperti: (1) mendesain identitas visual, yang meliputi logo, kemasan, signage, eksterior dan interior gedung, seragam, company profile, graphic standard manual, dan masih banyak lagi; (2) merancang komunikasi, seperti: iklan, laporan

tahunan, public relation, dan sebagainya; dan (3) menetapkan perilaku, yang meliputi: nilai perusahaan, etos kerja, budaya perusahaan, dan lain-lain (Hari, 2017).

Canva, aplikasi desain grafis yang bisa digunakan secara online menggunakan berbagai perangkat. Canva bisa digunakan menggunakan komputer, laptop, ponsel pintar dan tablet. Karena sifatnya yang multidevice ini, Canva banyak digunakan oleh pembuat konten (Erisa, 2021). Canva tersedia dalam versi gratis dan berbayar. Canva sangat mudah digunakan karena menyediakan banyak template yang dapat digunakan oleh desainer sehingga mempermudah dan mempercepat proses membuat dan mengedit konten grafis.

Ikatan Guru Muslimat Nadhlatul Ulama (IGMNU) Propinsi Jawa Timur merupakan perkumpulan Guru-guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang dibawah naungan Muslimat Nadhlatul Ulama. Dengan adanya aplikasi Canva ini, para guru PAUD mampu mengaplikasikan pembelajaran maupun dokumentasi kegiatan anak usia dini secara mudah dan dapat mengikuti perkembangan teknologi.

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan canva untuk peningkatan Branding Lembaga bagi Ikatan Guru Muslimat Nadhlatul Ulama (IGMNU) Propinsi Jawa Timur.

METODE

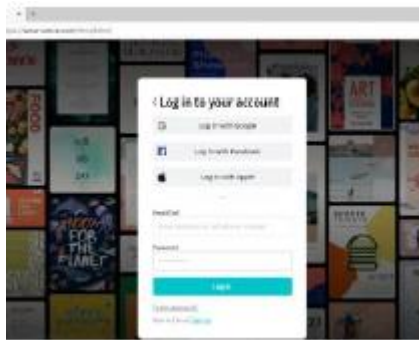
Pelaksanaan kegiatan ini diberikan dalam bentuk pelatihan yang dibagi menjadi tiga metode, yaitu : 1) Menggunakan metode ceramah tentang pentingnya peranan peningkatan branding lembaga bagi perkembangan bisnis, terutama dalam hal meningkatkan kegiatan promosi. Ceramah juga disertai dengan beberapa contoh Lembaga Pendidikan yang telah sukses menggunakan media sosial untuk kegiatan promosi. Sehingga diharapkan para guru di IGMNU sadar akan pentingnya pemanfaatan branding di era sekarang ini. 2) Memberikan praktek langsung disertai tutorial pemanfaatan canva untuk pembuatan branding lembaga. Adapun media sosial yang digunakan adalah Whatsapp Business, sambil lalu jika ada peserta yang kurang mengerti, mereka bisa bertanya kepada pemateri dengan dipandu oleh moderator. Dalam sesi praktik ini, fasilitator mendampingi dan membantu peserta yang mengalami kendala. 3) Memberikan evaluasi untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta dalam memanfaatkan Canva untuk memasarkan produk. Dari 94 peserta yang hadir, semua peserta berhasil menggunakan Canva untuk membuat logo Lembaga mereka masing-masing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Membuat konten dengan Canva

Dalam melakukan Branding Lembaga, hal yang sangat penting adalah konten yang berisi promosi yang diposting di media sosial yang digunakan (Puspitarini, 2019). Apapun bentuk promosi, foto atau konten menjadi salah satu daya Tarik konsumen untuk membaca atau menyimpan (Purbohastuti, 2017).

Dalam membuat konten, kreativitas dan dukungan aplikasi yang mudah digunakan menjadi salah satu persoalan yang dihadapi para guru dalam mempromosikan sekolah (Sumartik, 2016). Ketidakmampuan dalam mendesain konten dan membuat konten yang menarik dapat diatasi dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang gratis dan menawarkan berbagai template yang dapat digunakan (Kadek, 2023). Salah satu aplikasi online yang gratis dan menawarkan banyak template adalah Canva. Canva adalah aplikasi yang dapat digunakan untuk melakukan desain grafis (Purwati, 2019). Penggunaan aplikasi Canva dapat meningkatkan kreativitas dalam membuat desain poster, presentasi, dan konten visual lainnya (Sholeh, 2020). Dalam melakukan desain, aplikasi Canva menyediakan beragam foto yang dapat digunakan sebagai ilustrasi konten, konten dalam bentuk template sehingga dapat langsung digunakan, jenis huruf dan berbagai ilustrasi lainnya dalam menunjang kreativitas dalam membuat desain (Pratiwi, 2020). Agar dapat menggunakan Canva, pengguna harus mendaftar sebagai anggota dan penggunaan Canva dilakukan secara online dengan laman www.canva.com. Gambar 1 merupakan halaman depan dari www.canva.com.



Gambar 1. Laman untuk login di www.canva.com



Gambar 2. Laman setelah login di www.canva.com

Dengan melakukan pendaftaran, pengguna dapat memanfaatkan fasilitas yang ada di Canva. Fasilitas yang ada di Canva tidak hanya berisi kumpulan template untuk desain konten tetapi ada fasilitas lain yang digunakan untuk membuat jenis huruf, animasi dan lainnya. Gambar 3, laman yang dapat digunakan setelah menjadi anggota di Canva

Manfaat Canva

Selain digunakan untuk mendesain konten di media sosial, Canva dapat digunakan untuk melakukan desain lain, seperti membuat logo, poster, banner iklan, dan lainnya. Desain-desain yang dapat dimanfaatkan diantaranya :

- Logo : Logo dapat digunakan sebagai sarana branding dari usaha yang dilakukan. Untuk mendesain logo, di Canva ada beberapa template yang sudah disediakan atau buat sendiri. Gambar 3 Contoh template yang sudah disediakan Canva.



Gambar 3. Template untuk membuat logo

- Banner Iklan : Banner iklan dapat digunakan untuk promosi dengan menggunakan website. Gambar 4, contoh template untuk membuat banner iklan



Gambar 4. Contoh template untuk membuat banner iklan

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan kuesioner yang diantaranya berisi pertanyaan apakah peserta yang mahir dalam membuat konten dan aplikasi yang pernah digunakan serta pertanyaan apakah pernah menggunakan Canva untuk mendesain konten. Jawaban dari pertanyaan tersebut, semua responden menjawab belum pernah membuat konten dengan aplikasi Canva. Gambar 5, pembukaan kegiatan oleh perwakilan dari IGMNU dan gambar 6, paparan nara sumber dari program studi Informatika Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

SIMPULAN

Konten menjadi salah satu faktor terpenting dalam pengelolaan Branding Lembaga di media sosial. Kesulitan bagi para guru dalam membuat konten yang menarik dapat diatasi dengan menggunakan aplikasi yang menawarkan banyak template. Dengan banyaknya template, para guru tinggal memilih template yang digunakan tanpa melakukan desain dari awal. Template yang dipilih dilakukan modifikasi dengan gambar dan narasi sesuai yang diinginkan.

Salah satu aplikasi yang dapat digunakan secara mudah dan banyak template adalah Canva. Canva merupakan aplikasi yang bersifat online dengan laman www.canva.com. Dalam sosialisasi ini para guru mendapatkan gambaran bagaimana membuat konten dengan mudah sehingga konten yang digunakan sebagai sarana peningkatan Branding Lembaga yang memiliki penampilan menarik. Dari 94 peserta yang hadir, semua peserta berhasil menggunakan Canva untuk membuat logo Lembaga mereka masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- AAker, David (2015), *Aaker on Branding 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ardipraditiya, F. H. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. Inteligensia Media* (Intrans Publishing Group).
- Erisa Adyati Rahmasari, Auria F. Yogananti. (2021). *Kajian Usability Aplikasi Canva (Studi Kasus Pengguna Mahasiswa Desain)*. Andharupa, *Jurnal Desain dan Komunikasi Visual & Multimedia*. Volume 07, Nomor 01.
- Hanif Mahaldi. (2018). *Content Marketing Untuk Pemula*. ebooku.id.
- Hari Susanta Nugraha, Fitri Ariyanti, Darwanto. (2017). *Penerapan Branding Pada UKM Makanan Ringan Di Kabupaten Jepara*. *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 6 Nomor 1.
- Kadek Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Padmi Harini, Putu Adi Ananta Yoga. (2023). *Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital*. Webinar Nasional (PROSPEK 2) "Transformasi Pendidikan Melalui Digital Learning Guna Mewujudkan Merdeka Belajar". Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia.
- Muhammad Sholeh, Rr. Yuliana Rachmawati, Erma Susanti. (2020). *Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM*. SELAPARANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. Volume 4, Nomor 1.
- Pratiwi, D., Santoso, G. B., Mardianto, I., Sedyono, A., & Rochman, A. (2020). *Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress, Canva dan Photoshop untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta* *Web Content Management Using Wordpress , Canva and Photoshop for Teachers of the Jakarta Region*. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 11-15.
- Purbohastuti, A. . (2017). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Arum*. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Purwati, Y., Perdanawanti, L., Informatika, P. T., Canva, A., & Profesional, I. (2019). *Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva*. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)* Vol., 1(1), 42-51.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Sumartik, & Larassaty, A. L. (2016). *Geliat Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Branding UMKM di Sidoarjo*. *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC* (pp. 334-349). Jakarta: Universitas Bakrie.