

Pelatihan Canva Untuk Penguatan Identitas Visual dan Promosi PPDB PAUD

Nurfaizah^{1*}, Wisnu Muamar¹, Iwan Haryanto¹, Arifah Budi Hidayah¹, Didit Suhartono²,
Muliasari Pinilih³

¹Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Amikom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Informatika, Universitas Amikom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

³Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Bisnis Digital, Universitas Amikom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

Email: ^{1*}nurfaizah@amikompurwokerto.ac.id, ²didit@amikompurwokerto.ac.id,

³mpinilih@amikompurwokerto.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak – Keterbatasan kapasitas desain visual pada lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) skala komunitas dapat menghambat penyampaian informasi publik dan promosi penerimaan peserta didik baru (PPDB). Pada mitra kegiatan, informasi lembaga sebelumnya dominan disampaikan melalui teks pada pesan singkat dan belum didukung materi visual yang konsisten. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kemampuan guru dalam menghasilkan materi komunikasi visual berbasis Canva sekaligus membangun template baku sebagai identitas visual lembaga. Pelatihan dilaksanakan pada 9 Mei 2026 di KB Tunas Bangsa, Desa Kediri, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas, dengan enam guru dari KB Tunas Bangsa dan TK Pertiwi 5 Kediri. Metode yang digunakan adalah product-based training melalui tiga tahap, yaitu pengenalan Canva dan prinsip dasar desain, praktik desain terbimbing, serta standarisasi template dan penyiapan distribusi. Evaluasi dilakukan secara deskriptif berbasis ketercapaian produk. Seluruh peserta menyelesaikan poster pengenalan lembaga dan flyer PPDB yang dapat digunakan untuk kanal cetak maupun digital. Selain itu, dihasilkan template baku yang dapat digunakan kembali sehingga proses produksi konten tidak perlu dimulai dari awal. Hasil ini menunjukkan bahwa Canva dapat menjadi perangkat yang layak bagi lembaga PAUD dengan sumber daya terbatas untuk memperkuat konsistensi komunikasi visual. Namun, kegiatan ini belum mengukur perubahan kompetensi melalui pre-test/post-test maupun dampak publikasi terhadap jangkauan informasi atau jumlah pendaftar, sehingga evaluasi lanjutan masih diperlukan.

Kata Kunci: Canva, Identitas Visual, Komunikasi Publik, PAUD, PPDB

Abstract – Limited visual design capacity in community-based early childhood education institutions can constrain public communication and new student admission promotion. Prior to the program, the partner institutions mainly disseminated school information through plain text messages and had not established consistent visual materials. This community service program aimed to strengthen teachers' ability to produce Canva-based visual communication materials while establishing reusable institutional templates. The training was conducted on 9 May 2026 at KB Tunas Bangsa, Kediri Village, Karanglewas District, Banyumas Regency, involving six teachers from KB Tunas Bangsa and TK Pertiwi 5 Kediri. A product-based training approach was implemented through three stages: introduction to Canva and basic visual design principles, guided design practice, and template standardization with distribution preparation. Achievement was evaluated descriptively based on product completion. All participants completed a school introduction poster and a new student admission flyer that were ready for print and digital distribution. A reusable institutional template was also established to support continuity of visual communication. The activity indicates that Canva is a feasible tool for resource-constrained early childhood education institutions to improve consistency in public-facing visual communication. Nevertheless, the program did not employ pre-test/post-test measures or assess the impact of the materials on communication reach and enrolment outcomes; therefore, follow-up evaluation is required.

Keywords: Canva, Visual Identity, Public Communication, Early Childhood Education

1. PENDAHULUAN

Lembaga PAUD tidak hanya menjalankan fungsi pembelajaran, tetapi juga perlu mengelola komunikasi dengan orang tua dan masyarakat secara jelas, konsisten, dan mudah dikenali. Dalam konteks persaingan layanan pendidikan yang semakin terbuka, identitas lembaga, cara menyampaikan informasi, dan kehadiran pada kanal digital menjadi bagian dari proses membangun kepercayaan publik. Branding pada lembaga pendidikan tidak semata-mata dimaknai sebagai aktivitas komersial, tetapi sebagai upaya menegaskan karakter, nilai, dan kualitas layanan melalui pesan yang konsisten (Hutami, 2020; Wahyunto & Hidayati, 2024).

Kebutuhan tersebut menjadi lebih penting bagi lembaga PAUD skala kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran komunikasi. Studi pengabdian pada sekolah PAUD menunjukkan bahwa pemanfaatan digital branding dapat membantu lembaga menghasilkan media promosi berbentuk poster digital dan konten media sosial untuk memperluas pengenalan sekolah kepada masyarakat (Rizan, 2023). Pada saat yang sama, penguatan kompetensi digital pendidik perlu mencakup kemampuan membuat, mengadaptasi, dan mendistribusikan sumber digital sesuai kebutuhan profesional. Hal ini sejalan dengan DigCompEdu yang menempatkan digital resources dan professional engagement sebagai bagian dari kompetensi digital pendidik (Redecker & Punie, 2017).

Berdasarkan identifikasi awal pada KB Tunas Bangsa di Desa Kediri, Kecamatan Karanglewas, informasi lembaga dan promosi PPDB masih banyak mengandalkan penyampaian dari mulut ke mulut serta teks pada grup pesan singkat. Materi promosi belum menggunakan format visual yang konsisten, sementara guru belum memiliki pengalaman menggunakan aplikasi desain digital. Kondisi tersebut menyebabkan penyusunan konten membutuhkan dukungan eksternal atau kembali dilakukan secara manual, sehingga kontinuitas komunikasi visual lembaga sulit dijaga.

Canva dipilih sebagai perangkat pelatihan karena menyediakan mekanisme desain berbasis template yang relatif mudah diadaptasi oleh pengguna pemula. Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya memanfaatkan Canva untuk meningkatkan kemampuan guru PAUD dalam pembuatan media pembelajaran (Fajri et al., 2022; Nuraeni et al., 2022; Supriyanto et al., 2024) maupun untuk meningkatkan keterampilan desain grafis pada lingkungan sekolah (Arifin & Nurfaizah, 2023). Akan tetapi, mayoritas kegiatan tersebut berorientasi pada media pembelajaran atau kreativitas desain. Kegiatan ini mengambil fokus yang berbeda, yaitu mengarahkan keterampilan Canva untuk komunikasi publik lembaga, promosi PPDB, dan pembentukan template baku yang dapat digunakan kembali sebagai identitas visual institusi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan kegiatan pengabdian ini adalah: (1) membekali guru dengan keterampilan dasar menggunakan Canva untuk menghasilkan materi komunikasi publik; (2) menghasilkan poster pengenalan lembaga dan flyer PPDB yang siap digunakan; serta (3) membentuk template baku yang mendukung konsistensi identitas visual dan keberlanjutan produksi konten. Fokus kegiatan ditempatkan pada ketercapaian produk yang langsung dapat dimanfaatkan oleh mitra.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan pada Sabtu, 9 Mei 2026 di KB Tunas Bangsa, Desa Kediri, Kecamatan Karanglewas, Kabupaten Banyumas. Peserta berjumlah enam guru yang berasal dari KB Tunas Bangsa dan TK Pertiwi 5 Kediri. Pelatihan menggunakan pendekatan product-based training, yaitu peserta tidak hanya menerima materi, tetapi ditargetkan menghasilkan produk komunikasi visual yang dapat langsung digunakan oleh lembaga.

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahap. Evaluasi bersifat formatif dan terintegrasi pada setiap tahap, dengan indikator utama berupa kemampuan peserta menyelesaikan produk sesuai kebutuhan informasi lembaga.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan dan luaran kegiatan

Tahap	Fokus Kegiatan	Aktivitas Utama	Luaran
1	Pengenalan Canva dan prinsip dasar desain	Pengenalan antarmuka, pemilihan template, hierarki informasi, kontras, keterbacaan, dan konsistensi elemen.	Peserta memahami alur kerja dasar Canva dan prinsip penyusunan informasi visual.
2	Praktik desain terbimbing	Modifikasi template menggunakan nama lembaga, foto kegiatan, warna, teks, dan informasi kontak;	Poster pengenalan lembaga dan flyer PPDB.

		pendampingan ukuran huruf dan tata letak.		
3	Standardisasi template dan distribusi	Pemilihan format visual yang disepakati, penyimpanan template baku, serta penyiapan file untuk distribusi cetak dan digital.	Template baku lembaga dan materi siap distribusi.	

Pada tahap pertama, fasilitator memperkenalkan antarmuka Canva dan menunjukkan cara memilih template yang sesuai dengan tujuan komunikasi. Penjelasan prinsip desain difokuskan pada hierarki informasi, kontras, keterbacaan teks, dan konsistensi elemen. Fokus ini dipilih karena materi PPDB umumnya dikonsumsi melalui layar gawai, sehingga informasi utama harus dapat dipahami secara cepat.

Pada tahap kedua, peserta melakukan praktik langsung dengan mengganti teks dan foto pada template, menata informasi lembaga, serta menyesuaikan ukuran huruf dan komposisi visual. Pendampingan dilakukan secara langsung agar peserta dapat mengatasi kendala teknis ketika mengubah elemen desain. Dua produk yang menjadi target adalah poster pengenalan sekolah dan flyer informasi PPDB.

Pada tahap ketiga, peserta dan fasilitator menyepakati satu pola visual yang dapat dijadikan template baku. Template disimpan agar pada kebutuhan berikutnya guru cukup memperbarui teks, foto, dan informasi waktu tanpa memulai desain dari awal. Capaian kegiatan dievaluasi secara deskriptif berdasarkan ketercapaian produk, kesiapan distribusi, dan keberadaan template yang dapat digunakan kembali. Kegiatan tidak menggunakan instrumen pre-test/post-test terstandar, sehingga hasil yang dilaporkan dibatasi pada bukti proses dan output.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian menghasilkan sejumlah capaian yang berkaitan dengan peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan Canva, penyusunan produk komunikasi visual, serta pembentukan template baku lembaga. Hasil kegiatan dianalisis secara deskriptif berdasarkan proses pelaksanaan dan ketercapaian luaran yang telah ditetapkan. Pembahasan difokuskan pada kondisi awal dan kebutuhan mitra, capaian keterampilan peserta dan produk desain yang dihasilkan, keberlanjutan penggunaan template sebagai identitas visual lembaga, serta pemanfaatan hasil desain pada berbagai kanal komunikasi sekolah. Pendekatan ini digunakan untuk melihat sejauh mana pelatihan berbasis produk dapat memberikan manfaat praktis bagi kebutuhan komunikasi dan promosi PPDB pada lembaga PAUD.

3.1 Kondisi Awal dan Kebutuhan Mitra

Sebelum pelatihan, keenam peserta belum pernah menggunakan aplikasi desain digital untuk menghasilkan materi komunikasi lembaga. Penyampaian informasi dilakukan melalui teks pada pesan singkat atau media manual. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan utama bukan hanya ketiadaan perangkat desain, tetapi juga belum adanya alur kerja yang sederhana untuk mengubah informasi sekolah menjadi konten visual yang konsisten.

Pendekatan berbasis template terbukti sesuai dengan karakteristik peserta pemula karena proses desain dapat dimulai dari aktivitas yang mudah dipahami, yaitu mengganti teks, foto, dan elemen visual. Temuan ini sejalan dengan berbagai program pelatihan Canva pada guru PAUD yang menekankan praktik langsung sebagai strategi untuk mengurangi hambatan awal penggunaan teknologi (Fajri et al., 2022; Supriyanto et al., 2024). Dalam kegiatan ini, praktik langsung diarahkan pada kebutuhan komunikasi institusional, bukan pada pembuatan media pembelajaran.



Gambar 1. Dokumentasi Tim Pengabdian dan Peserta Setelah Kegiatan Pelatihan di KB Tunas Bangsa

3.2 Capaian Keterampilan dan Produk Desain

Seluruh peserta berhasil menyelesaikan dua produk utama dalam satu sesi pelatihan, yaitu poster pengenalan lembaga dan flyer PPDB. Keberhasilan penyelesaian produk oleh 6 dari 6 peserta menunjukkan bahwa alur pelatihan cukup operasional untuk kelompok dengan pengalaman desain digital yang sangat terbatas. Capaian tersebut tidak diinterpretasikan sebagai skor kompetensi yang terstandar, melainkan sebagai indikator bahwa peserta mampu menjalankan fungsi dasar Canva yang diperlukan untuk kebutuhan komunikasi sekolah.

Tabel 2. Capaian Deskriptif Kegiatan Berbasis Produk

Indikator Capaian	Hasil	Keterangan
Mengoperasikan template Canva untuk kebutuhan komunikasi lembaga	Seluruh peserta	Tercapai melalui praktik modifikasi teks, foto, dan elemen visual.
Menghasilkan poster pengenalan lembaga	Seluruh peserta	Produk dapat disiapkan untuk distribusi cetak dan digital.
Menghasilkan flyer informasi PPDB	Seluruh peserta	Produk memuat informasi inti pendaftaran dan kontak.
Menetapkan pola visual yang dapat digunakan kembali	Tercapai pada tingkat lembaga	Template baku disimpan sebagai dasar produksi konten berikutnya.

Produk yang dihasilkan memiliki nilai praktis karena dapat langsung digunakan dalam aktivitas publikasi. Pada flyer PPDB, struktur informasi diarahkan agar nama lembaga, tahun ajaran, tautan pendaftaran, dan kontak dapat terlihat secara jelas. Penggunaan foto kegiatan anak juga membantu membangun konteks visual mengenai aktivitas belajar di lembaga. Contoh produk akhir ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Contoh Flyer PPDB KB Tunas Bangsa Sebagai Produk Komunikasi Visual Hasil Pendampingan

3.3 Template Baku sebagai Strategi Keberlanjutan

Nilai tambah kegiatan tidak berhenti pada pembuatan satu kali materi promosi. Di akhir sesi, peserta didampingi untuk menyepakati pola visual yang dapat digunakan kembali. Standardisasi ini mencakup konsistensi warna, gaya huruf, penempatan identitas lembaga, dan struktur informasi. Dengan mekanisme tersebut, guru dapat memperbarui konten pada periode berikutnya tanpa harus merancang dari awal.

Strategi template baku penting karena salah satu risiko pelatihan teknologi jangka pendek adalah keterampilan hanya digunakan selama kegiatan berlangsung. Dengan menyimpan format yang siap diedit, pengetahuan yang diperoleh peserta diterjemahkan menjadi artefak organisasi yang dapat diwariskan kepada guru lain. Pendekatan ini melengkapi pengabdian Canva yang umumnya berfokus pada peningkatan kemampuan individu dalam membuat media pembelajaran (Nuraeni et al., 2022; Supriyanto et al., 2024). Pada kegiatan ini, keberlanjutan ditempatkan pada level institusi melalui standarisasi format komunikasi.

3.4 Penguatan Identitas Visual dan Integrasi Kanal Komunikasi

Konsistensi visual pada poster dan flyer membantu lembaga menampilkan identitas yang lebih mudah dikenali. Dalam konteks branding sekolah, konsistensi pesan dan kanal digital berperan dalam membangun awareness dan kepercayaan masyarakat (Hutami, 2020). Temuan kegiatan ini juga beririsan dengan program digital branding PAUD yang menunjukkan bahwa media promosi digital dapat menjadi alternatif untuk memperkenalkan lembaga kepada masyarakat.

Materi visual yang dihasilkan juga dapat diintegrasikan dengan website sekolah yang telah diaktifkan pada kbtunasbangsa1.wordpress.com. Integrasi antara flyer, grup pesan, media sosial, media cetak, dan website memberikan peluang untuk menyampaikan informasi yang sama melalui beberapa kanal. Dengan demikian, Canva berfungsi bukan sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai alat produksi konten pada ekosistem komunikasi digital lembaga.

3.5 Keterbatasan Kegiatan dan Agenda Tindak Lanjut

Interpretasi hasil kegiatan perlu memperhatikan beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah peserta hanya enam orang dan berasal dari dua lembaga PAUD pada satu wilayah, sehingga hasil tidak dapat digeneralisasikan sebagai gambaran kompetensi guru PAUD secara luas. Kedua, evaluasi berbasis pada ketercapaian produk dan observasi proses, tanpa pre-test/post-test terstandar atau rubrik penilaian kualitas desain yang divalidasi. Ketiga, kegiatan belum mengukur dampak penggunaan materi terhadap jangkauan informasi, engagement pada kanal digital, jumlah pertanyaan dari calon orang tua, maupun jumlah pendaftar PPDB.

Tindak lanjut yang disarankan adalah melakukan evaluasi setelah satu periode PPDB dengan menggunakan indikator kuantitatif seperti jumlah konten yang diproduksi mandiri oleh guru, konsistensi penggunaan template, statistik kunjungan website, jangkauan konten digital, dan perubahan jumlah inquiry atau pendaftar. Selain itu, evaluasi kompetensi dapat diperkuat melalui pre-test/post-test serta rubrik kualitas visual yang menilai keterbacaan, hierarki informasi, konsistensi identitas, dan kesiapan distribusi.

4. KESIMPULAN

Pelatihan desain Canva berbasis produk berhasil menghasilkan output komunikasi visual yang dapat langsung dimanfaatkan oleh mitra. Keenam peserta menyelesaikan poster pengenalan lembaga dan flyer PPDB, serta menetapkan template baku yang dapat digunakan kembali untuk kebutuhan publikasi berikutnya. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis template dan praktik terbimbing sesuai untuk membantu guru PAUD dengan pengalaman desain digital yang terbatas dalam memproduksi materi komunikasi yang lebih terstruktur dan konsisten. Kontribusi utama kegiatan terletak pada pengalihan fokus Canva dari sekadar media pembelajaran menjadi alat komunikasi institusional dan standardisasi identitas visual. Meskipun demikian, keberhasilan yang dilaporkan masih bersifat output-based; pengukuran perubahan kompetensi dan dampak terhadap efektivitas promosi PPDB perlu dilakukan melalui evaluasi lanjutan.

REFERENCES

- Arifin, S., & Nurfaizah, N. (2023). Pelatihan Canva untuk Meningkatkan Keterampilan Desain Grafis di SMP Muhammadiyah Kebasen. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 5.
- Fajri, Z., Febriliana, I., Riza, D., Azizah, H., Sofiana, Y., Andila, A., & Pembelajaran, M. (2022). *PENDAMPINGAN GURU PAUD AL MUHAIMIN DALAM PEMBUATAN MEDIA PEMBELAJARAN BERBASIS CANVA*. 2(2), 19–31.
- Hutami, M. S. (2020). *IMPLEMENTASI STRATEGI BRANDING PAUD*. 4(2), 0–5.
- Nuraeni, L., Jumiatin, D., & Westhisi, S. M. (2022). *Penyuluhan model pembelajaran inovatif PAUD holistik integratif melalui aplikasi Canva untuk guru PAUD*. 5(2), 338–348.
- Redecker, C., & Punie, Y. (2017). *European Framework for the Digital Competence of Educators*.
- Rizan, O. (2023). *Pembuatan Media Promosi Alternatif melalui Digital Branding pada Sekolah PAUD*. 6(2), 275–283.
- Supriyanto, A., Hadiono, K., Widyaningrum, A., Semarang, U. S., Semarang, U. S., Semarang, S., & Author, C. (2024). *PELATIHAN APLIKASI CANVA PADA GURU PAUD TUNAS BANGSA*. 4(2), 105–113.
- Wahyunto, M., & Hidayati, D. (2024). *Strategi branding Sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing*. 15(2), 1260–1271.