

Optimalisasi Pemasaran Produk Melalui Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Branding Dan Pendampingan Media Sosial Instagram Pada UMKM Catering “Miss Tote” Di Kelurahan Kepanjen Kidul, Kota Blitar

Optimizing Product Marketing Through Utilization of the Canva Application as Media Branding and Instagram Social Media Assistance for MSMEs Catering "Miss Tote" in Kepanjen Kidul Village, Blitar City

Devi Khoiriyah¹, Jojok Dwiridotjahjono²

¹⁻²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat : Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

Korespondensi penulis : devikhoiriyah433@gmail.com¹, dwiridotjahjono_jojok@upnjatim.ac.id²

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 14 Juli 2023

Keywords: Digitalization, Marketing Strategy, MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises)

Abstract: Catering "Miss Tote" is one of the MSMEs located in Kepanjen Kidul Village, Kepanjen Kidul District, Blitar City. In today's modern era, the catering business is faced with problems related to technology and digitalization. The implementation of community service aims to optimize product marketing through the use of the Canva application as a branding medium and mentoring the use of Instagram social media to expand customer reach and introduce products to potential customers. The method used is a case study with a qualitative approach, the data obtained from interviews with the owner of the MSMEs Catering "Miss Tote" and observations of marketing that has been done and documentation during the implementation process. The results of the study show that the "Miss Tote" MSMEs has marketing potential that has not been optimized, therefore students contribute to making logos, banners, catalogs and brochures as media branding of the "Miss Tote" MSMEs. Implementing a marketing strategy using Canva can have a positive impact such as building a strong brand image so that it can increase customer trust and become the hallmark of a business.

ABSTRAK

Catering “Miss Tote” merupakan salah satu UMKM yang terletak di Kelurahan Kepanjen Kidul, Kecamatan Kepanjen Kidul, Kota Blitar. Di zaman modern saat ini, bisnis catering dihadapkan dengan permasalahan yang berhubungan dengan teknologi dan digitalisasi. Pelaksanaan pengabdian masyarakat bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk melalui pemanfaatan aplikasi canva sebagai media branding dan pendampingan penggunaan media sosial instagram untuk memperluas jangkauan pelanggan serta memperkenalkan produk terhadap pelanggan potensial. Metode yang digunakan yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif, data diperoleh dari hasil wawancara dengan pemilik

* Devi Khoiriyah, devikhoiriyah433@gmail.com

UMKM Catering "Miss Tote" dan observasi terhadap pemasaran yang pernah dilakukan serta dokumentasi selama proses pelaksanaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM "Miss Tote" memiliki potensi pemasaran yang belum dioptimalkan oleh karena itu mahasiswa berkontribusi dalam pembuatan logo, banner, katalog dan brosur sebagai media branding dari UMKM "Miss Tote". Penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan canva dapat memberikan dampak positif seperti membangun citra merek yang kuat sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menjadi cirikhas dari suatu usaha.

Kata Kunci : Digitalisasi, Strategi Pemasaran, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

1. PENDAHULUAN

Pada zaman modern saat ini teknologi di Indonesia terus berkembang dengan pesat, tidak dapat dipungkiri optimalisasi pemasaran produk dan jasa melalui media sosial telah menjadi faktor kunci yang sangat mempengaruhi keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kualitas dan meraih target pasar yang lebih luas. Berdasarkan data yang di peroleh dari dinas koperasi dan usaha mikro kecil menengah (Dinkop dan UMKM) pada tahun 2021 Kota Blitar memiliki usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mencapai 12.500 yang mayoritas bergerak di bidang jasa, kuliner, dan kerajinan. Dengan meningkatnya laju pertumbuhan UMKM diharapkan dapat menunjang perekonomian penduduk.

Pemaanfaatan media desain grafis yang mudah dan efektif menjadi hal penting dalam menciptakan konten visual yang menarik sehingga dapat meningkatkan daya pikat sebuah merek. Salah satu desain grafis yang mudah dan sangat digemari yaitu canva. Aplikasi Canva adalah program desain online yang menyediakan bermacam peralatan seperti presentasi, resume, poster, pamflet, brosur, grafik, infografis, spanduk, penanda buku, bulletin, dan lain sebagainya yang disediakan dalam aplikasi canva. (Meeting & Group, 2021)

Di era digital yang sepenuhnya visual, membangun merek yang kuat dan berpengaruh adalah kunci keberhasilan pemasaran. Canva telah menjadi alat desain grafis yang populer dan inovatif, terutama dalam hal branding produk. Canva menawarkan berbagai alat dan template yang membantu pengguna untuk membuat desain yang menarik dan profesional tanpa keahlian desain grafis yang mendalam. Menggunakan Canva sebagai sarana branding memiliki potensi besar untuk membantu bisnis dan menciptakan citra merek yang positif dan menarik. Dengan desain grafis yang tepat, sebuah brand dapat memperkuat identitasnya, menonjolkan kekhasan dan nilai-nilainya, serta menarik perhatian dan minat calon konsumen. Menggunakan Canva sebagai sarana branding dapat membantu UKM bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan

memperkuat kesadaran merek mereka dalam masyarakat yang lebih terhubung secara digital. Selain itu, memanfaatkan Canva dalam ekosistem digital saat ini dapat membantu bisnis membuat konten visual yang menarik untuk platform media sosial, situs web, materi pemasaran, dan lainnya.

Dalam upaya meningkatkan pemasaran dan branding, pemanfaatan media sosial Instagram menjadi salah satu platform yang paling efektif dan digemari masyarakat. Instagram menjadi wadah yang sangat digemari bagi masyarakat untuk berbagi konten menarik seperti foto dan video mengenai makanan dan minuman. Perkembangan media sosial di masyarakat dipengaruhi oleh munculnya teknologi internet otomatis. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi online yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa contohnya adalah jejaring sosial, blog, ensiklopedia online, platform berbagi video, dll. Melalui media sosial, individu dapat membuat, mengedit, dan menerbitkan konten berita, iklan, tulisan, gambar, dan video mereka sendiri. Selain lebih fleksibel dan terukur, media sosial juga lebih efisien dan efektif, lebih cepat, lebih interaktif, dan lebih serbaguna.

Di era digital yang terus berkembang, media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk memasarkan produk dan membangun hubungan pelanggan. Secara khusus, media sosial Instagram telah menjadi platform populer untuk berbagai bisnis, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM Katering “Miss Tote” di Kelurahan Kepanjen Kidul Kota Blitar merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jasa catering. Bagi UKM, mereka menghadapi tantangan untuk memperluas jangkauan pasar dan menjangkau kelompok konsumen potensial yang lebih luas. Oleh karena itu, penggunaan media sosial Instagram dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM Catering Miss Tote. Dengan bantuan yang tepat, UMKM Catering Miss Tote dapat memaksimalkan potensi media sosial Instagram sebagai saluran pemasaran yang efektif. Dengan manajemen konten yang konsisten dan strategi yang tepat sasaran, mereka dapat mempresentasikan produk dan layanan mereka kepada konsumen potensial, meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperluas area pasar mereka di dalam dan sekitar Kota Blitar.

Branding

Brand berasal dari kata dasar brand yang dalam bahasa Indonesia berarti merek. Dalam penggunaannya, brand dan branding mempunyai arti yang berbeda. Jika kata brand berarti merek, sedangkan pengertian Branding ini sendiri adalah berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah

brand atau merek. Pengertian Brand menurut Bilson Simamora adalah nama, tanda, istilah, simbol, desain atau kombinasinya yang ditunjukkan untuk mengidentifikasi dan mendiferensiasi (membedakan) barang atau layanan suatu penjual dari barang atau layanan penjual lain.

Fungsi branding adalah Untuk membentuk citra sebuah merek sehingga membuat sebuah produk mudah diingat oleh orang lain. Jaminan Kualitas akan suatu produk lebih bagus daripada produk lain merupakan daya tarik tersendiri. Branding adalah strategi yang digunakan untuk membentuk citra sebuah brand. Dengan citra yang baik dan kuat, dengan sendirinya orang-orang akan yakin dengan kualitas sebuah produk. Selain itu, produk akan semakin mudah untuk diingat oleh orang lain.

UMKM (Unit Mikro, Kecil dan Menengah)

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, UMKM didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati), terdiri dari: (1) bidang usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi) dan (2) perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa).

UMKM merupakan suatu usaha perseorangan atau badan usaha yang berskala kecil dan memiliki batasan tertentu dalam hal jumlah tenaga kerjanya, jumlah penjualan atau omsetnya, serta jumlah aset atau aktiva. Teknologi yang digunakannya masih tradisional, dengan pengelolaan usaha yang sederhana. Berdasarkan Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. (Mikro et al., 2017)

2. METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam program KKNT-MBKM terletak di Kelurahan Kepanjen Kidul, Kecamatan Kepanjen Kidul, Kota Blitar. UMKM yang ditunjuk untuk didampingi dalam pengembangan strategi marketing yaitu catering "Miss Tote" yang beralamat di Jalan Pinus, Kelurahan Kepanjen Kidul, Kecamatan Kepanjen Kidul, Kota Blitar. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjenis pendekatan kualitatif

dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan pihak yang bersangkutan , dokumentasi serta observasi secara langsung yang bertujuan untuk memahami lokasi dan menemukan UMKM yang tepat sebagai target program KKNT. Populasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah UMKM yang telah dianalisa oleh mahasiswa KKNT-MBKM dan sampel yang digunakan adalah UMKM Catering “Miss Tote” dengan pemilik Bernama ibu Lilik.

3. Hasil dan pembahasan

Kuliah kerja nyata tematik merupakan program yang dilakukan mahasiswa sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Tematik MBKM di laksanakan selama 3 bulan terhitung sejak tanggal 16 Maret 2023 sampai 27 Juni 2023, kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Kepanjen Kidul, kecamatan kepanjen kidul, kota blitar. Program KKNT skema kewirausahaan dirancang untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan. Umkm catering miss tote memiliki permasalahan dalam strategi pemasaran, kurangnya pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi digital menjadi penghambat dalam mengembangkan bisnis, untuk itu mahasiswa kknt hadir dan menawarkan solusi serta memberikan pelatihan agar umkm dapat berkembang dan bersaing ditengah banyaknya pesaing usaha, berikut berbagai kegiatan dalam membina UMKM Catering Miss tote :

3.1 Pemanfaatan Canva Untuk Pembuatan Logo UMKM Catering “Miss Tote”

Logo memiliki manfaat yang signifikan untuk UMKM, karena logo berperan sebagai representasi visual dari identitas merek. Logo yang konsisten dapat membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenali, serta membantu untuk membedakan brand miss tote dari pesaing dan meningkatkan kesadaran merek. Logo dapat digunakan di berbagai materi promosi seperti situs web, media sosial, brosur dan kemasan makanan. Dengan memiliki logo yang mudah di ingat akan timbul Kesadaran merek yang tinggi sehingga dapat meningkatkan popularitas UMKM Catering “Miss tote” di kalangan luas.

Pada kegiatan branding yang pertama yaitu pembuatan logo, logo didesign sesuai dengan keinginan pemilik UMKM yang dimodifikasi sesimple mungkin untuk menghasilkan logo yang menarik agar mempermudah customer mengingat gambar logo.



Gambar 1 Logo UMKM Catering “Miss Tote”

Logo UMKM catering “Miss Tote” di desain dengan di beri elemen berupa gambar mahkota dan tulisan simple agar menarik minat pelanggan untuk membeli produk catering. Desain pada logo “Miss Tote” memiliki makna tersendiri yaitu :

- a. Mahkota memiliki arti kualitas dan keunggulan, mahkota sering dikaitkan dengan kemewahan, dalam konteks ini mahkota mewakili standar kualitas yang tinggi dan komitmen catering dalam memberikan layanan yang berkualitas, menjadi pilihan utama pelanggan dan berkomitmen untuk menjadin catering andalan yang dapat memenuhi kebutuhan *catering* dengan kepercayaan dan loyalitas yang tinggi.
- b. Arti kata “Miss” yaitu perempuan dengan kecantikan dimana menunjukkan bahwa catering “Miss Tote” menyediakan makanan yang indah, lezat, menarik secara visual, yang disajikan oleh wanita cantik
- c. Arti kata “Tote” yaitu berasal dari kata soto dan sate, dimana awal mula catering ini berdiri hanya menyediakan menu soto dan sate, namun seiring berjalannya waktu catering ini dapat berkembang dan menginovasikan menu baru sehingga saat ini mereka menyediakan berbagai jenis menu sesuai dengan permintaan pelanggan.

3.2 Pemanfaatan Canva Sebagai Branding Produk Dalam Pembuatan Brosur

Brosur memiliki manfaat dalam upaya pemasaran dan branding umkm catering miss tote seperti :

- Alat komunikasi : brosur merupakan media yang efektif untuk menyampaikan informasi mengenai produk, layanan dan penawaran terhadap pelanggan. Brosur dapat berisi berbagai menu, paket catering, kebijakan pemesanan dan detail kontak. Dengan brosur yang menarik dan informatif pelanggan dapat dengan mudah untuk memahami penawaran dan mengambil keputusan dari informasi tersebut

- Meningkatkan kesadaran merek : dengan menyebar luaskan brosur di tempat yang strategis dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas serta menarik perhatian terhadap layanan yang diberikan.
- Alat penjualan : brosur yang informatif, dapat membantu meyakinkan calon pelanggan dan mendorong untuk melakukan pemesanan atau menghubungi lebih lanjut untuk mendapatkan informasi yang detail.



Gambar 2 Brosur UMKM Catering “Miss Tote”

3.3 Pemanfaatan Canva Sebagai Branding Dalam Pembuatan Katalog

Katalog merupakan sebuah publikasi yang berisi informasi secara lengkap tentang produk atau layanan yang di tawarkan, pada umumnya katalog berbentuk cetakan fisik atau digital yang dapat berupa buku, majalah, brosur atau situs web. Pada katalog ini terdapat tampilan secara visual mengenai produk yang di tawarkan, penjual dapat memperlihatkan berbagai macam hidangan, paket makanan bahkan opsi catering yang tersedia. Katalog juga menyediakan tempat untuk membagikan informasi mengenai deskripsi makanan, rekomendasi penyajian, opsi harga, bahkan ukuran porsi. Informasi yang jelas akan mempengaruhi pelanggan untuk mengambil keputusan yang baik.



Gambar 3 katalog UMKM “Miss Tote”



Gambar 4 katalog UMKM “Miss Tote”



Gambar 5 katalog UMKM “Miss Tote”



Gambar 6 katalog UMKM “Miss Tote”



Gambar 7 katalog UMKM “Miss Tote”

Katalog menjadi alat yang penting dalam mempromosikan sebuah produk seperti membantu menciptakan kesadaran merek, memperluas jangkauan pelanggan, dan memberikan informasi yang lengkap dan menarik tentang produk yang di tawarkan, meningkatkan penjualan hingga membangun hubungan baik dengan pelanggan.

3.4 Pemanfaatan Canva Sebagai Alat Pembuatan Banner

Banner adalah alat pemasaran yang penting untuk menarik minat pelanggan, banner dapat digunakan untuk mempromosikan layanan yang tersedia seperti, menampilkan menu catering, dengan memperlihatkan foto sajian dan hidangan dengan desain yang menarik, banner dapat mengundang minat pelanggan untuk menggunakan layanan. Pada banner terdapat selogan harga pas, rasa puas yang artinya harga yang sesuai dengan layanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan.

Banner di desain semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian pelanggan, pada banner terdapat berbagai informasi yang ditampilkan seperti identitas catering, Menu yang tersedia, bahkan *contac person* untuk menindaklanjuti apabila ada pelanggan potensial yang tertarik, selain itu terdapat *Tagline* “Menu By Request” yang artinya UMKM Catering “Miss Tote” melayani berbagai macam menu hidangan yang diinginkan

oleh pelanggan sesuai dengan konsep acara, kebutuhan ataupun *budget* yang sesuai dengan permintaan.



Gambar 8 Banner UMKM "Miss Tote"

3.5 Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial

Penggunaan media sosial telah menjadi rutinitas yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, baik individu ataupun kelompok dapat memanfaatkan media sosial untuk berkomunikasi, berbagi informasi bahkan membangun branding sebuah produk. Penggunaan media sosial menjadi strategi pemasaran yang sangat penting untuk berbisnis, Namun di era modern saat ini masih banyak kalangan usia dewasa yang kurang mengerti bahkan tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai cara efektif menggunakan media sosial. Hal tersebut salah satu penyebab owner catering "miss tote" kurang aktif dalam pemasaran melalui media sosial.

Salah satu platform media sosial yang sangat di gemari masyarakat yaitu Instagram, aplikasi ini menyediakan berbagai macam fitur yang berguna untuk memperluas jangkauan bisnis dan interaksi dengan pelanggan seperti membangun profil Instagram yang menarik dan informatif dengan cara menggunakan foto dan video yang berkualitas tinggi dengan memperlihatkan variasi hidangan yang disediakan, menuliskan deskripsi profil yang menarik, pentingnya penggunaan hastag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan, cara meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui balasan komentar dan pesan dengan cepat dan ramah.



Gambar 10 Postingan Feed

4. KESIMPULAN

Kepanjen kidul merupakan salah satu kelurahan yang ada di kecamatan kepanjen kidul, kota blitar. Banyaknya umkm yang berada di kelurahan ini diharapkan dapat meningkatkan sector perekonomian dan menurunkan angka pengangguran di kota blitar, namun ditengah perkembangan teknologi yang semakin pesat masih banyak umkm yang tidak bisa memanfaatkan secara maksimal karena keterbatasan pengetahuan yang dimiliki.

Dalam mengatasi permasalahan tersebut, mahasiswa KKNT kelompok 25 melakukan pendampingan terhadap UMKM catering miss tote untuk memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi. Kegiatan tersebut berupa membantu pemilik dalam meningkatkan branding agar semakin dikenal masyarakat dan dapat meningkatkan omset yang ditargetkan, seperti membantu pembuatan logo yang menarik dan simple agar mudah dikenal, pemanfaatan canva sebagai media pembuatan banner, Katalog produk dan brosur sebagai alat untuk melakukan pemasaran serta pendampingan penggunaan media sosial Instagram sebagai platform untuk mempromosikan produk dengan jangkauan yang lebih luas.

Melalui kegiatan tersebut diharapkan agar pemilik umkm dapat memanfaatkan canva dan Instagram secara efektif agar dapat meningkatkan branding, menarik pelanggan yang potensial dan dapat memperluas jangkauan pelanggan. Dengan penggunaan desain yang menarik dan konten yang konsisten dapat menjadikan cirikhas dan membedakan diri dari kompetitor. Adapun saran dari tindak lanjut kegiatan pengabdian ini adalah :

- a. Perlunya konsistensi dalam melaksanakan digital marketing untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan yang dapat mempengaruhi tingkat pelanggan yang potensial
- b. Dibutuhkan peran anak muda sebagai pendamping umkm, karena banyaknya pemilik yang berusia dewasa dan kurangnya pengetahuan mengenai teknologi
- c. Adanya pelatihan mengenai umkm agar dapat mengembangkan bisnis dan bertahan ditengah banyaknya kompetitor.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih terhadap LPPM UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah mengadakan program Kuliah Kerja Nyata Tematik Merdeka Belajar Kampus Merdeka (KKN-T MBKM 2023) serta memberikan pendanaan untuk mensukseskan program kerja. Ucapan terimakasih untuk Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos.,M.Si selaku dosen pembimbing yang membantu dalam penyempurnaan jurnal

Penulis juga berterima kasih terhadap seluruh pihak yang terlibat di Kelurahan Kepanjen Kidul, Kecamatan Kepanjen Kidul, Kota Blitar yang telah memberikan kepercayaan dan kesempatan untuk berkontribusi secara langsung dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan. Ucapan terimakasih selanjutnya kepada ibu lilik selaku pemilik catering "Miss Tote" yang telah bersedia untuk dibina dalam perkembangan branding dan pemasaran produk. Ucapan terima kasih untuk ibu Dewi Puspa Aum, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing lapang dan Kak Indah Sari Dwi Agustin, S.P selaku PIC yang telah memberikan pengarahan selama kegiatan berlangsung serta teman teman KKN-T MBKM kelompok 25 yang telah berkontribusi dan bekerja sama pada kegiatan pengabdian ini.

6. REFERENSI

- Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah.* (n.d.). 1–16.
- Meeting, Z., & Group, T. (2021). *Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Daring Mahasiswa Pada Mata Kuliah English For.* 07, 80–89.
- Mikro, U., Menengah, D. A. N., Di, U., Penelitian, P., Keahlian, B., Ri, D. P. R., ... Senayan, S. (2017). *Strategy of Enhancement Sony Hendra Permana.* *Jurnal komunikasi, ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2, April 2014.* (2015). 8(April 2014), 123–138.
- Riyantoko, P. A., Fahrudin, T. M., Ansori, A. V., Atnanda, P. A., & Alamsyah, R. B. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pemasaran Di.* 198–203.
- Irfan, P., Ratu, H., & Negara, P. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Sarana Media Promosi Makanan Khas Lombok.* 1(1), 31–38.
- Sholeh, M., & Susanti, E. (2020). *Penggunaan aplikasi canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk ukm.* 4(November), 430–436.