

Efektivitas Canva dalam Meningkatkan Kualitas Desain Media Publikasi dan Dampaknya Terhadap Persepsi Konsumen Pariwisata di Desa Kebontunggul Mojokerto

Sasmita Aprilia Putri* & Yosefina Delong Jawa Weking

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

* sasmitaaprilia.sa@gmail.com

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap industri pariwisata. Salah satu alat yang semakin populer digunakan adalah canva, yakni sebuah aplikasi desain grafis yang berbasis web dengan menawarkan kemudahan dalam pembuatan konten visual. Pariwisata memiliki hubungan erat dengan sektor ekonomi. Keberadaan sektor pariwisata di suatu wilayah dapat memberikan dukungan secara signifikan terhadap perekonomian daerah tersebut. Indonesia, dengan beragam kekayaan alamnya yang berpotensi sebagai destinasi wisata, memiliki banyak tempat pariwisata. Banyak wilayah dan desa wisata yang bergantung pada sektor ini untuk meningkatkan perekonomian di daerah setempat. Contohnya adalah Desa Kebontunggul, Pacet, Kabupaten Mojokerto, yang memanfaatkan Lembah Mbencirang sebagai destinasi wisata dan outbound dengan keindahan alam serta fasilitas yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis bahwa penggunaan Canva dapat meningkatkan kualitas desain media publikasi pariwisata dan pada akhirnya berdampak positif pada persepsi konsumen. Melalui survei dan analisis konten, penelitian ini akan mengukur perubahan persepsi konsumen terhadap destinasi wisata setelah melihat desain media publikasi yang dibuat dengan canva. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran pariwisata yang lebih efektif dengan memanfaatkan teknologi desain grafis yang mudah diakses.

Kata kunci: canva; media publikasi; persepsi konsumen; kualitas desain

Abstract. The development of digital technology has changed the landscape of the tourism industry. One tool that has become increasingly popular is Canva, a web-based graphic design application that offers easy visual content creation. Tourism has a close relationship with the economic sector. The existence of the tourism sector in a region can provide significant support to the region's economy. Indonesia, with its diverse natural resources that have potential as tourist destinations, has many tourist sites. Many tourist areas and villages depend on this sector to improve the local economy. An example is Kebontunggul Village, Pacet, Mojokerto Regency, which utilizes Mbencirang Valley as a tourist and outbound destination with natural beauty and attractive facilities. This study aims to test the hypothesis that the use of Canva can improve the quality of tourism publication media design and ultimately have a positive impact on consumer perceptions. Through surveys and content analysis, this research will measure changes in consumer perceptions of tourist destinations after seeing publication media designs created with Canva. The results of this study are expected to contribute to the development of a more effective tourism marketing strategy by utilizing easily accessible graphic design technology.

Keywords: canva; publication media; consumer perception; design quality

To cite this article: Putri, S.A., & Weking, Y.D.J. 2024. Efektivitas Canva dalam Meningkatkan Kualitas Desain Media Publikasi dan Dampaknya Terhadap Persepsi Konsumen Pariwisata di Desa Kebontunggul Mojokerto. *Unri Conference Series: Community Engagement* 6: 467-474. <https://doi.org/10.31258/unricsce.6.467-474>

© 2024 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2024

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan cakupan berbagai aktivitas wisata yang didukung oleh fasilitas dan layanan dari masyarakat, pengusaha, serta Pemerintah dan Pemerintah daerah, sesuai dengan UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan (revisi dari UU No. 9 Tahun Kepariwisataan). Konon, istilah “pariwisata” pertama kali digunakan oleh Presiden Soekarno dalam sebuah percakapan sebagai padanan untuk istilah asing *“tourism”*. Artinya, pariwisata dapat dianggap gagal jika semua aktivitas yang dilakukan tidak menarik perhatian wisatawan. Dengan demikian, semua pembangunan hotel, penyediaan transportasi, dan sejenisnya tidak memiliki makna jika tidak ada kunjungan wisatawan. (Ali, Baginda Syah. 2016).

Perkembangan pariwisata mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sosial, budaya, dan ekonomi. Dalam pariwisata, terdapat elemen-elemen penting seperti objek wisata dan wisatawan. Daya tarik wisata menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian pengunjung. Dengan kata lain, sebuah objek wisata harus memiliki daya tarik yang kuat agar wisatawan tertarik untuk berkunjung. Pengelolaan objek wisata untuk meningkatkan daya tariknya adalah kebutuhan yang mendesak saat ini. Oleh karena itu, diperlukan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan objek

wisata yang ada di Indonesia. Masyarakat dan pemerintah dapat bekerja sama untuk memaksimalkan potensi pariwisata, sehingga menjadi destinasi yang menarik bagi pengunjung. Keputusan dan motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan sangat dipengaruhi oleh daya tarik objek wisata. Destinasi yang menarik akan menjadi faktor penentu bagi wisatawan untuk memilihnya sebagai tujuan utama berlibur. (Pakniany, Yamres.2020).

Desa Wisata Kebontunggul yang terletak di Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, memiliki potensi wisatanya terfokus pada Lembah Mbencirang. Nama Mbencirang diambil dari karakteristik alam yang menyerupai lembah. Untuk mencapai Mbencirang, pengunjung harus melewati jurang landai yang dikenal oleh masyarakat sebagai Jurang Menyek. Lembah Mbencirang berada di kaki Alas Wedok dan dikelola oleh Perhutani. Asal usul nama Mbencirang berhubungan dengan cerita rakyat setempat. Dikisahkan bahwa ada seorang gadis cantik yang menolak dijodohkan oleh orang tuanya. Ia kemudian meninggalkan rumah dan menghilang di Alas Wedok. Sebelum memasuki hutan, gadis itu menangis dengan suara meraung, dipenuhi rasa benci, sehingga tempat itu kemudian disebut Lembah Mbencirang. Lembah Mbencirang menawarkan pemandangan indah Gunung Anjasmoro dan Gunung Welirang, serta beragam wahana yang menghibur para pengunjung. Destinasi ini juga menjadi salah satu sumber pendapatan penting bagi warga Desa Kebontunggul. Selain Lembah Mbencirang, terdapat pula Pertashop atau SPBU yang dikelola oleh BUMDES, Pabrik Wonokoyo (peternakan ayam), pabrik pemisahan sarang walet, dan Pondok Pesantren Al-Jihad, yang semuanya merupakan potensi unggulan Desa Kebontunggul. Rencana untuk membangun pabrik air minum dan mengembangkan wisata edukasi "Kawasan Toga Indonesia" juga akan segera direalisasikan. Sayangnya, banyak potensi unggulan yang dimiliki Desa Kebontunggul ini masih belum dikenal secara luas oleh masyarakat.

Perkembangan dunia digital yang pesat telah membawa perubahan secara signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri pariwisata. Salah satu aspek yang tidak kalah penting dalam mempromosikan destinasi wisata adalah kualitas desain media publikasi. Desain yang menarik dan profesional mampu memikat calon wisatawan dan dapat meninggalkan kesan pertama yang baik. Desa Kebontunggul Mojokerto, sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik, tentu memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Namun, seperti desa wisata lainnya, Desa Kebontunggul mungkin menghadapi tantangan dalam menghasilkan desain media publikasi yang berkualitas. Keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki desain grafis seringkali menjadi kendala utama. Di tengah era digital ini, muncul berbagai platform desain grafis online yang dapat menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam menciptakan desain yang menarik. Salah satu platform template yang siap pakai, canva dapat memungkinkan siapa saja, termasuk pelaku wisata di desa untuk menghasilkan desain yang profesional tanpa perlu memiliki keterampilan desain yang mendalam.

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cakupan dunia pemasaran. Metode komunikasi pemasaran yang dulunya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah beralih ke dunia digital. (Efita Sari et al., 2022). Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan berbagai alat dan platform yang mempermudah proses desain, salah satunya adalah canva. Canva menjadi salah satu perangkat lunak desain grafis yang populer karena kemudahan penggunaannya dan ketersediaan berbagai template yang menarik. Di sektor pariwisata, khususnya di Desa Kebontunggul, Mojokerto, dimana kualitas desain media publikasi memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen. Desain yang menarik dan profesional dapat meningkatkan daya tarik destinasi serta memberikan kesan positif kepada calon wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas Canva dalam meningkatkan kualitas desain media publikasi di Desa Kebontunggul dan dampaknya terhadap persepsi konsumen pariwisata. Di Indonesia, Instagram masih menjadi platform teratas untuk keperluan bisnis dan pemasaran (*Instagram For Business*).

Instagram menyediakan fitur akun bisnis yang memudahkan para pelaku usaha dalam membuat profil bisnis di platform tersebut, serta mengoptimalkan kegiatan bisnis melalui pemanfaatan media sosial (Ridwan et al., 2019). Dengan memahami peran desain yang efektif, diharapkan dapat memberikan kontribusi pada peningkatan daya saing destinasi wisata lokal. Dalam era digital yang semakin maju, desain media publikasi telah menjadi salah satu aspek penting dalam promosi dan pemasaran, terutama dalam industri pariwisata. Desa Kebontunggul Mojokerto telah menjadi destinasi pariwisata yang menawarkan keindahan alam dan budaya, membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan minat wisatawan. Salah satu teknologi yang telah digunakan untuk meningkatkan kualitas desain media publikasi adalah aplikasi canva.

Gambar yang dihasilkan oleh canva memiliki kualitas yang baik dengan resolusi tajam, sehingga cocok digunakan untuk brosur elektronik atau konten pemasaran di media sosial (Kalalembang et al., 2021). Aplikasi Canva menyediakan berbagai fitur menarik, termasuk tema, template, dan font yang bervariasi. Selain itu, canva juga menawarkan elemen yang menarik untuk pembuatan slide presentasi, serta berbagai desain grafis lainnya, seperti poster, brosur, grafik, spanduk, undangan, pengeditan foto, hingga sampul facebook (Inzani dkk., 2021; Tanjung, R.E., dan Faiza, D., 2019). Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia, membuat konten menarik, mengoptimalkan akses tautan, serta menerapkan teknik closing yang efektif, Instagram dapat menjadi strategi pemasaran yang efisien dan relevan di era digital (Rachmawaty, 2021).

Peningkatan informasi dan transparansi di desa memiliki peran yang sangat krusial dalam memperkenalkan desa kepada khalayak luas. Studi “Efektivitas Canva dalam Meningkatkan Kualitas Desain Media Publikasi dan Dampaknya Terhadap Persepsi Konsumen Pariwisata di Desa Kebontunggul Mojokerto”, menggaris bawahi pentingnya langkah ini. Peningkatan informasi tersebut dapat mencerminkan upaya untuk memperluas penyebaran informasi tentang Desa Kebontunggul. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah belum tersedianya akun media sosial dan website desa. Salah satu cara untuk mendukung transparansi desa adalah dengan memanfaatkan website dan media sosial sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas penggunaan Canva dalam meningkatkan kualitas desain media publikasi di Desa Kebontunggul Mojokerto serta dampaknya terhadap persepsi konsumen pariwisata. Dengan kata lain, penelitian ini ingin mengetahui sejauh mana Canva dapat membantu desa wisata dalam meningkatkan daya tarik visualnya dan pada akhirnya berdampak pada minat kunjungan wisatawan. Canva adalah aplikasi yang tidak hanya mudah dipelajari, tetapi juga menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengguna, terutama pemula, dalam mengekspresikan kreativitas dan inovasi untuk menghasilkan desain yang menarik, berkualitas, dan kompetitif. Kolaborasi antara desainer yang mampu membuat konten pemasaran dan desain yang baik serta komunikatif akan sangat membantu produk barang atau jasa yang lebih mudah dikenal dan diterima oleh masyarakat yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mendorong pertumbuhan bisnis ekonomi kreatif di Indonesia.

Berdasarkan analisis terhadap kondisi terkini telah menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan pelaku usaha akan strategi pemasaran digital yang efektif dengan tingkat penguasaan mereka terhadap platform seperti instagram bisnis. Oleh karena itu, sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, perlu diselenggarakan kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk membekali pelaku usaha dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memanfaatkan potensi digital marketing melalui *platform* tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan aplikasi Canva dalam meningkatkan kualitas desain media publikasi dan dampaknya terhadap persepsi konsumen pariwisata di Desa Kebontunggul Mojokerto. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi promosi pariwisata yang lebih efektif dan menarik”.

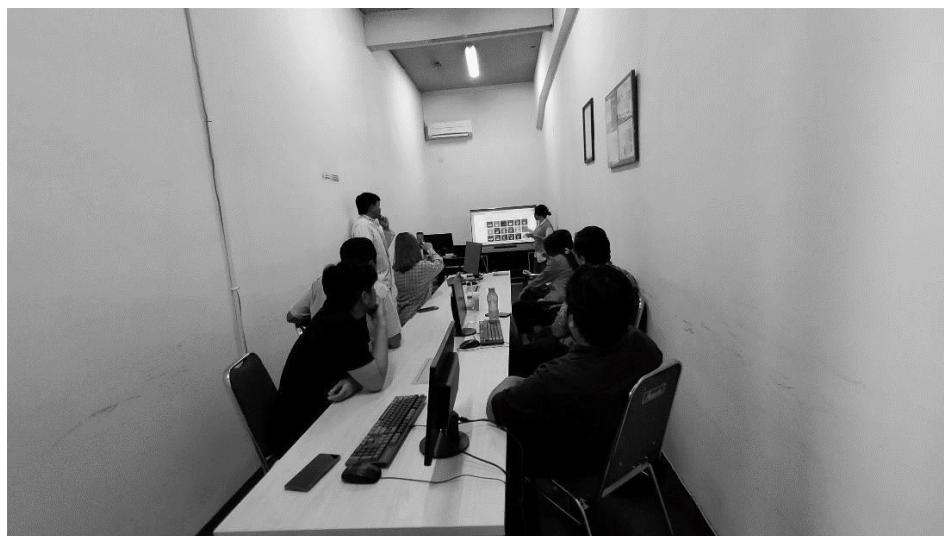
METODE PENERAPAN

Pendekatan yang digunakan adalah studi pustaka, di mana data dikumpulkan melalui kajian terhadap teori-teori dari berbagai literatur yang relevan. Langkah-langkah penelitian ini mencakup persiapan peralatan, pengumpulan referensi bibliografi, pengorganisasian waktu, serta membaca dan mencatat bahan penelitian. Data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan penelitian terdahulu, kemudian dianalisis secara kritis untuk mendukung gagasan dan proposisi penelitian (Adlini et al., 2022). Kajian ini menggunakan metode atau pendekatan studi pustaka (*library research*). Studi pustaka diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang melibatkan pengumpulan data dari literatur, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian (Zed, 2003:3). Dalam penelitian studi pustaka, terdapat empat ciri utama yang perlu diperhatikan. Pertama, peneliti berinteraksi langsung dengan teks atau data angka, bukan melalui pengalaman lapangan. Kedua, data pustaka bersifat "siap pakai," sehingga peneliti tidak perlu turun langsung ke lapangan karena berhadapan dengan sumber data yang tersedia di perpustakaan. Ketiga, data pustaka umumnya merupakan sumber sekunder, artinya peneliti memperoleh data dari sumber kedua, bukan dari data asli di lapangan. Keempat, data pustaka tidak terbatas oleh ruang dan waktu (Zed, 2003:4-5).

Berdasarkan hal tersebut, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menelaah berbagai jurnal, buku, dokumen (baik cetak maupun elektronik), serta sumber data atau informasi lainnya yang relevan dengan penelitian.

Persiapan

Tahap pertama adalah pembentukan tim. Pembentukan tim ini dilakukan untuk menyiapkan materi atau bahan yang digunakan sebagai alat koordinasi dengan perangkat desa. Selain itu, tim juga akan melakukan survei lapangan untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang ada di Desa Kebontunggul.



Gambar 1. Proses Persiapan Untuk Koordinasi dengan Perangkat Desa

Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan kedua adalah pelaksanaan, dimana tim akan memberikan pendampingan dan pelatihan dalam penggunaan media sosial serta website untuk meningkatkan penyebaran informasi dan transparansi. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan dengan sukses. Tahap awal pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

a. Tahap Awal: Pengumpulan Data Dasar

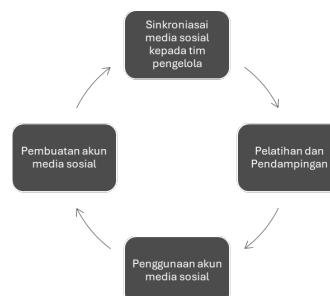
Sebelum pelaksanaan intervensi, tim peneliti melakukan pengumpulan data dasar mengenai kualitas desain media publikasi yang telah ada di Desa Kebontunggul. Selain itu, dilakukan survei awal terhadap persepsi konsumen pariwisata mengenai daya tarik visual dan informasi yang terkandung dalam media promosi yang ada. Data ini menjadi titik acuan dalam media promosi untuk membandingkan hasil setelah dilakukan intervensi.

b. Tahap Intervensi: Pelatihan dan Produksi Desain Baru

Pada tahap ini, tim peneliti memberikan pelatihan kepada pelaku wisata di Desa Kebontunggul mengenai penggunaan aplikasi canva. Pelatihan ini difokuskan pada fitur-fitur yang relevan untuk menghasilkan desain media promosi yang menarik dan informatif. Setelah pelatihan, masyarakat sekitar yang mengelola sosial media diberikan kesempatan untuk memproduksi desain media publikasi baru dengan menggunakan aplikasi canva.

c. Tahap Akhir: Evaluasi dan Pengukuran Dampak

Setelah desain media publikasi baru selesai dibuat, tim peneliti melakukan evaluasi terhadap kualitas desain media publikasi di Desa Kebontunggul. Desain-desain yang dihasilkan setelah pelatihan menjadi lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik wisata desa. Hal ini berdampak positif pada persepsi konsumen pariwisata, yang mana sebagian besar khalayak menyatakan bahwa desain media publikasi yang baru lebih menarik dan memicu minat mereka untuk mengunjungi Desa Kebontunggul.



Gambar 2. Alur proses kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kebontunggul

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Persiapan

Pada tahap persiapan, tim melakukan analisis terhadap informasi yang diperoleh dari media sosial serta survei lapangan dengan wawancara langsung bersama Kepala Desa Kebontunggul. Setelah data dianalisis, tim pengabdian menetapkan program kerja yang akan dilaksanakan di Desa Kebontunggul selama 3 hari. Selanjutnya tim mempersiapkan anggaran dana dan material yang diperlukan. Karena belum ada tim khusus yang dapat mengelola website dan sosial media desa, serta optimalisasi penggunaan media sosial dan *website* yang masih kurang, tim pengabdian akan melakukan intervensi berupa pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan *website* dan media sosial.

Persiapan dilakukan untuk meningkatkan informasi dan transparansi di desa. Desa merupakan salah satu sistem pemerintahan di tingkat paling bawah, sehingga diperlukan peningkatan kompetensi bagi aparatur desa. Dengan peningkatan kompetensi tersebut, diharapkan aparatur desa dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Saat ini, hampir semua sektor berbasis teknologi informasi, termasuk pemerintahan desa yang juga harus memanfaatkan teknologi informasi. Namun, salah satu kelemahan yang sering ditemukan di tingkat desa adalah minimnya kemajuan dalam penggunaan teknologi informasi. Selain itu, pemerintah desa saat ini telah diberikan kewenangan otonomi oleh pemerintah pusat, sehingga penting untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dan website dalam upaya meningkatkan informasi dan transparansi di Desa Kebontunggul. Dengan adanya sistem informasi yang ada di desa Kebontunggul, oleh karena itu kegiatan pengabdian masyarakat tersebut diharapkan dapat memudahkan pemerintah desa dalam mempertanggungjawabkan pengelolaan administrasi, baik kepada masyarakat, pemerintah daerah, maupun pemerintah pusat. Terwujudnya sistem informasi desa ini juga sejalan dengan harapan masyarakat yang menginginkan transparansi, baik dalam penggunaan anggaran maupun pengelolaan kegiatan. Dalam kegiatan ini, dilakukan pelatihan dan pendampingan kepada pemerintah desa untuk mendukung sistem informasi desa, khususnya dalam meningkatkan informasi dan transparansi di Desa Kebontunggul. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi pembuatan website, pembuatan media sosial, dan pelatihan pembuatan konten *feeds instagram* melalui aplikasi *canva* serta pelatihan penggunaan *website* bagi aparatur desa.

Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan, dilakukan di Desa Kebontunggul, dilaksanakan pada tanggal Rabu, 11 September 2024. Pelaksanaan tersebut dengan menjelaskan tentang cara pelatihan dan penggunaan sosial media dan website data.



Gambar 3. Menjelaskan materi mengenai penggunaan Aplikasi Canva

Dalam pelaksanaan penelitian dalam menyajikan contoh visualisasi data yang dihasilkan melalui penggunaan aplikasi Canva. Dimana aplikasi Canva dapat digunakan untuk menyederhanakan informasi secara kompleks menjadi visual yang mudah dipahami. Selain itu, Canva juga memungkinkan peneliti untuk menghasilkan berbagai macam desain.



Gambar 4. Menjelaskan mengenai media publikasi sosial media melalui Instagram

Dari perpektif teknik, Instagram menawarkan berbagai fitur yang mendukung kegiatan publikasi. Algoritma Instagram yang terus berkembang memengaruhi jangkauan konten yang dipublikasikan. Selain itu, penggunaan hashtag, tag lokasi dan kolaborasi dengan influencer juga menjadi strategi yang umum digunakan untuk meningkatkan visibilitas konten di *Instagram*. Fitur-fitur analitik yang disediakan oleh Instagram juga memungkinkan pengguna untuk mengukur kinerja konten dan mengoptimalkan strategi publikasi.

Hasil dan Ketercapaian Sasaran: efektivitas Canva dalam meningkatkan kualitas desain media publikasi dan dampaknya terhadap persepsi konsumen pariwisata di Desa Kebontunggul Mojokerto

1. Peningkatan Kualitas Desain Media Publikasi

Hasil	Ketercapaian
Dengan penggunaan Canva, kualitas desain media publikasi yang dibuat oleh pengelola pariwisata Desa Kebontunggul meningkat secara signifikan. Desain yang dihasilkan menjadi lebih menarik, modern, dan profesional, dengan pengaturan tata letak, <i>font</i> , serta warna yang lebih baik dibandingkan sebelumnya.	Sasaran ini tercapai dengan penggunaan fitur-fitur Canva yang mudah dioperasikan oleh pengguna tanpa latar belakang desain. Pengelola dapat memproduksi konten berkualitas tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam.

2. Konsistensi Identitas Visual Pariwisata

Hasil	Ketercapaian
Dengan menggunakan <i>template</i> yang tersedia di Canva, identitas visual pariwisata Desa Kebontunggul menjadi lebih konsisten. Warna, logo, dan elemen desain lainnya dapat disesuaikan dengan tema pariwisata desa, sehingga branding pariwisata lebih mudah dikenali.	Sasaran konsistensi visual ini tercapai melalui pemanfaatan <i>template</i> dan fitur penyimpanan desain di Canva, yang dapat memungkinkan dalam proses pengelolaan yang berkaitan dengan penggunaan elemen yang sama secara berulang.

3. Efisiensi dan Produktivitas Pembuatan Konten

Hasil	Ketercapaian
Penggunaan canva dapat meningkatkan efisiensi dalam pembuatan konten publikasi. Dibandingkan dengan metode manual, waktu gratis maupun berbayar di canva, yang diperlukan untuk menghasilkan konten berkualitas jauh lebih singkat, sehingga tim konten pariwisata dapat fokus pada pengembangan program lainnya.	Sasaran ini tercapai melalui fitur <i>drag-and-drop</i> dan akses ke berbagai elemen desain yang mempercepat proses produksi.

4. Peningkatan Persepsi Positif Konsumen

Hasil	Ketercapaian
Kualitas visual yang meningkat dari penggunaan Media publikasi membawa peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan dampak positif pada persepsi konsumen. Umpan balik positif dari wisatawan terkait terhadap pariwisata. Desa Kebontunggul menampilkan promosi media sosial dan brosur Wisatawan melihat desa ini sebagai destinasi digital yang lebih profesional, menarik, dan terorganisir dengan baik, yang mendorong minat kunjungan dan kepercayaan terhadap layanan yang ditawarkan.	Sasaran ini tercapai dengan indikator penggunaan media publikasi yang meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan dampak positif pada persepsi konsumen. Desa Kebontunggul menampilkan promosi media sosial dan brosur yang lebih profesional, menarik, dan terorganisir dengan baik, yang mendorong minat kunjungan dan kepercayaan terhadap layanan yang ditawarkan.

5. Penghematan Biaya Desain

Hasil	Ketercapaian
Dengan menggunakan aplikasi canva, Sasaran penghematan biaya ini tercapaidengan pengelolaan destinasi pariwisata tidak lagi memaksimalkan penggunaan fiturgratis canva, memerlukan jasa desainer profesional untuk sementara fitur berbayar hanya digunakan membuat konten secara sederhana, sehingga untuk keperluan spesifik ada suatu penghematan dalam anggaran pemasaran.	

6. Aksesibilitas dan Kolaborasi yang Lebih Baik

Hasil	Ketercapaian
Canva memungkinkan tim pariwisata bekerja secara kolaboratif meskipun berada di lokasi yang berbeda. Dengan akses berbasis <i>cloud</i> , anggota tim dapat berkontribusi dan mengedit desain secara bersamaan tanpa hambatan geografis.	Sasaran ini tercapai dengan penggunaan fitur kolaborasi canva yang memudahkan koordinasi dalam pembuatan materipublikasi.

KESIMPULAN

Desain grafis dan konten marketing adalah elemen strategis dalam pemasaran konvensional dan digital. Kualitas desain yang baik perlu mempertimbangkan konten, visual, konsep, tren, segmentasi pasar, biaya, dan aplikasi. canva adalah aplikasi desain grafis yang ideal untuk pemula, menawarkan kemudahan penggunaan. Penelitian ini mengukur efektivitas canva dalam meningkatkan kualitas desain media publikasi dan dampaknya terhadap persepsi konsumen pariwisata di Desa Kebontunggul, Mojokerto. Hasil menunjukkan bahwa canva secara signifikan meningkatkan kualitas desain, menjadikannya lebih menarik dan informatif, yang berdampak positif pada minat kunjungan. Namun, penelitian ini memiliki batasan, seperti ukuran sampel terbatas dan fokus pada satu desa. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk generalisasi. Disarankan agar Desa Kebontunggul terus memanfaatkan Canva dan melakukan pelatihan berkelanjutan, sementara pemerintah daerah mendukung dengan akses internet dan fasilitas pendukung untuk pengembangan pariwisata digital.

Dengan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masayarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, atas bantuan dana hibah melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2024 berdasarkan SK No. 501.3/K/003/LPPM/Abdimas/VI/2024. Kberhasilan program ini tidak lepas dari kontribusi Bumdes Gajah Mada, Perangkat Desa Kebontunggul, Prodi, serta para dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah bekerja sama dengan baik sampai kegiatan ini berakhir.

Melalui penelitian ini, kami telah membuktikan bahwa canva mampu menjadi solusi praktis dan efektif dalam meningkatkan kualitas desain medai publikasi di Desa Kebontunggul. Dengan desain yang menarik dan informatif, persepsi konsumen pariwisata terhadap Desa Kebontunggul menjadi lebih positif, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan. Kami berharap hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi desa-desa wisata lainnya untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan potensi daerahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A.H., Yulinda,S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2002). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. Edumaspul: Jurnal Pendidikan,(1), 974-980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Ali, Baginda Syah. 2016. Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Efita Sari, D., Narimo, S., Ulfatun, T., Hadi Mustofa, R., Suwandi, J., Fahmi Johan Syah, M., Jatmika, S., Nur Wahyudi, T., Chairil Asmawan, M., Annang Setiawan, Y., & Azhar Hendawan, H. (2022). Optimisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah di

- Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 6(1).
<http://ejurnal.ikippgrbojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>
- Irzani, D. A., AR, S.S., Syukur, M, Rahamat, M, Fauzi, L. A., Sofyan, M., & Halisa, N. (2021). Webinar Pelatihan Media Pembelajaran di Masa Covid 19. Journal Lepa-Lepa Open, 1(1)
- Kaala'lembang, A., Widiyanti, L., Rahayu, W. A., Riska, S. Y., & Sapoetra, Y. A. (2021). Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Institut Teknologi Dan Bisnis Asia Malang, 2(2), 91-
102. <https://doi.org/https://doi.org/1032815/jpm.v2i2.813>
- Nandaryani, N.W., Santosa, N.A., & Putra, I. P. D.A. (2021). Analisis desain konten instagram sebagai strategi promosi@ sayurboxbali. SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi), 4, 407-415.
- Pakniany, Yamres.2020. Potensi Pariwisata Maluku Dan Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram (Studi kasus: Sapinesia). ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis, 7(1), 39-51.
- Ridwan, I.M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. Jurnal ABDIMAS BSI: urnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 137–142. DOI: <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4974>
- Zed, Mestika 2003. Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.