

## OPTIMALISASI DIGITAL BRANDING KADIN BALI MELALUI EDUKASI CANVA DAN PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL

### *Optimization of The Bali Chamber of Commerce and Industry Digital Branding Through Canva Education And Social Media Management*

Nyimas Austina Amelia Salsa Billah<sup>1)</sup>, Kadek Devi Kalfika Anggria Wardani<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Pendidikan Nasional

Email: austineamelia@gmail.com<sup>1)</sup>

### ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi beberapa tahun terakhir, membuat internet menjadi alat komunikasi yang ramai digunakan. Fenomena tersebut dapat dimanfaatkan untuk membangun digital branding saat ini di media sosial. Antusias Masyarakat yang sangat besar terhadap internet dan teknologi, dapat digunakan untuk menarik minat orang-orang atau audiens terkait Kamar Dagang dan Industri (KADIN) khususnya KADIN Bali, sehingga dibutuhkan branding yang kreatif dan insightful. KADIN memiliki dampak yang sangat besar untuk pelaku usaha khususnya UMKM. Namun, belum banyak pelaku UMKM mengetahui apa itu KADIN khususnya Masyarakat Bali sehingga dibutuhkan digital branding. Untuk dapat menciptakan digital branding yang optimal dibutuhkan pengetahuan dan pemahaman pegawai KADIN Bali mengenai pembuatan konten media sosial melalui Canva sebagai sarana promosi dan komunikasi serta pengoptimalisasian media sosial KADIN BALI dengan cara memberikan edukasi secara langsung kepada pegawai KADIN Bali terkait tahapan pembuatan konten melalui Canva dan pemanfaatan media sosial KADIN Bali untuk membangun digital branding perusahaan agar lebih menarik, kreatif, dan mengedukasi Masyarakat. Metode yang digunakan terdiri dari tiga tahapan yaitu: pendahuluan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan berdampak positif, dimana pegawai KADIN Bali mampu meningkatkan pengetahuan dan kemampuannya dalam pembuatan konten dan pemanfaatan media sosial.

**Kata kunci:** digital branding, canva, media sosial, instagram, KADIN Bali.

### ABSTRACT

*The rapid development of technology and information in recent years has made the internet a communication tool that is widely used. This phenomenon can be utilized to build digital branding today on social media. The public's enormous enthusiasm for the internet and technology can be used to attract people or audiences related to Chamber of Commerce and Industry (KADIN), especially KADIN Bali, so creative and insightful branding is needed. KADIN has a very big impact on business actors, especially MSMEs. However, not many MSMEs know what KADIN is, especially the Balinese people, so digital branding is needed. To be able to create optimal digital branding requires knowledge and understanding of KADIN Bali employees regarding creating social media content through Canva as a means of promotion and communication, as well as optimizing KADIN BALI social media by providing direct education to KADIN Bali employees regarding the stages of content creation through Canva and the utilization of Bali Chamber of Commerce and Industry social media to build company digital branding to make it more attractive, creative, and educate the public. The method used consists of three stages: introduction, implementation, and evaluation. The results*

*of the activities had a positive impact, as KADIN Bali employees were able to increase their knowledge and abilities in creating content and using social media..*

**Keywords:** *digital branding, canva, social media, instagram, education, bali chamber of commerce and industry*

## PENDAHULUAN

Jutaan orang mengakses internet dan menggunakan media sosial setiap harinya untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan ataupun sekedar melepas penat mencari hiburan. Cepatnya perkembangan teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir, menjadikan internet media komunikasi yang ramai digunakan (Siswanto, 2018). Maraknya pengguna media sosial di Indonesia tentu dapat menimbulkan kesempatan guna optimalisasi media sosial sebagai media komunikasi. Hal ini melahirkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengoptimalkan cara berkomunikasi di masyarakat, mulai dalam bidang pemasaran, politik maupun dalam pembelajaran (Setiadi, 2016).

Berdasarkan Pasal 33 UUD 1945 yang berisi tentang pedoman pembangunan ekonomi, pengusaha didorong untuk ikut serta dalam pemerataan kesempatan berusaha yang seluas-luasnya kepada dunia usaha Indonesia, serta ikut serta dalam pembangunan perekonomian nasional Indonesia (Tommy, 2021). Untuk itu berdirinya Kamar Dagang dan Industri (KADIN) menjadi sebuah asosiasi berkumpulnya para pelaku usaha Indonesia diharapkan mampu mewadahi kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan beberapa pihak yang berkaitan untuk membuat suatu cara khusus untuk memberikan solusi tertentu bagi para pelaku usaha khususnya UMKM yang baru merintis usaha dan memiliki permasalahan bisnis sehingga KADIN dapat menjadi pihak yang menciptakan penyedia solusi dalam pemecah masalah bagi instansi serta organisasi dan memperoleh jalan keluar dengan memperkuat relasi antar lingkungan

organisasional sebagai dampak positif lainnya.

KADIN menjadi garda pertama dan utama untuk menjadi perwakilan pelaku usaha serta para *stakeholders* dalam pembuatan serta implementasi kebijakan ekonomi di seluruh Indonesia. Para anggota KADIN akan saling memberikan binaan, *sharing*, diskusi, dan konsultasi untuk merealisasikan usaha Indonesia yang memiliki daya saing tinggi. KADIN juga bertanggung jawab mendidik pengusaha Indonesia tentang etika bisnis yang baik dan memastikan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Berdasarkan fenomena tersebut, dari antusias Masyarakat yang sangat besar terhadap internet dan teknologi, untuk menarik minat orang-orang atau audiens terkait KADIN khususnya KADIN Bali dibutuhkan *branding* yang kreatif dan *insightful*.

Mempertimbangkan temuan atas penelitian terdahulu milik Fadly & Utama, (2020) yang mengemukakan bahwa strategi *digital branding* adalah strategi pemasaran yang sangat efektif, mengingat perkembangan teknologi zaman sekarang semakin pesat serta hampir menginjak era revolusi industri 5.0, dimana mudahnya akses komunikasi antara penjual dan pembayaran dengan pelanggan pada penjualan produk, sebagai akibat pemanfaatan teknologi yang meningkatkan efisiensi waktu dan tempat. Pada penelitian tersebut disimpulkan juga bahwa jika pemasaran *online* dimaksimalkan dengan membangun *branding* maka produk yang dijual akan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Berdasarkan penelitian tersebut maka pada pengabdian ini, pengabdian bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *branding* dalam ranah

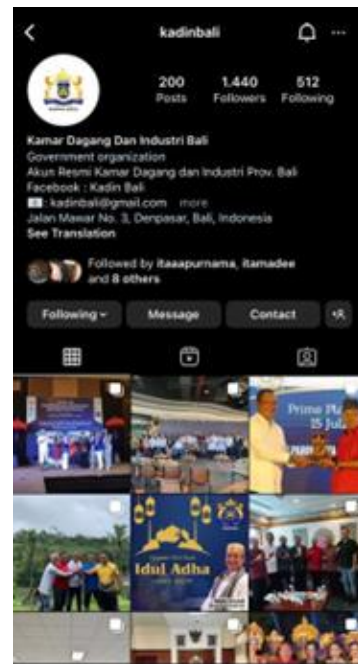
digital khususnya pada media sosial Instagram dapat mempengaruhi peningkatan audiens atau *engagement*. *Engagement* adalah upaya suatu merek untuk melibatkan pemirsanya melalui konten yang diunggah. Keterlibatan yang sukses pada akhirnya akan menghasilkan peningkatan penjualan. Namun, pada pengabdian ini yang mengangkat terkait edukasi optimalisasi *digital branding* KADIN Bali melalui edukasi Canva dan pengelolaan media sosial. Pengabdi berfokus pada kegiatan *digital branding* yang digunakan untuk meningkatkan *engagement* dalam upaya meningkatkan UMKM yang bergabung menjadi anggota KADIN Bali dan membantu meningkatkan promosi UMKM.

Media sosial merupakan media *online* yang memudahkan para penggunanya berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Rachmawaty, 2021). Media sosial dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi guna menambah anggota atau sekedar memberikan edukasi mengenai KADIN itu sendiri. Selain itu, perkembangan teknologi dan informasi juga turut diimbangi dengan perkembangan desain yang berkualitas (Kala'lembang et al., 2021). Perkembangan teknologi desain saat ini sudah sangat berkembang pesat dan telah mempengaruhi aspek kehidupan manusia (Wijaya et al., 2022). Selain itu, anggota KADIN Bali belum sepenuhnya menyadari pentingnya branding digital dan cara efektif mengelolanya. Untuk mengisi kesenjangan (*gap*) tersebut kegiatan pengabdian ini dilakukan, agar karyawan KADIN memahami konsep dan manfaat dari penggunaan media sosial untuk branding.

### Permasalahan Mitra

Berdasarkan hasil pengamatan pada sosial media KADIN Bali dan wawancara dengan pegawai KADIN Bali yaitu Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., adapun hal yang menjadi persoalan utama pada mitra

pengabdian adalah kurangnya branding digital akun media sosial KADIN Bali.



Gambar 1. Instagram KADIN Bali

Terpantau hingga 28 Juli 2023, instagram KADIN Bali hanya mengunggah foto polos dan ucapan hari raya saja. Lalu pada akun Facebook nya, KADIN Bali sudah lama tidak aktif dan konten terakhir dibagikan pada 22 Mei 2021.



Gambar 2. Akun facebook KADIN Bali

## SOLUSI DAN TARGET LUARAN

### Solusi Permasalahan

Kegiatan *branding* sangat membutuhkan konsistensi untuk membuat konsumen percaya dan yakin terhadap sebuah *brand* (Hananto, 2019). *Branding* secara digital melalui media sosial menjadi opsi utama untuk diterapkan. Pada industri 4.0 seperti sekarang ini, sebuah *brand* sudah mampu berkomunikasi dengan membuat unggahan yang kaya akan visual, beridentitas, informatif serta komunikatif dan dapat dengan mudah diakses oleh pengikutnya. *Branding* melalui media sosial juga dapat memberikan akses pada organisasi untuk berkomunikasi tanpa henti dan tanpa biaya (Ferbita et al., 2020). Guna mewujudkan hal tersebut tentunya dibutuhkan edukasi terkait bagaimana cara pembuatan konten melalui Canva dari awal penentuan konsep, pembuatan konten hingga siap untuk dipublikasikan lewat media sosial instansi KADIN Bali serta cara pemanfaatan media sosial tersebut secara optimal.

Untuk menambah pengetahuan, ide, dan pengalaman di bidang teknologi, agar lebih inovatif, maka ditawarkan pelatihan cara menggunakan aplikasi Canva untuk meningkatkan fungsionalitas multimedia (Komalasari et al., 2021). Canva adalah perangkat lunak untuk membuat grafik, presentasi, poster, dokumen, dan konten visual lainnya untuk jejaring sosial. Dalam aplikasi Canva terdapat banyak transisi perpindahan slide yang menarik dan beragam grafis yang dapat ditambahkan pada template serta daya dukung animasi

(Iwafani & Haes, 2023). Fitur-fitur pada Canva sangat berguna jika kita memiliki format desain yang digunakan terus-menerus, jadi jika kita ingin membuat desain yang mirip dengan yang kita buat sebelumnya, tinggal buka lagi dan sesuaikan sesuka hati (Simbolon et al., 2022). Keuntungan utama lainnya yang didapatkan adalah dapat diakses platform secara gratis, tanpa batasan waktu. Penyajian informasi yang menarik, kreatif dan informatif menjadi modal untuk menciptakan informasi yang mudah diterima masyarakat, termasuk informasi dengan infografis (Isnaini et al., 2021).

Untuk itu Pengabdian ingin meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pegawai KADIN Bali mengenai pembuatan konten media sosial melalui Canva sebagai sarana promosi dan komunikasi serta pengoptimalisasian media sosial instagram KADIN BALI dengan cara memberikan edukasi secara langsung kepada pegawai KADIN Bali terkait tahapan pembuatan konten melalui Canva dan pemanfaatan media sosial instagram KADIN Bali untuk membangun digital branding perusahaan agar lebih menarik, kreatif, dan mengedukasi Masyarakat.

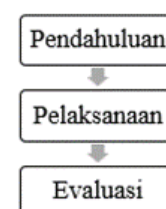
### Luaran dan Target Capaian

Adapun target luaran yang akan dicapai pada kegiatan pengabdian sebagai berikut:

- Edukasi dan Pembuatan Konten melalui Canva
- Sinkronisasi akun Instagram dan Facebook
- Publikasi di Jurnal Abdimas Gorontalo (JAG)

### METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tiga tahapan alur pelaksanaan yaitu, pendahuluan, pelaksanaan, dan evaluasi.



Gambar 3. Alur pelaksanaan

Pada Gambar 3 terdapat tahapan yang dilakukan dalam kegiatan, yaitu:

a. Pendahuluan

Melakukan analisa masalah sejak awal periode PKL dengan melakukan pemantauan media sosial KADIN Bali dan wawancara singkat kepada pegawai KADIN Bali yaitu Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., ternyata terdapat kurangnya pengelolaan serta pemanfaatan media sosial yang dimiliki oleh KADIN Bali khususnya Instagram dan Facebook. Untuk itu selama tanggal 16-28 Juli 2023 pengabdian memastikan solusi yang dibutuhkan akibat masalah yang timbul serta menyiapkan bahan untuk materi edukasi.

b. Pelaksanaan

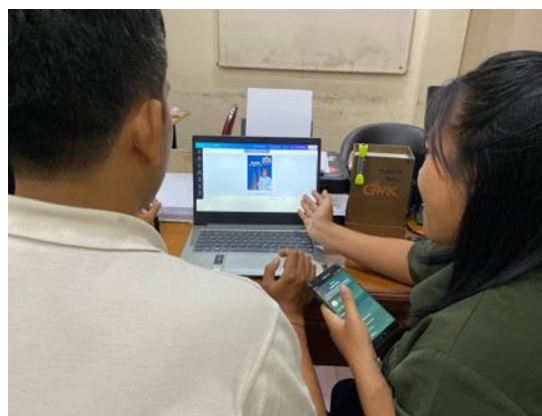
Pada tahapan ini merupakan pelaksanaan kegiatan edukasi dan pelatihan untuk pegawai KADIN Bali yaitu Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., Pengabdian akan memberikan edukasi terkait cara pembuatan konten melalui Canva dan pemanfaatan media sosial KADIN Bali agar lebih menarik dan mengedukasi masyarakat, sehingga turut meningkatkan citra atau branding KADIN Bali secara digital. Terdapat dua sesi kegiatan pada pengabdian ini yaitu, sesi edukasi pembuatan konten melalui Canva dan sinkronisasi unggahan konten pada media sosial Instagram dan Facebook.

c. Evaluasi

Pada tahap akhir kegiatan yaitu evaluasi, dimana tujuan dari dilakukannya tahapan ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman pegawai KADIN Bali terhadap materi yang disampaikan, Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., akan diberikan kuis *online* yang berisi indikator pertanyaan seputar kejelasan materi, kemudahan penggunaan, serta manfaat yang didapatkan setelah edukasi.

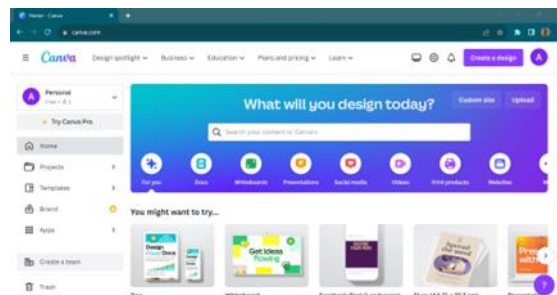
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan pada Hari Selasa, 01 Agustus 2023 secara langsung di Kantor KADIN Bali. Pengabdian Masyarakat ini ditujukan kepada pegawai KADIN Bali yaitu, Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom. Langkah awal yaitu, analisa masalah sejak awal periode PKL yaitu dimulai dari tanggal 12 Juni hingga 15 Juli 2023, analisa dilakukan dengan pengamatan terhadap media sosial KADIN Bali dan wawancara singkat dengan Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom. Lalu selama tanggal 16 - 28 Juli 2023 peneliti memastikan solusi yang dibutuhkan akibat masalah yang timbul serta menyiapkan bahan untuk materi edukasi.



Gambar 4. Edukasi pembuatan konten melalui canva dengan pegawai KADIN Bali

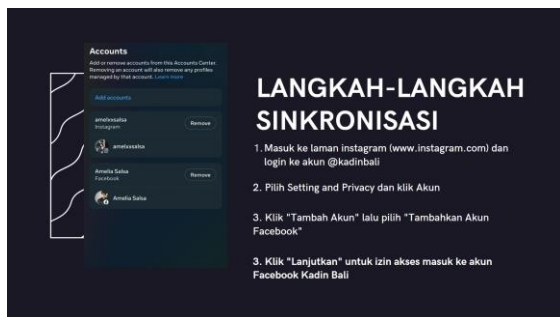
Lalu pada tahap pelaksanaan, tahapan ini dilaksanakan tanggal 01 Agustus 2023, kegiatan dimulai dengan edukasi dan pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan konten di Instagram.



Gambar 5. Pengenalan fitur-fitur pada Canva

Pada gambar 5, Pengabdi menjelaskan terkait beberapa fitur yang terdapat pada Canva dan cara membuat akun. Aplikasi Canva adalah aplikasi desain grafis *online* yang mudah digunakan bahkan untuk pemula sekalipun. Selain itu, Canva juga dapat diakses melalui desktop dan perangkat seluler berbasis web (Wijaya et al., 2022). Lantaran hal tersebut, pada saat proses edukasi penggunaan Canva ini, pengabdi memberikan arahan menggunakan website Canva, karena penggunaan website dapat lebih mudah lantaran tidak perlu mengunduh aplikasi dan dapat diakses di *device* manapun, baik melalui HP, Komputer maupun Laptop.

Setelah pemaparan terkait aplikasi Canva, kegiatan dilanjutkan dengan mempraktekan penggunaan aplikasi Canva, pengabdi mendampingi Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., dalam membuat dan mendesain konten di Instagram KADIN Bali menggunakan Canva. Selama demonstrasi, secara bersamaan dilakukan diskusi berkaitan dengan media yang didesain dan diproduksi oleh Pegawai KADIN Bali. Kegiatan pengabdian berlanjut ke sesi kedua yaitu, sinkronisasi unggahan konten pada media sosial Instagram dan Facebook.



Gambar 6. Materi sinkronisasi aplikasi Instagram dan Facebook

Pada sesi ini, pengabdi akan menjelaskan dan mendemonstrasikan cara untuk menyinkronisasi akun Instagram dan Facebook KADIN Bali, agar saat Pegawai KADIN Bali mengunggah konten di salah satu akun, maka akan otomatis terunggah di akun yang lainnya. Hal ini tentunya sangat efektif dan efisien.



Gambar 7. Hasil desain konten Instagram menggunakan Canva oleh pegawai KADIN Bali

Gambar 7 adalah contoh hasil desain yang dihasilkan oleh Pegawai KADIN Bali menggunakan *template* Canva yang sudah tersedia.



Gambar 8. Peningkatan jumlah audiens konten Instagram KADIN Bali

Pada gambar 8 menunjukkan peningkatan dalam jumlah penonton konten Instagram KADIN Bali setelah diterapkannya konten yang edukatif dan kreatif. Konten “Wuling ft KADIN Bali” merupakan konten buatan Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., melalui pelatihan pembuatan konten oleh pengabdi, konten tersebut telah berhasil menjangkau 2.000 penonton pertanggal 16 Agustus 2023 dalam satu unggahan. Dibandingkan dengan konten sebelum dilaksanakannya pengabdian, yang hanya menyentuh ratusan penonton atau audiens saja dalam satu unggahan.



Gambar 9. Hasil sinkronisasi unggahan Instagram dan Facebook

Proses sinkronisasi berhasil dilakukan, konten yang diunggah di akun Instagram KADIN Bali juga terunggah di Facebook KADIN Bali. Setelah 2 sesi edukasi dan pelatihan berakhir, selanjutnya kegiatan pengabdian ditutup dengan dilakukannya evaluasi terhadap pengetahuan dan pemahaman yang telah dicapai oleh Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom.

Tabel 1. Hasil evaluasi sebelum dan sesudah edukasi

Sebelum pengabdian	Setelah Pengabdian
Pegawai KADIN Bali tidak mengetahui cara mendesain konten di Canva	Pegawai KADIN Bali dapat mengerti cara mendesain dan berhasil membuat konten di Canva
Pegawai KADIN Bali tidak mengetahui cara menyinkronisasi aplikasi dan unggahan Instagram dan Facebook KADIN Bali	Pegawai KADIN Bali dapat memahami cara dan berhasil menyinkronisasi aplikasi dan unggahan Instagram serta Facebook KADIN Bali
Jumlah jangkauan audiens pada Instagram KADIN Bali sedikit dan hanya dibawah 300 audiens.	Jumlah jangkauan audiens pada Instagram KADIN Bali semakin meningkat hingga 2.000 penonton dalam 1 unggahan

Berdasarkan hasil penilaian sebelum dan sesudah pengabdian kepada masyarakat, terlihat bahwa program pengabdian kepada masyarakat memberikan pengaruh yang

positif bagi KADIN Bali. Efek positif ini diterjemahkan menjadi peningkatan akuisisi audiens, peningkatan kesadaran terkait merek digital dan keterampilan pegawai KADIN Bali yaitu Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., dalam membuat konten.

Hasil kegiatan pengabdian ini konsisten dengan hasil kegiatan pengabdian lainnya seperti milik Widiawati et al., (2022) dan Komalasari et al., (2021) juga diketahui bahwa kegiatan edukasi pembuatan konten memiliki pengaruh positif terhadap mitra kegiatan. Jika dikelola secara konsisten dan berkesinambungan untuk mengunggah konten yang menarik, tidak menutup kemungkinan jumlah ini akan terus bertambah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di KADIN Bali, yang terletak di Jalan Mawar No. 3 Denpasar dan dilaksanakan sejak 12 Juni – 14 Agustus 2023. Maka dapat disimpulkan bahwa edukasi penggunaan Canva dan pemanfaatan media sosial dapat membantu dalam digital branding dan membangun citra perusahaan secara digital. Kegiatan tersebut telah menambah ilmu pengetahuan dan wawasan Pegawai KADIN Bali yaitu Bapak I Putu Kusuma Wardana, S.Kom., tentang Canva yang dapat menjadi salah satu referensi pembuatan konten media sosial. Selain itu, kegiatan pengabdian dapat meningkatkan jangkauan audiens sebagai bentuk optimalisasi penggunaan media sosial dan digital branding.

Saran yang dapat diberikan yaitu pelatihan secara terus-menerus agar dapat memaksimalkan ilmu yang telah disampaikan. Selain itu, Pegawai juga harus memiliki inisiatif untuk terus belajar dan memperbaharui pengetahuan terkait Canva dan media sosial agar kedepannya lebih cakap dan mudah memanfaatkan fitur-fitur baru yang akan hadir di Canva dan akun media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222.  
<https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>
- Ferbita, L. V., Setianti, Y., & Dida, S. (2020). Strategi Digital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui Media Sosial Era digital dimulai dengan semakin pesatnya jaringan internet . Kondisi menyebabkan pergeseran budaya manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain . *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 16(2), 113–136.  
[http://jos.unsoed.ac.id/index.php/acta\\_diurna/article/view/2865](http://jos.unsoed.ac.id/index.php/acta_diurna/article/view/2865)
- Hananto, B. A. (2019). IDENTITAS VISUAL DIGITAL BRAND DALAM SOSIAL MEDIA Sebuah Evaluasi Konsistensi Image dan Type Karya Mahasiswa dalam Mendesain Feed Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 56–61.
- Isnaini, K. N., Sulistiyani, D. F., & Putri, Z. R. K. (2021). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 291.  
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6434>
- Iwafani, S. A., & Haes, P. E. (2023). *Edukasi Pengenalan Filosofi Warna dan Font Pada Desain Menggunakan Aplikasi Canva*. 6(2), 159–166.
- Kala'lembang, A., Widayanti, L., Rahayu, W. A., Riska, S. Y., & Spoetra, Y. A. (2021). 813-Teks Artikel-2597-1-10-20211102 (1). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 91–102.  
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jpm/article/view/813/219>
- Komalasari, Y., Muharrom, M., & Sumbaryadi, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Fungsionalitas Media Sosial Pada Pengurus dan Anggota Karang Taruna Kel. Kebon Bawang Jakarta Utara. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 71–77.  
<https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i2.380>
- Rachmawaty, A. (2021). Optimasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar. *Tematik*, 8(1), 29–44.  
<https://doi.org/10.38204/tematik.v8i1.535>
- Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. 1, 1–7.
- Simbolon, R. W., Siallagan, S., Munte, D., & Barus, B. (2022). Desain Poster Menarik Memanfaatkan Canva. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 448–456.  
<https://doi.org/10.31949/jb.v3i3.2904>
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86.  
<https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Tommy. (2021). *Siapa itu Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)?* Pajakku.Com.  
<https://www.pajakku.com/read/61ca80d31c72eb1eee0cb8ee/Siapa-itu-Kamar-Dagang-dan-Industri-Indonesia->
- Widiawati, K., Kalfika Anggria Wardani, K. D., & Supriyadinata Gorda, A. A. N. E. (2022). Cara memasarkan produk UMKM pada masa COVID-19 melalui media sosial. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 5(3), 474–485.  
<https://doi.org/10.33474/jipemas.v5i3.15413>
- Wijaya, N., Irsyad, H., & Taqwiym, A. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Canva Dalam Mendesain Poster. *Fordicate*, 1(2), 192–199.  
<https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2418>