

PENINGKATAN LITERASI DIGITAL REMAJA GPM MELALUI SOSIALISASI DIGITAL MARKETING BERBASIS CANVA DI JEMAAT GPM HATIVE BESAR

Belianus P. Latuheru¹, Thomas Aurima², Daut Selly³, Editha Kristian⁴

Universitas Kristen Indonesia Maluku^{1,2,3,4}

E-mail: latuherubily@gmail.com; tomxrima@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk mengembangkan kreativitas, keterampilan promosi, dan potensi kewirausahaan. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi oleh remaja belum sepenuhnya diarahkan pada aktivitas yang produktif dan bernilai ekonomi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan promosi digital remaja Jemaat GPM Hative Besar melalui sosialisasi digital marketing dan pelatihan penggunaan aplikasi Canva. Mitra kegiatan adalah remaja Jemaat GPM Hative Besar, Klasis Pulau Ambon Utara.

Permasalahan utama yang ditemukan adalah tingginya akses remaja terhadap smartphone dan media sosial, namun penggunaannya masih lebih dominan untuk hiburan dan interaksi sosial. Pemanfaatan media digital untuk promosi produk, jasa, kegiatan organisasi, personal branding, maupun peluang kewirausahaan masih rendah. Metode kegiatan meliputi observasi, wawancara, identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi, sosialisasi, diskusi interaktif, praktik pembuatan flyer promosi digital, pendampingan kelompok, serta lomba desain sebagai bentuk evaluasi.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep digital marketing, meningkatnya keterampilan peserta dalam membuat media promosi menggunakan Canva, serta tumbuhnya kesadaran untuk memanfaatkan media sosial secara kreatif, produktif, dan bertanggung jawab. Program ini juga mendorong remaja untuk melihat teknologi sebagai sarana belajar, berkarya, membangun jejaring, dan menciptakan peluang ekonomi. Dengan demikian, pelatihan promosi digital berbasis Canva dapat menjadi strategi pemberdayaan yang relevan dalam membentuk generasi muda jemaat yang cakap digital dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kata Kunci : Canva, digital marketing, pengabdian masyarakat, remaja GPM.

ABSTRACT

Digital technology provides significant opportunities for young people to develop creativity, promotional skills, and entrepreneurial potential. However, technology use among youth has not been fully directed toward productive and economically valuable activities. This community service program aimed to improve digital literacy and digital promotion skills among youth members of GPM Hative Besar Congregation through digital marketing socialization and Canva-based promotional design training. The community partner was the youth group of GPM Hative Besar Congregation, North Ambon Island Classis.

The main problem identified was that although most youth had access to smartphones and social media, their use was still dominated by entertainment and social interaction, while the use

of digital media for product promotion, services, organizational activities, personal branding, and entrepreneurial activities remained limited. The activity methods included observation, interviews, partner needs assessment, material preparation, socialization, interactive discussion, hands-on practice in creating promotional flyers, group mentoring, and a design competition as an evaluation activity.

The results showed an improvement in participants' understanding of digital marketing concepts, an increase in their ability to create promotional media using Canva, and greater awareness of using social media creatively, productively, and responsibly. This program also encouraged youth to view technology as a medium for learning, creating, building networks, and generating economic opportunities. Therefore, Canva-based digital promotion training can serve as a relevant empowerment strategy to develop digitally literate and adaptive youth within the congregation.

Keywords: *Canva, community service, digital marketing, youth GPM.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi sosial, ekonomi, pendidikan, serta aktivitas kewirausahaan masyarakat. Media digital tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi telah menjadi ruang produktif untuk promosi, pemasaran, penciptaan konten, pengembangan personal branding, dan perluasan peluang ekonomi. Digital marketing menempatkan media digital sebagai kanal strategis untuk membangun hubungan dengan audiens, menyampaikan pesan promosi, serta memperluas jangkauan pasar secara lebih cepat dan terukur (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Kingsnorth, 2022).

Perubahan tersebut menuntut masyarakat, khususnya generasi muda, agar tidak hanya menjadi pengguna teknologi secara pasif. Generasi muda perlu memiliki kemampuan untuk memahami, memilih, memproduksi, dan menyebarkan konten digital secara bertanggung jawab. Dalam konteks ini, literasi digital tidak cukup dimaknai sebagai kemampuan mengoperasikan perangkat, melainkan juga sebagai kecakapan dalam menggunakan teknologi untuk belajar, berkarya, berkomunikasi, berkolaborasi, dan menghasilkan nilai tambah bagi lingkungan sosialnya.

Remaja merupakan kelompok yang sangat dekat dengan penggunaan perangkat digital, terutama smartphone dan media sosial. Kedekatan tersebut menjadi potensi besar apabila diarahkan pada aktivitas kreatif, edukatif, dan ekonomis. Akan tetapi, tanpa pembinaan dan pendampingan yang tepat, teknologi cenderung digunakan untuk kebutuhan hiburan semata. Kondisi ini menyebabkan kemampuan remaja dalam memproduksi konten digital yang komunikatif, menarik, dan bernilai promosi belum berkembang secara optimal.

Jemaat GPM Hative Besar merupakan salah satu jemaat di Klasis Pulau Ambon Utara yang memiliki potensi sosial dan ekonomi yang beragam. Berdasarkan hasil observasi, wilayah pelayanan Jemaat GPM Hative Besar memiliki karakter sosial yang kuat, ditandai dengan budaya gotong royong, kebersamaan, serta keterlibatan warga dalam kegiatan gerejawi dan sosial. Dari sisi ekonomi, warga jemaat memiliki berbagai potensi usaha, seperti sektor perikanan, UMKM, usaha sagu bakar, kerajinan rajut, jasa sablon, bengkel, perlengkapan pelayanan gereja, dan usaha dekorasi pernikahan yang dikelola oleh unsur pelayanan jemaat.

Potensi tersebut memerlukan dukungan promosi yang lebih luas agar dapat berkembang secara berkelanjutan. Media sosial dapat menjadi sarana promosi yang murah, mudah diakses, dan dekat dengan keseharian masyarakat. Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2017) menegaskan bahwa pergeseran pemasaran dari pendekatan tradisional menuju digital membuka ruang interaksi yang lebih luas antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, remaja jemaat dapat diarahkan

sebagai agen perubahan yang membantu memperkenalkan produk, jasa, dan kegiatan jemaat melalui media digital.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai bagian dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik Universitas Kristen Indonesia Maluku di Jemaat GPM Hative Besar. Kegiatan berfokus pada sosialisasi digital marketing dan pelatihan promosi digital menggunakan aplikasi Canva dengan tema “Generasi Cakap Digital: Memanfaatkan Teknologi, Menciptakan Peluang”. Pemilihan Canva didasarkan pada kemudahan akses, fitur desain yang praktis, serta kesesuaiannya bagi pemula yang ingin membuat konten promosi digital melalui smartphone maupun komputer. Melalui pelatihan ini, remaja diharapkan mampu menghasilkan media promosi sederhana, kreatif, dan aplikatif untuk mendukung kegiatan organisasi, UMKM jemaat, serta peluang usaha pribadi.

PERMASALAHAN PRIORITAS MITRA

Berdasarkan hasil observasi, survei, dan wawancara dengan pihak terkait, terdapat beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh mitra kegiatan, yaitu remaja Jemaat GPM Hative Besar. Permasalahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan perangkat digital, tetapi juga dengan arah pemanfaatan, pemahaman pemasaran digital, dan keterampilan produksi konten promosi.

1. Sebagian besar remaja Jemaat GPM Hative Besar telah memiliki smartphone dan aktif menggunakan media sosial, tetapi pemanfaatannya belum diarahkan secara optimal pada kegiatan produktif. Teknologi masih lebih banyak digunakan untuk hiburan, komunikasi sehari-hari, dan interaksi sosial.
2. Pemahaman remaja mengenai digital marketing masih terbatas. Remaja belum sepenuhnya memahami bahwa media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi produk, jasa, kegiatan organisasi, maupun pengembangan personal branding. Padahal, media sosial memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mendukung aktivitas ekonomi jemaat.
3. Keterampilan remaja dalam membuat desain promosi digital masih perlu ditingkatkan. Banyak peserta belum terbiasa menggunakan aplikasi desain grafis, termasuk aplikasi Canva, sehingga membutuhkan pelatihan dasar dan pendampingan langsung. Keterbatasan ini menyebabkan remaja belum mampu memproduksi konten visual yang menarik, rapi, dan komunikatif.
4. Potensi UMKM dan usaha jemaat belum sepenuhnya didukung oleh strategi promosi digital. Produk dan jasa yang dimiliki warga jemaat membutuhkan media promosi yang lebih menarik agar dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Keterlibatan remaja dalam pembuatan konten promosi digital dapat menjadi salah satu bentuk dukungan terhadap pengembangan ekonomi jemaat.
5. Terdapat kendala teknis berupa perbedaan kemampuan peserta dalam menggunakan perangkat digital serta keterbatasan jaringan internet. Perbedaan tingkat kemampuan ini menuntut metode pelatihan yang interaktif, bertahap, dan berbasis pendampingan agar seluruh peserta dapat mengikuti kegiatan dengan baik.

SOLUSI PERMASALAHAN

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaksanaan sosialisasi digital marketing dan pelatihan promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Sosialisasi diberikan untuk membangun pemahaman dasar remaja mengenai pentingnya pemasaran digital, peluang ekonomi

digital, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Materi disusun secara sederhana agar peserta dapat memahami hubungan antara teknologi, kreativitas, komunikasi visual, dan peluang kewirausahaan.

Pelatihan Canva dipilih sebagai solusi praktis karena aplikasi ini mudah digunakan oleh pemula, dapat diakses melalui smartphone maupun komputer, serta menyediakan berbagai template desain yang dapat dimodifikasi sesuai kebutuhan. Peserta diarahkan untuk memahami prinsip dasar pembuatan konten promosi, seperti pemilihan warna, penggunaan font, penataan elemen visual, penyusunan pesan promosi, dan kesesuaian desain dengan tujuan pemasaran. Dengan pendekatan tersebut, peserta tidak hanya mengenal aplikasi, tetapi juga memahami logika komunikasi visual dalam promosi digital.

Selain penyampaian materi, kegiatan dilengkapi dengan praktik langsung membuat flyer promosi digital. Praktik ini bertujuan agar peserta memiliki pengalaman nyata dalam menghasilkan produk desain. Tim pelaksana memberikan pendampingan kepada peserta yang mengalami kesulitan teknis sehingga proses pembelajaran berlangsung lebih efektif. Sebagai bentuk evaluasi sekaligus upaya meningkatkan antusiasme, kegiatan dilanjutkan dengan lomba desain promosi digital yang dipublikasikan melalui media sosial peserta.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif-edukatif. Pendekatan ini menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran, bukan hanya sebagai penerima materi. Tahapan kegiatan disusun secara bertahap agar proses identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, praktik, pendampingan, dan evaluasi dapat berjalan secara sistematis.

1. Observasi dan Identifikasi Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pihak jemaat, khususnya unsur pelayanan remaja dan organisasi jemaat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi sosial, ekonomi, potensi jemaat, serta kebutuhan pembinaan remaja. Dari tahap ini diperoleh informasi bahwa remaja memiliki akses yang cukup tinggi terhadap smartphone dan media sosial, tetapi pemanfaatannya untuk kegiatan produktif masih terbatas.

2. Perencanaan Program

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pelaksana menyusun program sosialisasi dan pelatihan dengan fokus pada peningkatan literasi digital dan keterampilan promosi. Materi yang disiapkan meliputi pengenalan digital marketing, pemanfaatan media sosial untuk promosi, pentingnya branding digital, serta praktik pembuatan konten promosi menggunakan Canva. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan pihak jemaat, penentuan jadwal, pembagian tugas tim, serta persiapan sarana dan prasarana kegiatan.

3. Pelaksanaan Sosialisasi

Sosialisasi dilaksanakan pada Senin, 1 Juni 2026 di Gereja Bethesda-Hative Besar. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan penyampaian tujuan program. Materi sosialisasi menekankan pentingnya kemampuan digital dalam menciptakan peluang usaha dan meningkatkan daya saing generasi muda. Peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar digital marketing, manfaat pemasaran digital, serta berbagai platform media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk promosi produk dan jasa.

4. Pelatihan Praktik Canva

Setelah sesi sosialisasi, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok. Setiap kelompok didampingi oleh mahasiswa KKN agar proses pelatihan lebih terarah. Peserta diperkenalkan pada fitur-fitur Canva, seperti penggunaan template, pengaturan elemen desain, pemilihan warna, pemilihan huruf, serta teknik menyusun flyer promosi yang menarik. Peserta kemudian melakukan praktik langsung membuat desain promosi sesuai kreativitas masing-masing.

5. Pendampingan dan Evaluasi

Selama praktik berlangsung, tim pelaksana memberikan bimbingan teknis kepada peserta yang mengalami kesulitan. Evaluasi dilakukan melalui hasil desain peserta dan lomba desain promosi digital. Penilaian lomba didasarkan pada kreativitas desain, kerapian, kesesuaian tema, daya tarik visual, serta respons audiens melalui jumlah suka pada unggahan media sosial peserta. Dengan metode ini, peserta memperoleh pengalaman nyata dalam membuat, mempublikasikan, dan menilai efektivitas konten promosi digital.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi digital marketing dan pelatihan Canva menunjukkan beberapa capaian penting. Pertama, kegiatan sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai fungsi media digital sebagai sarana promosi. Peserta mulai memahami bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk, jasa, kegiatan organisasi, dan potensi usaha jemaat. Pemahaman ini menjadi dasar penting bagi perubahan perilaku digital remaja agar lebih produktif dan bertanggung jawab.

Gambar 1
Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing



Kedua, pelatihan Canva memberikan peningkatan keterampilan praktis kepada peserta. Melalui praktik langsung, peserta mampu membuat desain promosi sederhana berupa flyer digital. Peserta belajar memilih template, menata elemen visual, menyesuaikan warna dan huruf, serta menyusun pesan promosi yang lebih menarik. Hasil ini menunjukkan bahwa aplikasi Canva dapat menjadi media pembelajaran yang efektif bagi pemula dalam membuat konten promosi digital.

Ketiga, kegiatan ini meningkatkan kreativitas dan kepercayaan diri peserta. Melalui lomba desain, peserta terdorong untuk menghasilkan karya yang menarik dan mempublikasikannya melalui media sosial. Aktivitas ini tidak hanya menjadi sarana evaluasi, tetapi juga melatih peserta

untuk memahami respons audiens terhadap konten yang mereka buat. Dengan demikian, peserta memperoleh pengalaman langsung mengenai hubungan antara desain promosi, media sosial, dan interaksi audiens.

Gambar 2
Kegiatan Praktik Canva



Keempat, kegiatan ini menumbuhkan kesadaran peserta mengenai pentingnya penggunaan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab. Remaja mulai melihat smartphone sebagai alat yang dapat digunakan untuk belajar, berkarya, membangun relasi, dan menciptakan peluang ekonomi. Kesadaran ini menjadi capaian penting karena perubahan cara pandang terhadap teknologi merupakan dasar bagi pengembangan literasi digital yang berkelanjutan.

Kelima, program ini menghasilkan beberapa output, yaitu terlaksananya sosialisasi digital marketing, terlaksananya pelatihan promosi digital menggunakan Canva, tersusunnya dokumentasi kegiatan, terlaksananya lomba desain flyer promosi digital, dan diterbitkannya sertifikat bagi peserta. Adapun outcome yang dicapai meliputi meningkatnya literasi digital remaja, meningkatnya kemampuan membuat desain promosi secara mandiri, tumbuhnya kesadaran menggunakan teknologi secara kreatif dan produktif, serta terbukanya peluang bagi peserta dan UMKM jemaat untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Dalam pelaksanaannya, kegiatan juga menghadapi beberapa hambatan. Hambatan utama adalah perbedaan tingkat kemampuan peserta dalam menggunakan perangkat digital dan aplikasi Canva. Sebagian peserta telah terbiasa menggunakan media sosial, tetapi belum terbiasa membuat desain promosi. Sebagian lainnya masih membutuhkan pendampingan dasar dalam mengoperasikan aplikasi. Selain itu, keterbatasan jaringan internet menjadi kendala bagi beberapa peserta ketika mengakses fitur Canva. Hambatan tersebut dapat diatasi melalui pendampingan langsung, pemberian arahan secara bertahap, penyediaan hotspot, serta penggunaan contoh desain yang sederhana dan mudah diikuti.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif bagi remaja Jemaat GPM Hative Besar. Program tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta dalam membuat desain promosi, tetapi juga memperkuat kesadaran bahwa teknologi digital dapat menjadi sarana pemberdayaan. Dengan adanya tindak lanjut dari pihak jemaat, kegiatan ini berpotensi

dikembangkan menjadi komunitas kreatif digital yang mendukung promosi UMKM, kegiatan gereja, dan pengembangan kewirausahaan remaja.

Gambar 3
Foto Bersama Peserta



PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui sosialisasi digital marketing dan pelatihan promosi digital berbasis Canva di Jemaat GPM Hative Besar menunjukkan bahwa literasi digital remaja dapat ditingkatkan melalui pendekatan yang praktis, partisipatif, dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Kegiatan ini berhasil mendorong perubahan cara pandang remaja terhadap teknologi, dari sekadar sarana hiburan menjadi media pembelajaran, kreativitas, promosi, dan pemberdayaan ekonomi.

Pelatihan Canva memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam membuat media promosi digital yang sederhana, rapi, dan komunikatif. Capaian tersebut penting karena kemampuan memproduksi konten visual merupakan salah satu keterampilan dasar yang dibutuhkan dalam ekosistem digital. Program ini juga memberi ruang bagi remaja untuk berperan sebagai pendukung promosi potensi jemaat, baik dalam konteks UMKM, kegiatan organisasi, maupun peluang usaha pribadi.

Keberlanjutan program memerlukan dukungan dari pihak jemaat, unsur pelayanan remaja, dan lembaga pendidikan tinggi agar keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat terus digunakan dan dikembangkan. Tindak lanjut yang dapat dilakukan antara lain pembentukan kelompok kreatif digital remaja, pendampingan pembuatan konten promosi UMKM jemaat, serta pelatihan lanjutan mengenai strategi media sosial, penulisan pesan promosi, dan pengelolaan identitas digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Universitas Kristen Indonesia Maluku melalui Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia Maluku, serta Jemaat GPM Hative Besar, Klasis Pulau Ambon Utara, yang telah

memberikan dukungan, kerja sama, dan kesempatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed.). Pearson.
2. Kingsnorth, S. (2022). Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing (3rd ed.). Kogan Page.
3. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. John Wiley & Sons.
4. Republik Indonesia. (2003). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
5. Republik Indonesia. (2012). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
6. Republik Indonesia. (2014). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
7. Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation (4th ed.). Kogan Page.
8. Universitas Kristen Indonesia Maluku. (2026). Laporan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Semester Genap TA 2025/2026 pada Jemaat GPM Hative Besar-Klasis Pulau Ambon Utara. Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Kristen Indonesia Maluku.