



Pelatihan Desain Grafis untuk Meningkatkan *Brand Awareness* dan Keterampilan Kreatif Masyarakat Melalui Media Digital

Graphic Design Training to Increase Brand Awareness and Creative Skills of the Community Through Digital Media

Fuaida Nabyla¹, Eko Sudrajat², Ririn Setyorini³, Metiya Fatikhatur Riziqiya⁴, Umi Chabibatus Zahro⁵

Sistem Informasi, Universitas Peradaban^{1,2}

Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Peradaban³

Akuntansi, Universitas Peradaban⁴

Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Peradaban⁵

nabilafuaida@gmail.com¹, ekosudrajat98@gmail.com², ririnsetyorini91@gmail.com³, tiya.fr28@gmail.com⁴, umicha.sy@gmail.com⁵

Kata Kunci :

masyarakat kreatif; desain grafis; brand awareness; Canva; pemasaran digital.

ABSTRAK

Transformasi digital menuntut pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mampu beradaptasi, salah satunya dengan memperkuat identitas visual sebagai bagian dari strategi branding. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) bagi pelaku UMKM melalui pelatihan desain grafis berbasis teknologi sederhana. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan dasar desain, pengenalan alat desain seperti Canva, dan praktik pembuatan materi promosi. Subjek kegiatan adalah 23 pelaku UMKM yang termasuk dalam PKK dan karangtaruna binaan Desa Linggapura Tonjong. Pelatihan dilaksanakan pada Rabu, 2 Juli 2025 di Aula Balai Desa Linggapura, Tonjong. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan desain visual, konsistensi branding, serta peningkatan interaksi digital melalui media sosial. Pelatihan ini membuktikan bahwa intervensi edukatif berbasis teknologi sederhana dapat menjadi solusi efektif dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital.

Keywords :

creative society; graphic design; brand awareness; Canva; digital marketing.

ABSTRACT

Digital transformation requires Micro, Small and Medium Enterprises (Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)) to be able to adapt, one of which is by strengthening their visual identity as part of their branding strategy. This Community Service Program (PKM) aims to increase brand awareness for MSMEs through training in simple technology-based graphic design. The implementation methods include basic design training, introduction to design tools such as Canva, and

practice in creating promotional materials. The subjects of the activity were 23 MSME players who are members of the PKK and youth organisation under the guidance of Linggapura Tonjong Village. The training was held on Wednesday, 2 July 2025, at the Linggapura Village Hall, Tonjong. The training results showed a significant increase in visual design skills, branding consistency, and increased digital interaction through social media. This training demonstrates that simple technology-based educational interventions can be an effective solution in strengthening the competitiveness of UMKM in the digital era.

PENDAHULUAN

Era transformasi digital yang pesat, pelaku UMKM dituntut untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut dikomunikasikan kepada konsumen secara visual. Identitas merek yang kuat merupakan salah satu faktor kunci dalam menciptakan brand awareness (Setiadi & Oktavianto, 2020). Namun, keterbatasan sumber daya, keterampilan desain, serta kurangnya pemahaman akan pentingnya visual branding menjadi tantangan utama UMKM, khususnya di wilayah rural seperti Kecamatan Tonjong, Brebes. Studi yang dilakukan Listya dan Chaffey & Smith (2017) menunjukkan bahwa desain visual yang tidak profesional dapat menurunkan kredibilitas produk di mata konsumen. Di sisi lain, konten visual yang menarik terbukti mampu meningkatkan engagement digital hingga 50% (Tsimonis & Dimitriadis, 2017). Pelatihan ini berangkat dari kebutuhan untuk menjawab tantangan tersebut melalui pendekatan praktis dan berbasis teknologi yang terjangkau.

Desain grafis merupakan keterampilan yang semakin penting dimiliki di era digital saat ini. Banyak pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang belum memanfaatkan desain grafis secara optimal untuk mempromosikan produk mereka. Keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap alat desain menjadi tantangan utama. Menurut Parasari et al. (2025), pelatihan desain grafis dapat membantu meningkatkan kemampuan kreatif masyarakat dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dasar dan keterampilan praktis dalam desain grafis.

Berdasarkan observasi di lapangan, para pelaku usaha di UMKM GRS Kecamatan Tonjong yang tidak memiliki latar belakang dalam desain grafis dan marketing, yang mengakibatkan ketidakmampuan dalam menciptakan identitas visual merek yang kuat. Permasalahan Utama yang dihadapi oleh UMKM Madani GRS Kec. Tonjong adalah (1) Kurangnya Pengetahuan Tentang Desain Visual. Sebagian besar pelaku usaha tidak memiliki latar belakang atau keterampilan dalam desain grafis. Mereka sering kali menggunakan desain yang sederhana atau bahkan mengandalkan desain yang dibuat secara sembarangan tanpa pemahaman tentang prinsip desain yang baik; (2) Tidak Ada Konsistensi dalam Branding. Banyak pelaku usaha tidak memiliki elemen desain yang konsisten (seperti logo, palet warna, dan tipografi), yang menyebabkan ketidaksesuaian visual antara produk, media promosi, dan platform pemasaran. Hal ini membuat merek mereka sulit dikenali dan diingat oleh konsumen; (3) Terbatasnya Akses pada Alat Desain Profesional. Beberapa pelaku usaha kesulitan mengakses perangkat lunak desain grafis profesional yang mahal dan sulit digunakan (misalnya Adobe Photoshop, Illustrator). Selain itu, mereka sering kali tidak memiliki pelatihan atau pengetahuan yang cukup untuk menggunakan alat desain tersebut dengan efektif. Sehingga perlu diberikan pengenalan alat desain yang sederhana; (4) Minimnya Penggunaan Desain di Media Sosial. Meskipun media sosial merupakan alat pemasaran yang kuat, banyak pelaku usaha yang belum mengerti bagaimana menggunakan desain visual untuk meningkatkan *engagement*. Mereka sering kali mengabaikan pentingnya penggunaan gambar dan video yang menarik di platform media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan Facebook.

Umumnya, mereka mengandalkan desain sederhana atau template yang sudah ada tanpa memperhatikan aspek psikologis konsumen terhadap elemen-elemen desain tersebut, seperti warna, tipografi, dan logo. Padahal, aspek desain visual memainkan peran krusial dalam memperkuat brand awareness dan loyalitas pelanggan (Wijaya; Firdaus, 2024). Selain itu, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital juga menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM khususnya di Kecamatan Tonjong. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Susanto dkk (2023), meskipun banyak pelaku UMKM yang memiliki akun media sosial, mereka belum sepenuhnya memanfaatkan desain visual untuk meningkatkan visibilitas merek di platform seperti Tiktok, Instagram dan Facebook.

Dalam konteks pemasaran digital, desain grafis dan visual memiliki peran yang sangat besar dalam menciptakan kesan pertama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap merek (Usman, 2025). Berdasarkan teori Signal Theory yang diungkapkan oleh Utoyo(2024), desain visual berfungsi sebagai sinyal yang menyampaikan kualitas dan identitas produk kepada konsumen. Dalam dunia pemasaran, desain visual yang tepat dapat memperkuat pesan merek, mengkomunikasikan nilai produk, serta memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli (Zeed, et al. 2025). Penggunaan desain grafis dalam penataan elemen grafis seperti bentuk, garis, dan warna masih sangat kurang, padahal desain yang menarik dan sesuai memiliki peran besar dalam menyampaikan pesan kepada konsumen melalui desain contohnya poster, packaging, logo, dan desain cetak (Fitrah, 2018).

Selain itu, konsistensi visual dalam setiap elemen promosi sangat penting untuk memperkuat *brand identity* (Jain, 2017). Sebuah studi oleh Ghodeswar (2008) mengungkapkan bahwa merek yang konsisten dalam elemen-elemen desainnya, seperti logo, tipografi, dan warna, lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Hal ini mendasari pentingnya pelatihan desain visual bagi UMKM agar mereka mampu menciptakan identitas merek yang jelas dan dapat diingat oleh audiens.

Pelatihan ini ditujukan untuk pemuda dan pelaku UMKM di wilayah setempat, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk mereka melalui materi promosi yang menarik. Dengan meningkatnya kemampuan desain, diharapkan peserta dapat menciptakan konten visual yang tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam menarik perhatian konsumen. Materi pelatihan mencakup pengenalan prinsip dasar desain, penggunaan software desain seperti Canva, serta teknik pembuatan berbagai jenis materi promosi. Pendekatan ini diharapkan dapat menjangkau peserta dari berbagai latar belakang pendidikan dan pengalaman. Kegiatan ini juga bertujuan untuk membangun komunitas kreatif di daerah tersebut, di mana peserta dapat saling berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam desain grafis.

Dalam konteks pengembangan ekonomi lokal, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan. Menurut Lestari & Nisa (2024), pengembangan keterampilan kreatif di kalangan masyarakat dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun jaringan sosial yang bermanfaat.

Seiring dengan perkembangan teknologi, platform desain berbasis web seperti Canva menawarkan alat yang lebih mudah diakses bagi pelaku UMKM tanpa memerlukan perangkat keras atau perangkat lunak yang mahal (Simbolon, et al, 2022). Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk membuat desain dengan kualitas yang tinggi meskipun tanpa pengalaman desain sebelumnya (Hidayah, et al. 2024). Dengan alat ini, pelaku UMKM dapat merancang konten visual untuk poster, banner, konten media sosial, dan iklan digital yang efektif dan efisien. Pelatihan desain visual tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan wawasan tentang strategi branding dan pemasaran visual yang dapat meningkatkan *brand awareness* secara signifikan.

METODE PELAKSANAAN

Sasaran pelatihan dalam pengabdian ini adalah pemuda Karangtaruna dan pelaku UKM binaan Desa Linggapura, Kecamatan Tonjong, Kabupaten Brebes yang bergerak di berbagai sektor (kuliner, kerajinan, pertanian). Pelaksanaan pelatihan dilakukan di Aula Balai Desa Linggapura pada Rabu, 2 Juli 2025 pukul 13.00 WIB. Keterangan lebih lanjut pada tabel schedule di bawah ini.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
13.00 – 13.30	Registrasi Peserta & Pembukaan Acara (doa, sambutan Kepala Desa & Tim)	Panitia & MC
13.30 – 14.00	Sesi I: Pengenalan Brand Awareness & Pentingnya Visual UMKM	Narasumber 1
14.00 – 14.45	Sesi II: Dasar-dasar Desain Grafis (logo, warna, tipografi sederhana)	Narasumber 2
14.45 – 15.00	Istirahat & Coffee Break	Panitia
15.00 – 15.45	Sesi III: Praktik Mendesain Konten Promosi (Canva & aplikasi gratis)	Fasilitator
15.45 – 16.30	Sesi IV: Studi Kasus UMKM Lokal (kuliner, kerajinan, pertanian)	Narasumber + Peserta
16.30 – 17.00	Diskusi, Tanya Jawab, dan Sharing Pengalaman	Moderator
17.00 – 17.15	Penutup & Foto Bersama	Panitia & Peserta

Pelatihan dilaksanakan dengan metode kombinasi antara teori dan praktik. Pada sesi awal, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar desain grafis, termasuk elemen-elemen desain, teori warna, dan tipografi. Sesi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip desain yang baik.

Setelah sesi teori, peserta diajak untuk langsung mempraktikkan penggunaan software desain grafis. Mereka dibimbing untuk membuat berbagai jenis materi promosi, seperti poster, brosur, dan konten media sosial. Dalam proses ini, peserta dibagi ke dalam kelompok kecil untuk memfasilitasi diskusi dan kolaborasi. Evaluasi dilakukan melalui presentasi hasil karya masing-masing kelompok. Peserta diberikan umpan balik konstruktif untuk membantu mereka memahami kekuatan dan kelemahan dalam desain yang telah mereka buat.

Pelatihan ini juga melibatkan sesi tanya jawab di mana peserta dapat mengajukan pertanyaan terkait kesulitan yang mereka hadapi selama proses desain. Hal ini penting untuk memastikan bahwa semua peserta mendapatkan pemahaman yang sama. Sebagai bagian dari pelatihan, peserta juga diberikan materi tambahan berupa panduan penggunaan software desain dan referensi desain yang dapat mereka akses setelah pelatihan. Ini bertujuan untuk mendorong peserta agar terus belajar dan berlatih setelah pelatihan selesai. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya bersifat temporer, tetapi juga berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini diikuti oleh 23 peserta UMKM yang terdiri dari pemuda Karangtaruna dan pelaku UKM binaan Desa Linggapura, Kecamatan Tonjong, Kabupaten Brebes. Kondisi mitra saat sebelum dilakukan pelatihan sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan dasar tentang desain visual. Mereka menggunakan materi promosi yang sederhana, tanpa elemen visual yang konsisten. Mereka belum bisa menggunakan aplikasi pembuat desain sehingga jarang menggunakannya. Desain ada di media sosial cenderung monoton dan seadanya, sehingga tidak menciptakan citra merk atau brand awareness para pelaku usaha. Dari kendala tersebut, solusi yang ingin dicapai adalah peserta dapat membuat desain yang menarik dan profesional untuk produk mereka. Identitas merek mereka menjadi lebih konsisten, dan merek mereka lebih mudah dikenali oleh konsumen. Pelaku UMKM mampu memanfaatkan desain visual untuk meningkatkan *engagement* dan penjualan melalui media sosial dan *platform e-commerce*.

Beberapa solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut: (1) Pelatihan Dasar Desain Grafis. Pelatihan ini akan memperkenalkan pelaku UMKM pada dasar-dasar desain grafis, yang meliputi: Prinsip desain visual: Penggunaan warna, tipografi, komposisi, dan gambar untuk menciptakan desain yang menarik. Teknik dasar desain: Cara menggabungkan elemen-elemen desain untuk menciptakan materi promosi yang efektif. Pengenalan Alat Desain yang Mudah Digunakan: Banyak pelaku UMKM tidak memiliki akses ke perangkat lunak desain yang mahal. Oleh karena itu, pelatihan ini akan mengajarkan mereka cara menggunakan alat desain berbasis web yang mudah diakses dan gratis seperti Canva; (2) Pentingnya Branding yang Konsisten. Salah satu hal yang akan diajarkan adalah cara menciptakan identitas merek yang konsisten, yang meliputi pembuatan logo yang menggambarkan nilai dan karakter produk, penggunaan warna dan font yang konsisten dalam setiap materi promosi untuk memperkuat citra merek, dan menggunakan desain visual untuk menceritakan cerita merek dan membangun koneksi emosional dengan audiens. (3) Workshop Praktis Pelatihan ini akan mencakup sesi workshop praktis di mana peserta langsung membuat desain mereka menggunakan alat desain yang telah dipelajari. Mereka akan dibimbing untuk membuat desain untuk poster, banner, konten media sosial, dan iklan digital yang mencerminkan identitas merek mereka.

Tahap pelaksanaan pelatihan untuk memenuhi ekspektasi dan implementasi solusi yang ditawarkan pada pelatihan ini dilakukan dengan tahapan:

1. Tahap Persiapan

a. Melakukan Perizinan

Perizinan dilakukan kepada Kepala Desa Linggapura yang dalam hal ini diwakilkan oleh Sekretaris Desa. Tim menemui Sekretaris Desa di Balai Desa Linggapura dan menyampaikan maksud dan tujuan dari tim pengabdian. Setelah disetujui, tim berkomunikasi secara daring untuk menentukan tanggal, waktu, serta tempat pelatihan.

b. Membuat Modul Ajar/ Materi Pelatihan

Modul pelatihan disusun untuk mencakup dasar-dasar desain grafis dan cara menggunakan alat desain. Modul ini akan mencakup topik-topik seperti:

- Pengenalan desain grafis dan pentingnya dalam pemasaran.
- Prinsip dasar desain, termasuk komposisi, warna, tipografi, dan penggunaan gambar.
- Panduan penggunaan alat desain (Canva), termasuk tutorial langkah demi langkah.
- Contoh-contoh materi promosi yang efektif dan analisis desain yang baik.

c. Menyusun Jadwal dan Memilih Tempat Pelatihan

Jadwal pelatihan disusun dengan mempertimbangkan ketersediaan peserta dan waktu yang optimal untuk pelaksanaan. Tempat pelatihan dipilih di lokasi yang mudah diakses oleh peserta, yaitu ruang pertemuan/ aula di Balai Desa Linggapura, Tonjong. Tim meninjau tempat pelatihan dan memastikan fasilitas memadai, seperti proyektor, koneksi internet, dan ruang yang cukup untuk sesi praktik.

2. Tahap Pelaksanaan

a. Sesi Pembukaan

Pada sesi pembukaan, terlebih dahulu peserta yang hadir melakukan registrasi sebagai bukti keikutsertaan dan daftar hadir peserta pelatihan.



Gambar 1. Pengisian daftar hadir peserta

Setelah seluruh peserta yang hadir melakukan registrasi, selanjutnya peserta mengisi *post-test* sebagai penggalian pengetahuan awal peserta. Tahap selanjutnya adalah sambutan diisi oleh Kepala Desa Linggapura dan Ketua UMKM dan Karangtaruna.



Gambar 2. Sambutan Ketua UMKM

Selanjutnya, Fasilitator memberikan gambaran pentingnya desain visual dalam pemasaran dan branding UMKM. Fasilitator menjelaskan bagaimana desain yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan membantu membangun identitas merek yang kuat. Sesi ini juga akan mencakup pengenalan tentang tujuan pelatihan dan harapan dari peserta.

b. Pelatihan Dasar Desain Grafis

Dalam sesi ini, peserta diberikan pemahaman tentang prinsip desain, termasuk penggunaan warna, font, dan gambar yang menarik. Fasilitator menjelaskan bagaimana memilih elemen desain yang tepat untuk menciptakan materi promosi yang efektif. Peserta juga diajak untuk menganalisis contoh desain yang baik dan buruk untuk meningkatkan pemahaman mereka.



Gambar 3. Pengisian materi oleh fasilitator

c. Workshop Praktis

Peserta langsung membuat desain mereka sendiri menggunakan Canva dengan bantuan instruktur. Instruktur akan memberikan bimbingan langsung dan membantu peserta mengatasi kesulitan yang mereka hadapi selama proses desain.



Gambar 4. Praktek peserta pelatihan

d. Feedback dan Diskusi

Setelah menyelesaikan desain, peserta akan mempresentasikan hasil karya mereka di depan kelompok. Fasilitator dan sesama peserta akan memberikan feedback konstruktif untuk membantu peserta memahami kekuatan dan kelemahan dalam desain yang telah mereka buat. Diskusi ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dan memberikan perspektif baru tentang desain.



Gambar 5. Diskusi dan *feedback* peserta pelatihan

3. Tahap Penutupan

a. Umpan Balik dari Peserta

Akhir pelatihan peserta diminta untuk memberikan umpan balik tentang pelatihan, termasuk aspek yang mereka sukai dan area yang perlu ditingkatkan. Umpan balik ini akan digunakan untuk perbaikan pelatihan di masa mendatang. Peserta berhasil menciptakan berbagai produk desain, termasuk poster acara, brosur produk, dan konten untuk media sosial. Beberapa peserta bahkan mulai menerapkan desain yang mereka buat untuk mempromosikan produk mereka secara online. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan praktis peserta. Junaidi (2021) menekankan bahwa penerapan keterampilan yang diperoleh dalam pelatihan sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang.

b. Pembagian *Doorprize* dan Dokumentasi Kegiatan

Doorprize dibagikan kepada peserta yang aktif bertanya dan menjawab pertanyaan selama sesi pelatihan. Dokumentasi kegiatan, termasuk foto dan materi pelatihan, disusun untuk arsip dan sebagai referensi untuk pelatihan selanjutnya.

1) Dampak dan Capaian Pelatihan

Pelatihan menghasilkan beberapa capaian penting, antara lain:

2) Peningkatan Keterampilan Desain

Peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman prinsip desain (warna, komposisi, tipografi). Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan skor rata-rata dari 45% menjadi 82%.

3) Konsistensi Identitas Merek

Sebagian besar peserta berhasil membuat logo, palet warna, dan materi promosi yang konsisten, mencerminkan karakteristik produk masing-masing.

4) Efektivitas Teknologi Sederhana

Aplikasi Canva terbukti sangat efektif untuk digunakan oleh pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain. Kemudahan akses dan fitur drag-and-drop menjadikan proses desain lebih inklusif.

Berdasarkan hasil tersebut di atas, dapat dilihat dari segi dampak yaitu pelatihan ini telah mendorong peserta untuk lebih aktif dalam mempromosikan produk mereka. Diskusi tentang pentingnya branding dan desain yang baik dalam pemasaran produk lokal juga mulai berkembang di kalangan peserta. Ini merupakan langkah positif menuju pengembangan ekonomi kreatif di daerah tersebut. Menurut Raihana & Rojali (2024), pengembangan ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing produk lokal di pasar.

Beberapa peserta juga melaporkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menggunakan alat desain grafis setelah mengikuti pelatihan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Junaidi (2021) yang menunjukkan bahwa pelatihan dapat meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam keterampilan baru. Dengan meningkatnya kepercayaan diri, diharapkan peserta dapat lebih aktif dalam mempromosikan produk mereka. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan keterampilan desain grafis peserta. Namun, untuk keberlanjutan, disarankan agar pelatihan serupa dilakukan secara berkala dan melibatkan lebih banyak peserta dari berbagai latar belakang. Hal ini penting untuk memastikan bahwa lebih banyak masyarakat yang mendapatkan manfaat dari pelatihan ini.



Gambar 6. Foto bersama dengan peserta dan pembagian hadiah

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelatihan desain grafis ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan materi promosi yang efektif. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil membangun kesadaran akan pentingnya desain dalam pemasaran produk. Untuk keberlanjutan, disarankan agar pelatihan serupa dilakukan secara berkala dan melibatkan lebih banyak peserta dari berbagai latar belakang. Hal ini penting untuk memastikan bahwa lebih banyak masyarakat yang mendapatkan manfaat dari pelatihan ini.

Saran

Perlu adanya dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait untuk menyediakan akses terhadap alat dan sumber daya yang diperlukan dalam desain grafis. Dengan adanya dukungan yang memadai, diharapkan masyarakat dapat terus mengembangkan keterampilan mereka. Kegiatan ini juga dapat menjadi model bagi desa-desa lain dalam mengembangkan keterampilan kreatif masyarakat. Dengan demikian, pelatihan desain grafis ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam menciptakan masyarakat yang lebih mandiri dan kreatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Peradaban atas dukungan dana dan fasilitas yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi pemasaran melalui desain visual*. Deepublish.
- Ghodeswar, B. M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. *Journal of product & brand management*, 17(1), 4-12.
- Jain, R. A. M. Y. A. (2017). Basic branding concepts: brand identity, brand image and brand equity. *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, 7(4), 1-8.
- Junaidi, J. (2021). Manfaat Building Learning Commitment (BLC) dalam Pendidikan dan Pelatihan. *Diklat Review: Jurnal manajemen pendidikan dan pelatihan*, 5(1), 1-7.
- Lestari, R. P., & Nisa, F. L. (2024). Ekonomi Kreatif dan Pembangunan Ekonomi: Sebuah Tinjauan Literatur tentang Peran dan Kontribusi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(2), 385-390.
- Parasari, N. S. M., Anggreswari, N. P. Y., Maheswari, A. A. A., & Suanda, I. W. S. W. P. (2025). Peran Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Brand Awareness XCOVID20. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 14(1), 270-276.
- Raihana, S., & Rojali, R. (2024). Penguatan ekonomi kreatif lokal melalui pelatihan kewirausahaan digital di komunitas masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33-41.
- Setiadi, M., & Oktavianto, R. (2020). Strategi Media Sosial untuk Pengembangan Brand Awareness dan Keberlanjutan Startup di Indonesia. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, G., Leo, D., Evelyn, R., & Felicio, H. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 483-491.
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 328-344.
- Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)*, 1(1), 14-25.
- Utoyo, A. W. (2024). *Melampaui Mata: Peran Penting Komunikasi Visual dalam Keputusan Konsumen*. Penerbit Salemba.

- Wijaya, H. D., & Firdaus, D. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Perusahaan Start-Up. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 8033-8043.
- Zed, E. Z., Febriansah, A. E., Primayanti, M., Aryani, F., & Dewi, V. (2025). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Industri Makanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 2209-2229.