

Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Siswa SMK Jurusan Pemasaran melalui Pemanfaatan Canva Berbasis Artificial Intelligence

Anoki Herdian Dito, Florentina Ajeng Tiya Pratiwi, Juventius Wahyu Utama*,
Dian Prasetyo Widyaningtyas, Wulandari, Bonaventura Hendrawan Maranatha
Universitas Nasional Karangturi, Semarang, Indonesia

*Corresponding Author: juven.wahyu@gmail.com

Dikirim: 24-06-2025; Direvisi: 28-06-2025; Diterima: 30-06-2025

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah paradigma dunia pemasaran, menjadikan digital marketing sebagai kebutuhan strategis bagi berbagai jenis bisnis, termasuk usaha kecil dan individu pemula. Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi siswa SMK jurusan Pemasaran untuk mengembangkan kompetensi di bidang pemasaran digital. Salah satu keterampilan penting yang perlu dikuasai adalah kemampuan menciptakan konten visual yang menarik dan efektif. Aplikasi desain grafis seperti Canva, yang telah terintegrasi dengan teknologi Artificial Intelligence (AI), memberikan kemudahan dalam pembuatan materi promosi yang profesional tanpa memerlukan kemampuan desain lanjutan. Canva AI memungkinkan otomatisasi dalam proses desain seperti penghapusan latar belakang, pembuatan elemen visual, hingga peningkatan estetika desain secara instan. Selain itu, AI dalam pemasaran juga digunakan untuk personalisasi konten dan otomatisasi kampanye iklan. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membekali siswa SMK jurusan Pemasaran dari tiga sekolah SMK Cut Nya' Dien, SMK Kristen Terang Bangsa, dan SMK Ignatius dengan pengetahuan dan keterampilan menggunakan Canva berbasis AI. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu menghasilkan poster digital untuk promosi di media sosial secara mandiri dan kreatif, sekaligus meningkatkan produktivitas serta pemahaman mereka terhadap teknologi digital dalam konteks pemasaran.

Kata Kunci: Digital marketing; Canva; Artificial Intelligence; Siswa SMK

Abstract: The development of information and communication technology has changed the paradigm of the marketing world, making digital marketing a strategic need for various types of businesses, including small businesses and individual beginners. This condition is a challenge and an opportunity for vocational high school students majoring in Marketing to develop competencies in digital marketing. One important skill that needs to be mastered is creating attractive and effective visual content. Graphic design applications such as Canva, which have been integrated with Artificial Intelligence (AI) technology, make it easy to create professional promotional materials without requiring advanced design skills. Canva AI allows automation in the design process, such as removing backgrounds, creating visual elements, and instantly improving design aesthetics. In addition, AI in marketing is also used for content personalization and advertising campaign automation. This community service aims to equip vocational high school students majoring in Marketing from three schools, SMK Cut Nya' Dien, SMK Kristen Terang Bangsa, and SMK Ignatius, with knowledge and skills in using AI-based Canva. The results of the activity showed that students were able to produce digital posters for promotions on social media independently and creatively, while increasing their productivity and understanding of digital technology in the context of marketing.

Keywords: Digital marketing; Canva; Artificial Intelligence; Vocational School Students

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah merevolusi lanskap pemasaran. Strategi pemasaran digital kini esensial bagi semua jenis bisnis, dari korporasi besar hingga UMKM, bahkan bagi individu yang baru memulai usaha. Hal ini membuka tantangan dan peluang besar bagi siswa SMK jurusan Pemasaran untuk mengasah keterampilan pemasaran digital mereka, yang sangat penting untuk bersaing di dunia kerja atau memulai bisnis sendiri.

Kemampuan menciptakan konten visual yang menarik adalah aspek krusial dalam pemasaran digital. Aplikasi desain grafis seperti Canva mempermudah siapa saja, termasuk pelajar, untuk membuat materi promosi digital yang terlihat profesional tanpa perlu keahlian desain tingkat lanjut. Berkat fitur drag-and-drop yang intuitif, Canva memungkinkan siswa SMK untuk mengasah kreativitas mereka dalam mendesain poster, konten media sosial, hingga presentasi pemasaran.

Artificial Intelligence (AI) atau Kecerdasan Buatan sendiri memiliki makna teknologi berbasis sistem komputer yang memungkinkan memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan manusia yang membutuhkan intelegensi (Healey, 2020; Lubis, 2021). Di samping itu, pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) juga kian meluas dalam pemasaran digital. Teknologi AI kini diterapkan di berbagai area seperti analisis perilaku konsumen, personalisasi konten, otomatisasi iklan, bahkan pembuatan caption atau copywriting berbasis algoritma. Pelajar yang menguasai dan mampu memanfaatkan teknologi ini akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di tengah dunia kerja yang semakin terdigitalisasi.

Tujuan utama diciptakan dan pengembangan AI adalah menciptakan sistem yang dapat melaksanakan tugas yang pada umumnya dilakukan oleh manusia (Sidabutar & Munthe, 2022; Pratama et al., 2023; Zebua et al., 2023). Pada aplikasi canva sudah mengintegrasikan antara aplikasinya dengan AI seperti remove background secara otomatis, membuat background secara otomatis dan mempercantik desain agar lebih bagus secara visual. Canva sendiri mengklaim bahwa dengan Canva bisa meningkatkan produktivitas sampai dengan 60%, juga meningkatkan hingga 23% produktivitas karyawan (Nyoto, 2016; Yasir & Gunawan, 2024).

Berdasarkan hal tersebut, maka siswa SMK jurusan Pemasaran perlu dibekali pemahaman mengenai penggunaan AI pada aplikasi Canva, sehingga dapat meningkatkan produktivitas siswa dan menambah pengetahuan siswa mengenai prompting yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Luaran dari pengabdian kepada masyarakat ini siswa SMK jurusan Pemasaran yang diadakan di 3 sekolah yakni: SMK Cut Nya' Dien, SMK Kristen Terang Bangsa, SMK Ignatius yakni siswa tersebut mampu membuat poster digital untuk promosi di Sosial Media menggunakan Canva AI.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

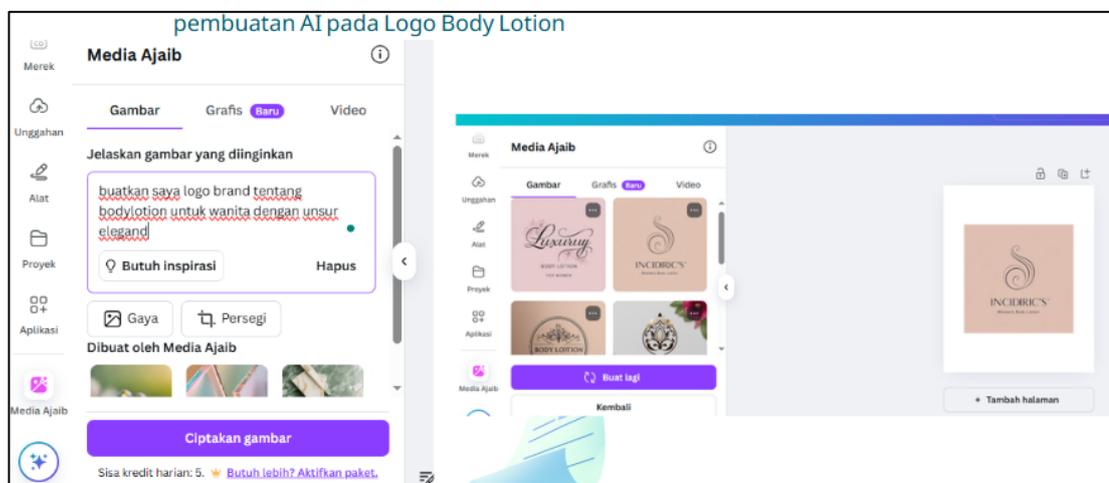
Riset ini dilakukan dengan observasi terlebih dahulu ke SMK jurusan Pemasaran yang sudah menerapkan aplikasi canva sebagai pembuatan konten pemasaran. Ada beberapa SMK di Semarang yang sudah menarapkan aplikasi canva, namun tidak semua sekolah memanfaatkan AI di dalam aplikasa Canva. Sehingga penulis mengadakan pelatihan / mini workshop kepada tiga sekolah yang sudah dilakukan observasi. Total keseluruhan siwa dari 3 SMK ini berkisar kurang lebih 40 siswa.



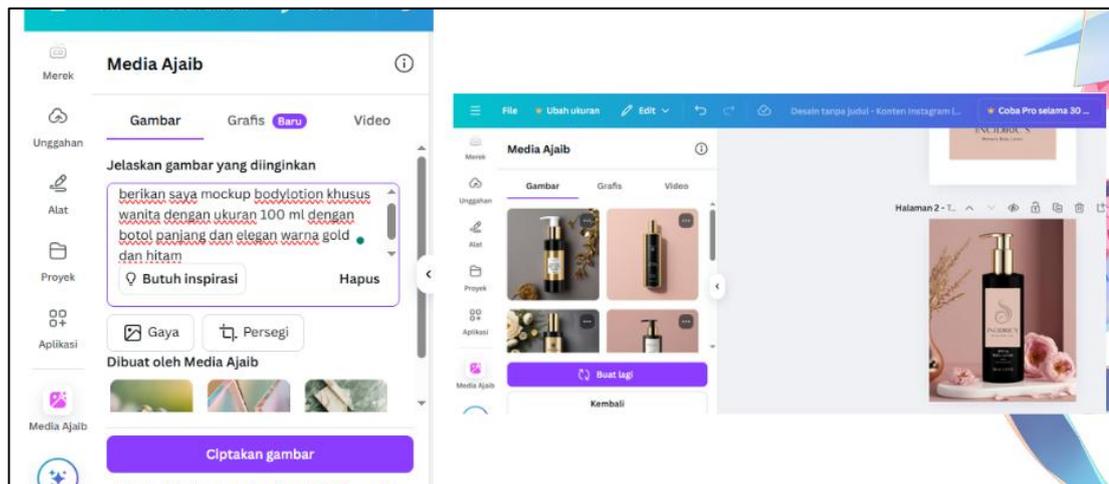
Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, yakni dengan observasi diawal dan dilakukan kegiatan mini workshop. hal ini di tunjukkan bahwa metode kualitatif diartikan sebagai pengumpulan informasi dan analisis sesuai dengan fenomena yang sedang berlangsung sesuai dengan subjek di lapangan (Sahir, 2022).

IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilakukan ke tiga sekolah kejuruan pemasaran di Semarang dengan sesi mini workshop, mini workshop ini dilaksanakan 1 hari dengan materi penerapan AI pada promosi di sosial media, pendamping memberikan materi terkait pemanfaatan AI dalam aplikasi Canva dan mendemonstrasikan penggunaan AI secara detail untuk dapat di posting pada sosial media yakni Instagram. Berikut materi demonstrasi Optimalisasi Canva AI yang pendamping ajarkan kepada siswa SMK.



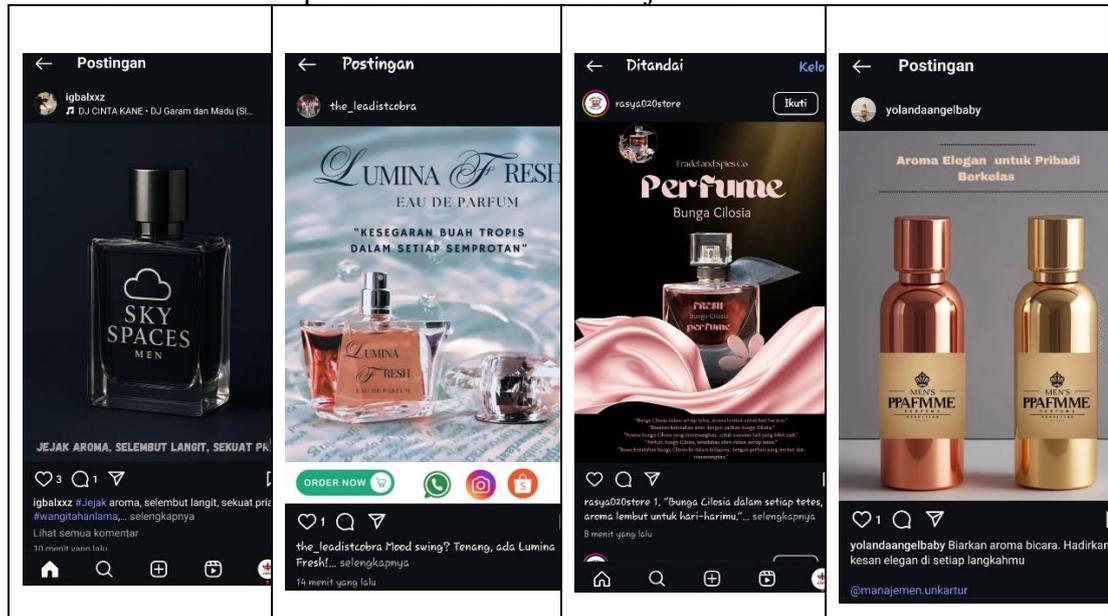
Gambar 1. Penggunaan Elemen Pada Aplikasi Canva Berbasis AI Pembuatan Logo



Gambar 2. Penggunaan Elemen Pada Aplikasi Canva Berbasis AI Pembuatan Mockup

Dari materi optimalisasi AI pada canva pendamping memberikan challenge kepada siswa SMK untuk membuat konten marketing terkait parfum dengan memberikan produk dummy parfum pada penggunaan AI pada canva dan

mempromosikannya di Instagram. Berikut hasil pembuatan logo dan mockup yang sudah buat oleh beberapa siswa dari 3 Sekolah kejuruan:



Gambar 3. Hasil konten Marketing Siswa

Sedangkan untuk caption pendamping memberikan pemanfaatan AI dengan chat gpt sebagai bentuk promosi terkait pembuatan hook dan juga CTA (call to action) seperti yang ada di contoh gambar 1.3 sampai 1.6. dengan penggunaan AI pada copywriting untuk pembuatan caption ini jauh lebih memudahkan siswa dalam menentukan dan mempunyai peran untuk mengembangkan caption yang bisa diatur untuk audiensnya baik secara formal maupun formal (Arifudin et al., 2024).



Gambar 4. Contoh pembuatan copywriting /caption berbasis AI pada chat GPT

Pelaksanaan: siswa dibentuk kelompok kurang lebih berisi 5- 10 orang untuk membuat konten marketing dengan tema yang ditentukan. Kemudian diberikan waktu pengerjaan 30 menit dan setelahnya memaparkan hasil konten yang dibuat.

Praktik dan presentasi: pada akhir sesi siswa mempresentasikan hasil pembuatan konten marketing dan dinilai oleh pendamping terkait kelengkapan seperti desain, mockup, nama produk, dan video profile. Hasil konten yang ditampilkan sudah baik dan siswa/I kreatif.

Harapan diadakannya mini workshop pada 3 SMK di Semarang ini dapat menambah pengetahuan siswa/I pada jurusan pemasaran lebih mudah dan cepat dalam membuat konten marketingnya. Karena dapat meningkatkan produktifitas dan lebih efisien secara signifikan (Saputra et al., 2023). Hal ini dibuktikan pada mini workshop yang dibuat pendamping, dari pembuatan konten yang biasanya bisa 1 hari pengerjaan dengan adanya AI siswa bisa menyelesaikan konten hanya dalam waktu 30 menit sampai 1 jam.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan melalui mini workshop Canva berbasis Artificial Intelligence (AI) di tiga Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) jurusan Pemasaran di Kota Semarang memberikan sejumlah temuan penting yang menunjukkan dampak positif dari pemanfaatan teknologi AI dalam dunia pendidikan vokasi. Media pembelajaran dengan memanfaatkan teknologi informasi akan membawasiswa belajar yang semula learning with effort menjadi learning with fun. Media pembelajaran dapat berupa visual, audio, dan audio visual (Suriyati et al., 2025).

Copywriting telah bergeser dari media tradisional menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran digital modern, yang membutuhkan keterampilan kreatif dan teknis. Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) adalah kerangka dasar untuk copywriting yang efektif, yang membantu mendorong keterlibatan konsumen (Söilen, 2024). Pemanfaatan fitur-fitur AI dalam aplikasi Canva terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi siswa, khususnya dalam bidang keterampilan membuat konten promosi visual dan copywriting digital. Keterampilan ini sangat relevan dengan praktik pemasaran modern yang kini semakin bergantung pada konten digital yang kreatif dan efisien.

Melalui pendekatan pelatihan satu hari yang berfokus pada praktik langsung, para siswa mengalami peningkatan signifikan dalam produktivitas. Jika sebelumnya pembuatan satu konten digital membutuhkan waktu hingga satu hari, kini siswa mampu menyelesaikannya hanya dalam waktu 30 hingga 60 menit. Hal ini dimungkinkan berkat pemanfaatan fitur otomatisasi seperti Magic Write, Background Remover, dan Design Suggestion yang tersedia dalam Canva AI. Penelitian (Utami & Karnedi, 2024) menggarisbawahi keefektifan Canva Magic AI sebagai alat pendidikan pelengkap, yang menunjukkan potensinya untuk meningkatkan keterampilan menulis dan kualitas secara keseluruhan.

Selain meningkatkan efisiensi waktu, penggunaan AI dalam proses desain dan penyusunan caption promosi juga berdampak pada peningkatan motivasi, kreativitas, dan daya inovasi siswa. Kondisi ini sangat selaras dengan kebutuhan industri pemasaran digital yang menuntut kecepatan, ketepatan, dan orisinalitas dalam menghasilkan konten.

Lebih lanjut, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat yang dirancang dalam bentuk workshop terstruktur dapat berperan sebagai pendekatan penelitian kualitatif. Melalui observasi langsung, dokumentasi hasil kerja siswa, serta



interaksi selama proses pelatihan, diperoleh data yang kaya untuk memahami perubahan perilaku dan peningkatan kompetensi peserta didik.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak nyata bagi siswa dalam meningkatkan keterampilan praktis, tetapi juga membuka peluang bagi pengembangan metode pengabdian masyarakat yang berbasis edukasi digital dan integrasi teknologi mutakhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, D., Annaztasya, S. T., Khamdani, F. R., Febriana, & Astrida, D. N. (2024). Pengembangan Inovasi Pemasaran Digital Melalui Workshop Animasi Untuk Meningkatkan Keterampilan Pemasaran Produk. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 5757–5765. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4439>
- Febrianto, A. (2021a). The Academic Writing Performance of Novice EFL Student Teachers. *English Language and Education Spectrum*, 1, 46–59. <https://doi.org/10.53416/electrum.v1i1.5>
- Febrianto, A. (2021b). Optimizing the Use of Google Classroom as an Integrated Learning Management System in Teaching Writing. *English Language and Education Spectrum*, 1, 52–66. <https://doi.org/10.53416/electrum.v1i2.27>
- Hafni Sahir, S. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; Cetakan I). KBM Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Healey, J. (2020). *Artificial Intelligence*. Spinney Press.
- Lubis, M. S. Y. (2021). Implementasi artificial intelligence pada system manufaktur terpadu. In *Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU* (Vol. 4, No. 1, pp. 1-7).
- Nyoto, V. F. (2016). Model Bisnis pada CV Fang Yang Wood Menggunakan Business Model Canvas. *Agora*, 4(1), 36474.
- Pratama, A. S., Sari, S. M., Hj, M. F., Badwi, M., & Anshori, M. I. (2023). Pengaruh Artificial Intelligence, Big data dan otomatisasi terhadap kinerja SDM di Era digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 108-123.
- Saputra, R., Rizky Mahaputra, M., Saputra, F., & Ridho Mahaputra, M. (2023). Analisis Penerapan Artificial Intelligence terhadap Produktivitas Perusahaan Media Informasi. *Pendidikan Siber Nusantara (JPSN)*, 1(2), 91–96. <https://doi.org/10.38035/jpsn.v1i2>
- Sidabutar, H., & Munthe, H. P. (2022). Artificial Intelligence dan implikasinya terhadap tujuan pembelajaran pendidikan agama Kristen. *JMPK: Jurnal Manajemen Pendidikan Kristen*, 2(2), 76-90.
- Söilen, K. (2024). The Art and Science of Copywriting (pp. 373–381). https://doi.org/10.1007/978-3-031-69518-6_36
- Suriyati, S., Sausan, R., Suriati, S., & Nur, T. (2025). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Berbasis Canva di SDN No. 88 Jennae. *Jurnal Panrita: Jurnal*



Pengabdian Kepada Masyarakat, 3, 17–22.
<https://doi.org/10.47435/jcs.v3i1.2825>

Utami, S., & Karnedi, K. (2024). Enhancing students' writing paragraphs through Canva Magic AI. *Leksika: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 18, 105. <https://doi.org/10.30595/lks.v18i2.23475>

Yasir, A. H., & Gunawan, A. (2024). Mengungkap Dampaknya: Peran Teknologi AI dalam Revolusi Industri 4.0 bagi Sumber Daya Manusia. *Global: Jurnal Lentera BITEP*, 2(02), 48-55.

Zebua, R., Khairunnisa, Sudipa, I. G. I., & M.Kom, S. (2023). *FENOMENA ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)*.

