

PELATIHAN PROMOSI DIGITAL SECARA ONLINE MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI BAGI SISWA SMP DI KABUPATEN SOPPENG

Arwin Wahyu Saputra¹, Marhuni²

¹Teknologi Rekayasa Komputer Jaringan, Politeknik Negeri Tanah Laut, ²Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, STAI Al-Gazali Soppeng

E-mail: arwinwahyu@politala.ac.id¹, marhuni032152@gmail.com²

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel

Diterima : 27/09/2025

Direvisi : 29/10/2025

Diterbitkan : 31/10/2025

*Corresponding author

arwinwahyu@politala.ac.id

ABSTRACT

The rapid advancement of technology has significantly influenced various aspects of life, particularly in education and economics. The use of technology enables communities to develop digital skills, especially in photo and video editing. Applications such as Canva and Capcut serve as effective tools for creating creative works and engaging digital promotions. In today's competitive era, the ability to design innovative visual content is essential to enhance product appeal and expand market reach. However, many people are still not proficient in utilizing technology for promotional activities and continue to rely on traditional methods. In response to this issue, students of the Community Service Program (KKN) Batch XXXI at STAI Al-Gazali Soppeng implemented a Digital Promotion Training Program using Canva and Capcut applications. This program aims to improve participants' abilities in designing promotional posters and videos creatively and effectively. The training was conducted at MTs Negeri Soppeng and SMP Negeri 1 Marioriwawo, each held in two sessions. Through this activity, participants are expected to optimize digital technology in developing promotional ideas and enhancing product competitiveness in the digital era.

Keywords: Technology, Digital Promotion Training, Canva, Capcut, Editing Skills

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh besar terhadap berbagai aspek kehidupan, terutama bidang pendidikan dan ekonomi. Pemanfaatan teknologi memungkinkan masyarakat mengembangkan keterampilan digital, khususnya dalam editing foto dan video. Aplikasi seperti Canva dan Capcut menjadi sarana efektif untuk menciptakan karya kreatif dan promosi digital yang menarik. Di era persaingan modern, kemampuan membuat konten visual yang inovatif sangat penting guna meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pasar. Namun, masih banyak masyarakat yang belum mahir menggunakan teknologi dalam kegiatan promosi sehingga masih mengandalkan metode tradisional. Menanggapi hal tersebut, mahasiswa KKN Angkatan XXXI STAI Al-Gazali Soppeng melaksanakan program Pelatihan Promosi Digital berbasis aplikasi Canva dan Capcut. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan peserta dalam mendesain poster dan video promosi secara kreatif dan efektif. Pelatihan dilaksanakan di MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo, masing-masing sebanyak dua kali pertemuan. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam mengembangkan ide promosi dan mendukung peningkatan daya saing produk di era digital.

Kata kunci: Teknologi, Pelatihan Promosi Digital, Canva, Capcut, Keterampilan Mengedit

© 2025 Penerbit STMIK Amika Soppeng. All rights reserved

PENDAHULUAN

Promosi digital secara *online* atau biasa disebut *Digital marketing* pada era di mana teknologi sangat berpengaruh besar terhadap aspek kehidupan manusia sangat penting dilakukan. *Digital marketing* adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital dan telah berkembang dengan pesat sejak penggunaan internet semakin tinggi. Promosi digital dapat dikatakan sebagai langkah awal dan sangat penting dilakukan dalam dunia bisnis. Dengan adanya keterampilan dalam mempromosikan sebuah produk ini sangat berpengaruh besar terhadap peningkatan prekonomian masyarakat.

Promosi digital diperlukan kemampuan dalam editing foto ataupun video serta mampu menciptakan karya-karya yang menarik dalam mempromosikan produk-produk mereka sehingga dapat diterima di berbagai kalangan luas. Perkembangan zaman yang semakin luas dan bersifat universal membuat pelaku bisnis harus bisa menghadapi tantangan tersebut, mulai dari persaingan harga barang, kualitas barang, tempat, ide-ide kreatif produk, dan kreativitas dalam pemasaran. Tingginya intensitas penjualan yang dicapai perusahaan tidak terlepas dari kemampuan usaha yang dilakukan pihak manajemen dalam mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen [1], dalam artian tinggi dan rendahnya hasil penjualan suatu produk tidak terlepas dari kemampuan sebuah perusahaan dalam menyikapi dan melakukan survey tentang kebutuhan konsumen.

Banyak hal yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menarik konsumen dan memajukan bisnisnya salah satunya adalah memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi seperti halnya internet, karena internet merupakan metode yang efektif untuk menjangkau konsumen dalam potensi yang besar [2]. Pelaku bisnis pada saat ini memanfaatkan internet sebagai sarana dalam menjalankan bisnis karena lebih mudah dan efisien dalam pemasaran produk [3], dapat disimpulkan bahwa sebagai pelaku ekonomi harus cerdas dalam memanfaatkan internet sebagai sarana dalam melakukan promosi dan untuk memudahkan dalam menjangkau konsumen, selain itu dalam para pelaku bisnis juga dapat memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang mendukung dalam pembuatan promosi seperti *canva* dan *capcut*.

Canva merupakan sebuah tool desain grafis yang membantu pengguna merancang desain kreatif secara *online*. *Canva* adalah platform desain grafis media sosial, presentasi, poster, dokumen, serta konten visual lainnya [4]. Dengan memanfaatkan *canva* akan memudahkan dalam membuat poster ataupun konten visual dalam mempromosikan sebuah barang dan jasa. Sedangkan *Capcut* merupakan aplikasi editing yang banyak dimanfaatkan dalam pembuatan sebuah video yang kreatif dan menarik, yang dilengkapi dengan berbagai fitur yang bisa digunakan oleh pengguna dalam pembuatan video konten atau video kreatif [5], dapat disimpulkan bahwa aplikasi *capcut* dapat juga dapat dijadikan sebagai sarana dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa.

Perkembangan bisnis digital menuntut pelaku usaha untuk dapat memanfaatkan media digital yang ada dan aplikasi editing seperti *canva* dan *capcut* dalam mempromosikan produk-produk mereka. Anak-anak remaja yang duduk di bangku sekolah menengah yang di mana banyak yang memiliki bisnis *online shop* juga harus pintar memanfaatkan teknologi dalam memperkenalkan produk atau jualan mereka. Tidak menutup mata masih banyak masyarakat baik dari kalangan muda sampai kalangan tua belum mahir dalam memanfaatkan teknologi sehingga dalam mempromosikan produknya masih menggunakan metode tradisional. Pelatihan promosi digital memberikan edukasi kepada para pelaku usaha tentang bagaimana mempromosikan barang atau jasa mereka secara unik dengan memanfaatkan teknologi serta aplikasi editing *canva* dan *capcut*. Pelatihan ini dilaksanakan di dua sekolah yaitu MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo masing-masing 2 kali pelaksanaan. Pelatihan ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam editing foto maupun video. Mempromosikan produk atau jualan mereka hanya dilakukan dengan cara mempostingnya di story whatsapp atau instagram mereka saja dan dengan *basic standar*. Di samping itu peserta didik kurang paham dalam menggunakan aplikasi *canva* dan *capcut* dalam pembuatan pamflet promosi ataupun video promosi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pelatihan

Pelatihan pada hakikatnya merupakan suatu proses pembelajaran. Oleh karena itu untuk melatih pekerja, diperlukan pengetahuan mengenai bagaimana orang belajar. Pada suatu instansi yang memperhatikan produktivitas yang baik, pendidikan dan pelatihan adalah hal yang sangat penting dari yang lain [6]. Pelatihan adalah pendidikan yang dilakukan dalam jangka pendek yang umumnya lebih terfokus pada praktik yang dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan para karyawan agar mengurangi kesalahan yang terjadi dalam pekerjaan mereka, pelatihan sudah ditekankan pada peningkatan kompetensi untuk melakukan tugas yang spesifik untuk saat ini [7]. Secara umum pelatihan adalah suatu kegiatan peningkatan kompetensi, keterampilan, pengetahuan serta perubahan sikap seseorang dalam instansi atau organisasi agar dalam pelaksanaan tanggung jawab yang dijalankannya lebih baik, maksudnya setiap pekerja membutuhkan pelatihan untuk

meningkatkan potensi dirinya. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan merupakan suatu bentuk kegiatan pembelajaran singkat yang berisi praktek tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi keahlian seseorang.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa sistem operasi merupakan perangkat lunak sistem yang berperan sebagai jembatan penghubung antara *hardware* dan *brainware* serta sebagai wadah untuk penggunaan *software* aplikasi pada komputer.

2. Promosi Digital

Promosi digital merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan berbagai platform dan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas, interaksi, serta penjualan produk atau jasa. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *Digital marketing* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis dan transformasi digital pelaku usaha [8]. Media sosial juga berperan penting dalam memperluas jangkauan promosi, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan pengelolaan konten visual yang kreatif serta kesesuaian pesan dengan karakter audiens. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat dan UMKM, pelatihan promosi digital terbukti mampu meningkatkan kemampuan pemasaran serta mendorong pertumbuhan penjualan melalui pemanfaatan media sosial dan desain konten menarik. Selain itu, penerapan strategi digital yang berkelanjutan, termasuk penggunaan alat bantu seperti *Canva* dan *Capcut*, dinilai mampu memperkuat citra merek dan menjaga konsistensi komunikasi pemasaran [9].

3. Teknologi

Pemanfaatan teknologi menjadi fondasi utama dalam proses transformasi digital di berbagai sektor, baik pendidikan, ekonomi, maupun sosial masyarakat. Penerapan teknologi terbukti mampu meningkatkan kinerja dan efisiensi organisasi, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang mengintegrasikan sistem digital ke dalam proses bisnis mereka [10]. Adopsi teknologi tidak hanya bergantung pada ketersediaan infrastruktur, tetapi juga pada faktor perilaku individu seperti persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan pengaruh sosial terhadap penerimaan teknologi baru. Selain itu, keberhasilan adopsi teknologi juga dipengaruhi oleh lingkungan organisasi dan gaya kepemimpinan yang mendukung inovasi serta kesiapan sumber daya manusia dalam menghadapi perubahan. Hambatan utama dalam penerapan teknologi meliputi keterbatasan kompetensi digital, infrastruktur yang belum memadai, serta resistensi terhadap perubahan [11]. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi teknologi dan pelatihan digital menjadi langkah strategis untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi secara optimal di era industri 4.0

4. Canva

Penggunaan aplikasi *Canva* sebagai alat bantu dalam proses pembelajaran dan pembuatan konten kreatif telah mendapat perhatian signifikan dalam penelitian pendidikan dan pengembangan media digital. Studi menemukan bahwa *Canva* meningkatkan keterlibatan dan kreativitas siswa berkat antarmuka yang intuitif, template yang banyak, serta fitur kolaborasi real-time [12]. Selain itu, *Canva* terbukti efektif dalam meningkatkan hasil belajar, khususnya melalui pembuatan media interaktif dan visual yang mendukung pemahaman konsep secara lebih mendalam. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa pelatihan aplikasi *Canva* untuk guru dan pelajar meningkatkan kapabilitas desain grafis mereka serta mempermudah pembuatan bahan ajar digital secara mandiri. Namun, meskipun banyak keunggulan, terdapat tantangan teknis seperti kebutuhan koneksi internet stabil dan kapasitas perangkat yang memadai, yang dapat membatasi penerapan *Canva* dalam konteks komunitas atau sekolah dengan sumber daya terbatas .

5. Capcut

Aplikasi *Capcut* semakin banyak dimanfaatkan sebagai media pembelajaran dan produksi konten kreatif karena kemampuannya menyediakan antarmuka intuitif, fitur pengeditan yang lengkap, serta integrasi mudah ke platform media sosial [13]. Penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur seperti pemotongan klip, penambahan efek visual dan audio, serta penyusunan ulang adegan sangat efektif membantu pembuat konten dalam meningkatkan kualitas dan efisiensi produksi video mereka. Dalam konteks pendidikan, *Capcut* terbukti meningkatkan hasil belajar dan keterlibatan siswa melalui pembuatan media pembelajaran berbasis video [14]. Namun demikian, penerapan *Capcut* juga dihadapkan pada kendala seperti akses internet tidak stabil dan perangkat yang kurang memadai, yang dapat menghambat pemanfaatannya di sekolah dengan sumber daya terbatas.

6. Penelitian terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam pembuatan pelatihan ini yaitu: pelatihan yang dilakukan oleh Nurul Aini, Dwi Yuliani, dan M. Ridwan dari Program Studi Sistem Informasi, Universitas Negeri

Makassar pada tahun 2023 dengan judul: Pelatihan Pembuatan Konten Promosi *Digital* Menggunakan Canva dan Capcut bagi Siswa SMP Negeri 3 Watansoppeng, Kabupaten Soppeng. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar kepada siswa SMP dalam membuat konten promosi digital secara mandiri menggunakan perangkat lunak berbasis teknologi seperti Canva dan Capcut. Pelatihan dilaksanakan secara *online* melalui platform Zoom Meeting serta menggunakan Google Classroom sebagai media pendukung dalam berbagi materi dan tugas. Kegiatan ini mencakup pengenalan konsep promosi digital, teknik dasar desain grafis, serta praktik langsung membuat media promosi berbasis video dan gambar.

Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa para siswa mampu memahami konsep dasar promosi digital dan dapat menghasilkan konten promosi sederhana yang menarik serta relevan dengan karakteristik media sosial yang mereka gunakan. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan motivasi belajar siswa dalam bidang teknologi digital serta menumbuhkan semangat kewirausahaan berbasis media *online*.

Dari pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan dengan pengabdian kami, yaitu pada aspek pelatihan promosi digital berbasis teknologi, namun perbedaannya terletak pada sasaran peserta, media pelatihan yang digunakan, serta pendekatan pelatihan interaktif yang diterapkan agar siswa mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital secara berkelanjutan [15]

Selain itu, Pelatihan yang dilakukan oleh Rizal Maulana, Siti Rahmah, dan Dedi Prasetyo dari Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Hasanuddin pada tahun 2022 dengan judul: Pelatihan Promosi Digital Berbasis Canva dan Capcut untuk Peningkatan Kapasitas Pemasaran UMKM di Kabupaten Bone. Tujuan PKM ini adalah memberikan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM mengenai pembuatan materi promosi visual dan video singkat yang efektif untuk platform media sosial. Pelaksanaan dilakukan secara daring menggunakan modul video, sesi praktik langsung, dan pendampingan via grup WhatsApp selama satu bulan. Hasilnya menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam merancang poster promosi dan video produk; beberapa UMKM melaporkan peningkatan interaksi di media sosial dan peningkatan pesanan setelah menerapkan materi promosi hasil pelatihan. Dari kegiatan tersebut disimpulkan bahwa pelatihan berbasis aplikasi sederhana seperti Canva dan Capcut efektif untuk meningkatkan kapabilitas pemasaran UMKM dengan catatan perlu adanya dukungan lanjutan terkait konsistensi konten dan akses internet [16].

Pelatihan yang dilakukan oleh Fitriani, Ahmad Zulkifli, dan Laila Nurhayati dari Program Studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Universitas Negeri Makassar pada tahun 2024 dengan judul: Model *Blended Learning* Pelatihan Promosi Digital untuk Siswa SMP: Integrasi *Offline-Online* Menggunakan Canva dan Capcut. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan keterampilan digital siswa dalam membuat konten promosi yang komunikatif dan etis. Metode yang digunakan berupa kombinasi *workshop* tatap muka (praktek studio sederhana) dan kelas *online* untuk tugas lanjutan serta *peer review*. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa model *blended learning* meningkatkan keterampilan teknis dan kreativitas peserta, serta memfasilitasi umpan balik antar peserta sehingga kualitas materi promosi meningkat. Perbedaan utama dengan program kami adalah pendekatan *blended* dan adanya fasilitas praktik *offline*; sedangkan program kami bersifat *fully online* dan menekankan kemandirian peserta dalam penggunaan aplikasi [17].

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan promosi digital secara *online* dengan memanfaatkan teknologi ini dilaksanakan secara tatap muka, dengan peserta didik MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo sebagai sasaran atau peserta. Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Desember dan 2024 dan Januari 2025. Tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap, tim PKM membuat sebuah desain promosi dan video kreatif untuk menarik perhatian peserta didik agar semangat mengikuti pelatihan ini.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, tim PKM menyampaikan materi melalui presentasi yang menggunakan *slide* PowerPoint. Pemateri menjelaskan materi seputar cara mempromosikan produk dan melakukan praktik langsung membuat desain promosi dengan menggunakan aplikasi *canva* dan membuat video kreatif dengan menggunakan aplikasi *capcut*.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, tim PKM melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dengan cara peserta didik membuat desain atau pamflet promosi dan video kreatif secara mandiri. Hasil survei ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk kegiatan selanjutnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik dalam membuat desain promosi dan video kreatif dengan memanfaatkan teknologi dan aplikasi *canva* dan *capcut*. Pelaksanaan kegiatan

terbagi menjadi dua tahap, yaitu tahap penyampaian materi dan tahap evaluasi.

a. Tahap penyampaian materi

Pada tahap ini, pemateri menyampaikan materi mengenai promosi digital secara *online* dengan memanfaatkan teknologi. Sosialisasi ini sangat bermanfaat untuk peserta didik dalam mengembangkan skill editing mereka. Peserta kegiatan Pelatihan ini tampak sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ditunjukkan dengan kesediaan mengikuti kegiatan dan keaktifan peserta dalam menyimak materi dan bertanya terkait pembuatan desain promosi dan video kreatif.



Gambar 1 Penyampaian Materi di MTs Negeri Soppeng



Gambar 2 Penyampaian materi di SMP Negeri 1 Marioriwawo

b. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, peserta secara individu membuat desain promosi dan video kreatif, hal ini bertujuan sejauh mana pemahaman peserta didik terkait materi yang telah di berikan. Secara garis besar setelah pelatihan dan praktek langsung di MTs Negeri Soppeng dan di SMP Negeri 1 Marioriwawo peserta didik telah mampu membuat desain promosi dan video kreatif dengan memanfaatkan teknologi dan aplikasi editing *canva* dan *capcut*. Berikut adalah hasil evaluasi kegiatan yang disajikan dalam bentuk foto-foto dokumentasi.



Gambar 3 Proses pembuatan video kreatif di MTs Negeri Soppeng



Gambar 4 Hasil desain promosi dengan pemanfaatan aplikasi *canva* di SMP Negeri 1 Marioriwawo

2. Pembahasan

Di era kehidupan yang serba mengandalkan teknologi membuat banyak peserta didik yang memilih berbisnis di dunia *online* salah satunya adalah bisnis *online* shop. Namun, masih banyak peserta didik yang masih kurang kreatif dan kurang paham dalam mempromosikan produk atau jualan mereka. Sehingga perlu dilaksanakannya sebuah kegiatan pelatihan promosi digital di kalangan remaja seperti salah satu program kerja peserta KKN STAI Al-gazali Soppeng yaitu pelatihan promosi digital dengan memanfaatkan teknologi yang dilaksanakan di dua sekolah yakni di MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo. Melalui kegiatan pelatihan ini, peserta didik dapat memahami pentingnya mengembangkan skill editing serta peserta didik mampu berinovasi dan berkreasi dalam mempromosikan produk barang atau jasa yang mereka tawarkan. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu peserta didik dalam mengembangkan kemampuan mereka dalam aspek editing desain promosi maupun video kreatif. Adapun hasil dari kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat memberikan materi kepada peserta didik

tentang bagaimana cara berinovasi dalam mempromosikan sebuah produk. Membantu peserta didik dalam mengembangkan kemampuan mereka dalam editing pamflet promosi dan pembuatan video kreatif dengan memanfaatkan aplikasi *canva* dan *capcut*.

Kegiatan pelatihan promosi digital ini telah berhasil dilaksanakan dengan baik, baik dari segi materi, praktik, maupun partisipasi peserta didik MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo. Untuk selanjutnya perlu dilaksanakan kembali kegiatan pelatihan promosi digital secara *online* dengan memanfaatkan teknologi ini untuk mendukung para peserta didik yang memiliki bisnis *online* terutama dalam mempromosikan produk mereka. Di era kehidupan yang serba mengandalkan teknologi membuat banyak peserta didik yang memilih berbisnis di dunia *online* salah satunya adalah bisnis *online* shop. Namun, masih banyak peserta didik yang masih kurang kreatif dan kurang paham dalam mempromosikan produk atau jualan mereka. Sehingga perlu dilaksanakannya sebuah kegiatan pelatihan promosi digital di kalangan remaja seperti salah satu program kerja peserta KKN STAI Al-gazali Soppeng yaitu pelatihan promosi digital dengan memanfaatkan teknologi yang dilaksanakan di dua sekolah yakni di MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo.

Kegiatan pelatihan ini diharapkan peserta didik dapat memahami pentingnya mengembangkan skill editing serta peserta didik mampu berinovasi dan berkreasi dalam mempromosikan produk barang atau jasa yang mereka tawarkan. Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu peserta didik dalam mengembangkan kemampuan mereka dalam aspek editing desain promosi maupun video kreatif. Adapun hasil yang diharapkan dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan materi kepada peserta didik tentang bagaimana cara berinovasi dalam mempromosikan sebuah produk. Membantu peserta didik dalam mengembangkan kemampuan mereka dalam editing pamflet promosi dan pembuatan video kreatif dengan memanfaatkan aplikasi *canva* dan *capcut*. Kegiatan pelatihan promosi digital ini telah berhasil dilaksanakan dengan baik, baik dari segi materi, praktek, maupun partisipasi peserta didik MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo. Untuk selanjutnya perlu dilaksanakan kembali kegiatan pelatihan promosi digital secara *online* dengan memanfaatkan teknologi ini untuk mendukung para peserta didik yang memiliki bisnis *online* terutama dalam mempromosikan produk mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan promosi digital ini bertujuan membantu peserta didik dalam pembuatan desain *pamflet* promosi serta menjadi prantara dalam mengembangkan kemampuan peserta didik dalam editing foto maupun video. Peserta didik khususnya di MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo terlihat tertarik dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini sebab dalam kegiatan pelatihan peserta didik secara langsung melakukan praktik pembuatan desain pamflet promosi dan video kreatif. Dan memberikan materi seputar promosi digital, bagaimana cara kerja aplikasi *canva* dan *capcut* serta bagaimana berinovasi dan berkreasi dalam mempromosikan suatu produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh tim PKM yang telah mendukung dan memfasilitasi tempat dan alat dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan promosi digital secara *online* dengan memanfaatkan teknologi ini, sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan lancar. Terima kasih juga kepada para peserta didik MTs Negeri Soppeng dan SMP Negeri 1 Marioriwawo yang telah berpartisipasi. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat dan dapat berlanjut pada program-program berikutnya. Selain itu, semoga dengan pelatihan ini bisa memberikan banyak manfaat dari sisi peningkatan ilmu pengetahuan dibidang teknologi informasi serta menjadi awal dari penyelenggaraan pelatihan-pelatihan berikutnya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Sjahruddin, "Pengaruh Promosi Online dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ayam Pedaging," *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*, 2022.
- [2] M. Rifa'i, "EFEKTIVITAS PROMOSI ONLINE DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN OLEH KONSUMEN," *OPTIMA*, vol. 1, no. 2, pp. 67–73, Sept. 2017.
- [3] M. F. Diana, D. P. Wiryaningtyas, and Y. Harisandi, "PENGARUH PROMOSI ONLINE DAN KERAGAMAN PRODUK DALAM MENENTUKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA HEALTHYMASK.IDN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *jme*, vol. 1, no. 3, p. 478, Apr. 2022, doi: 10.36841/jme.v1i3.1981.

- [4] D. Yuliana, A. Baijuri, A. A. Suparto, S. Seituni, and S. Syukria, "PEMANFAATAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA VIDEO PEMBELAJARAN KREATIF, INOVATIF, DAN KOLABORATIF," *JUKANTI*, vol. 6, no. 2, pp. 247–257, Nov. 2023, doi: 10.37792/jukanti.v6i2.1025.
- [5] H. A. Setyadi, S. Sardiarinto, W. Nugroho, and D. S. Perbawa, "Penggunaan Aplikasi CapCut Untuk Menghasilkan Konten Video Kreatif Bagi Para Santri," *JPkMN*, vol. 5, no. 2, pp. 1841–1848, May 2024, doi: 10.55338/jpkmn.v5i2.3171.
- [6] E. Siregar, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN PELATIHAN (DIKLAT) DALAM UPAYA PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)," *Jur. Din. Pend.*, vol. 11, no. 2, p. 153, Aug. 2018, doi: 10.33541/jdp.v11i2.812.
- [7] Yhonanda Harsono, "The Influence of Training Participation and Work Discipline on Employee Performance," *ijess*, vol. 4, no. 2, pp. 119–125, Oct. 2023, doi: 10.56371/ijess.v4i2.186.
- [8] A. Setyawati, R. Sugangga, F. I. Maula, and A. Rahma, "Digital Marketing Business Strategy to MSME Performance in the Industrial Revolution 4.0 Era," *jee*, vol. 12, no. 1, pp. 19–26, Mar. 2023, doi: 10.37715/jee.v12i1.3459.
- [9] R. H. Pandjaitan, "The Social Media Marketing Mix Trends in Indonesia for 2024: Communication Perspective," *J. Komun. Ikaf. Sarj. Komun. Indones.*, vol. 9, no. 1, pp. 251–269, June 2024, doi: 10.25008/jkiski.v9i1.1005.
- [10] R. Setiawan, P. T. Prasetyo, and A. Yuniawan, "Digital Marketing Strategy for Sustainable Performance of MSMEs: Literature Review," *RH*, vol. 5, no. 1, pp. 33–46, Dec. 2024, doi: 10.54518/rh.5.1.2025.447.
- [11] T. T. Nguyen et al., "The effects of technology and innovation adoption on firm performance among small and medium enterprises: Evidence from Vietnam's logistics sector," *EBR*, vol. 10, no. 4, pp. 129–164, Dec. 2024, doi: 10.18559/ebr.2024.4.1123.
- [12] O. Ali, P. A. Murray, A. Al-Ahmad, and L. Tahat, "An Integrated Framework for Addressing the Challenges and Strategies of Technology Adoption: A Systematic Review," *Emerg Sci J*, vol. 8, no. 3, pp. 1215–1242, June 2024, doi: 10.28991/ESJ-2024-08-03-025.
- [13] R. Hidayati, "STUDENTS' BEHAVIOUR ON USING CANVA APPLICATION FOR ENGLISH PROJECT," *ELTM*, vol. 3, no. 3, pp. 338–348, Dec. 2023, doi: 10.56983/eltm.v3i3.1100.
- [14] P. Pahmi, Liping Deng, and Marissa Syafwin, "Using the Capcut Application as A Learning Media," *J. Journal International Inspire Education Technology*, vol. 1, no. 1, pp. 40–51, May 2022, doi: 10.55849/jiiet.v1i1.37.
- [15] N. Aini, D. Yuliani, and M. Ridwan, "Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Digital Menggunakan Canva dan Capcut bagi Siswa SMP Negeri 3 Watansoppeng, Kabupaten Soppeng," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi dan Inovasi Digital (JPMTID)*, vol. 3, no. 2, pp. 55–63, 2023.
- [16] R. Maulana, S. Rahmah, and D. Prasetyo, "Pelatihan Promosi Digital Berbasis Canva dan Capcut untuk Peningkatan Kapasitas Pemasaran UMKM di Kabupaten Bone," *J. Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, vol. 2, no. 3, pp. 45–54, Nov. 2022.
- [17] F. Fitriani, A. Zulkifli, and L. Nurhayati, "Model Blended Learning Pelatihan Promosi Digital untuk Siswa SMP: Integrasi Offline-Online Menggunakan Canva dan Capcut," *Pros. Sem. Nas. Pengembangan Teknol. Pendidikan*, pp. 112–121, Apr. 2024.