Jurnal GEMBIRA (Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 4, No. 5, Oktober 2026
E-ISSN 2985-3346

PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN PEMASARAN PRODUK JAMU BERBASIS KECERDASAN BUATAN DI DESA WISATA JAMU KIRINGAN

TRAINING ON AI-BASED MARKETING CONTENT CREATION FOR HERBAL PRODUCTS IN KIRINGAN HERBAL TOURISM VILLAGE

Septian Rico Hernawan[1], Gigih Aulia Hilmiawan[2], Nur Azmi Ainul Bashir[3*],
[1, 3*] Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Yogyakarta,
[2] Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Yogyakarta,
[1]rico@unu-jogja.ac.id , [2] gigihauliah@unu-jogja.ac.id, [3]nurazmiab@unu-jogja.ac.id

Article History:
Received: August 26th, 2026
Revised: October 10th, 2026
Published: October 15th, 2026

Abstract: *Kiringan Hamlet, Sanden, Bantul, is one of the centers of the traditional herbal medicine industry with significant local economic and cultural potential. However, the marketing of herbal medicine products is still dominated by conventional methods and has not yet optimally utilized visual content and digital technology. This community service activity aims to enhance the community's knowledge and skills in creating marketing videos for herbal medicine products by utilizing artificial intelligence (AI) on Canva Pro. The method employed was Appropriate Technology (TTG), implemented through the following stages: coordination and preparation; delivery of materials and demonstrations; hands-on content creation practice; evaluation; and ongoing mentoring. The results of the activity demonstrated an improvement in participants' ability to produce visual content and marketing videos that are more engaging, structured, and efficient. Participants were also able to integrate the local identity of traditional herbal medicine with a modern visual approach. The evaluation revealed positive responses regarding the ease of use of the technology, the benefits of the training, and interest in participating in follow-up training. This initiative demonstrates that AI on Canva Pro has the potential to serve as appropriate technology for enhancing creativity, digital marketing capacity, and the competitiveness of local traditional herbal medicine products.*

Keywords:
community service, digital marketing, artificial intelligence, Canva Pro, traditional herbal products

Abstrak

Dusun Kiringan, Sanden, Bantul, merupakan salah satu sentra usaha jamu tradisional yang memiliki potensi ekonomi dan budaya lokal. Namun, pemasaran produk jamu masih didominasi metode konvensional dan belum optimal memanfaatkan konten visual serta teknologi digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat video pemasaran produk jamu dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) pada Canva Pro. Metode yang digunakan adalah Teknologi Tepat Guna (TTG) melalui tahapan koordinasi dan persiapan, pemberian materi dan demonstrasi, praktik pembuatan konten, evaluasi, serta pendampingan lanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten visual dan video pemasaran yang lebih menarik, terstruktur, dan efisien. Peserta juga mampu mengintegrasikan identitas lokal jamu dengan pendekatan visual modern. Evaluasi menunjukkan respons positif terhadap kemudahan teknologi, manfaat pelatihan, dan minat mengikuti pelatihan lanjutan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa AI pada Canva Pro berpotensi menjadi teknologi tepat guna untuk meningkatkan kreativitas, kapasitas pemasaran digital, dan daya saing produk jamu lokal.

Kata Kunci: kecerdasan buatan, Canva Pro, pemasaran digital, jamu tradisional, teknologi tepat guna.

PENDAHULUAN

Dusun Kiringan merupakan salah satu bagian dari wilayah Kalurahan Sanden, Kabupaten Bantul (PepesIkan, 2025). Di sana, masyarakat banyak yang menjalankan usaha tradisional seperti penjualan jamu sebagai bagian dari ekonimi lokal dan budaya kesehatan masyarakat (Dipa, 2024; PepesIkan, 2025). Para penjual jamu di Dusun Kiringan selama ini memasarkan produknya dengan cara yang sudah mapan turun-temurun. Saat ini, teknologi digital yang digunakan adlaah teknologi dari pihak kalurahan.Pihak kelurahan memberikan fasilitas *website* guna pemasaran jamu, namun hanya sebatas mencantumkan informasi produk dan informasi kontak penjual secara statis. Seiring dengan perkembangan zaman dan persaingan usaha yang makin ketat, pemasaran melalui konten visual dan video menjadi semakin penting agar produk lokal seperti jamu dapat tersampaikan dengan daya tarik modern dan menjangkau segmen yang lebih luas. Di sisi lain, kemajuan teknologi seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* / AI) telah memberi peluang baru bagi produksi konten pemasaran yang sebelumnya memerlukan tenaga desain atau *editing* yang cukup tinggi keahlian dan biaya. Misalnya, laporan dari Canva menyebut bahwa 75 % pelaku pemasaran mempertimbangkan *generative* AI sebagai bagian penting dari *toolkit* mereka, dan bahwa penggunaan AI dapat meningkatkan produktivitas tim kreatif hingga 70 % (Canva, 2020).

Meskipun potensi ekonomi lokal melalui usaha jamu di Dusun Kiringan cukup besar, terdapat beberapa kendala nyata dalam pemasaran produknya. Beberapa kendala yang dihadapi meliputi: 1) penjual jamu dusun kiringan belum pernah secara khusus menyasar segmen pemasaran yang memanfaatkan teknologi AI maupun konten video berbasis digital secara aktif, sehingga peluang yang bisa dihasilkan dari format baru ini belum tergarap. 2) pembuatan video produk selama ini masih dilakukan secara manual menggunakan aplikasi pembuat video standar yang mengandalkan *editing* tradisional seperti pemotongan klip, transisi, teks, dan musik, yang menyita waktu, tenaga, dan keahlian yang terbatas. 3) kompossi pencahayaan, sudut pengambilan gambar, estetika videografi, serta tampilan produksi secara keseluruhan belum sesuai dengan ekspektasi

profesional yang dapat menarik perhatian konsumen digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa banyak UMKM merasa mengalami kesulitan dalam produksi video yang berkualitas untuk pemasaran (Maria Rozd, 2022). Rendahnya kualitas visual dan durasi yang kurang tepat pada video pemasaran dapat mengurangi efektivitasnya dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jadi, tanpa intervensi yang memadai, usaha jamu di dusun Kiringan berisiko tertinggal dalam dinamika pemasaran digital yang semakin kompetitif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini menawarkan solusi berupa pelatihan pembuatan konten video pemasaran produk jamu dengan memanfaatkan teknologi AI pada Canva Pro. Pemilihan Canva Pro didasarkan pada pertimbangan bahwa *platform* tersebut menyediakan lingkungan pembuatan konten yang relatif mudah digunakan serta dilengkapi berbagai fitur berbasis AI yang dapat membantu proses pengembangan ide, desain, dan produksi konten visual. Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya diperkenalkan pada teknologi AI secara konseptual, tetapi juga diarahkan untuk mempraktikkan penggunaannya dalam menghasilkan video promosi produk jamu yang sesuai dengan karakteristik dan identitas lokal Dusun Kiringan. Kegiatan ini penting untuk aspek efektivitas, efisiensi, dan ekonomis. Dari sisi efektivitas, pemanfaatan AI berpotensi mempercepat proses produksi konten karena beberapa tahapan yang sebelumnya dilakukan secara manual dapat dibantu oleh fitur otomatisasi. Dari sisi efisiensi, peserta dapat menghasilkan konten dengan proses yang lebih sederhana tanpa memerlukan keterampilan *editing* yang terlalu kompleks. Sementara dari sisi ekonomis, kemampuan membuat konten secara mandiri berpotensi mengurangi ketergantungan terhadap jasa *editing* atau desain dari pihak eksternal. Dengan demikian, pemanfaatan AI tidak ditempatkan sekadar sebagai penggunaan teknologi baru, tetapi sebagai teknologi tepat guna yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pelaku usaha jamu dalam mengembangkan pemasaran digital.

Beberapa kegiatan pengabdian terdahulu yang menunjukkan potensi Canva berbasis AI dalam meningkatkan kemampuan produksi konten dan kompetensi pemasaran digital. Hendriyani et al. (2026) melalui kegiatan "Pelatihan Aplikasi Canva Berbasis AI untuk Peningkatan Kompetensi Digital Marketing bagi Siswa SMK Al Hidayah Cinere Depok Jurusan Bisnis Retail" berangkat dari kebutuhan peningkatan kompetensi pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan konten visual promosi. Melalui metode penyuluhan dan pelatihan, peserta mampu menghasilkan poster digital untuk promosi media sosial secara mandiri dan kreatif, sekaligus menunjukkan peningkatan produktivitas dan pemahaman terhadap teknologi pemasaran digital (Hendriyani et al., 2026). Sejalan dengan itu, Fanani et al. (2025) dalam "Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI dan Canva bagi Siswa SMK di Klaten untuk Meningkatkan Kompetensi Promosi Produk" menemukan bahwa peserta yang sebelumnya memiliki keterbatasan pemahaman mengenai strategi promosi berbasis AI dan Canva mengalami peningkatan skor evaluasi sebesar 45% setelah mengikuti pelatihan. Peserta juga mampu menghasilkan konten promosi yang lebih kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan target pasar (Fanani et al., 2025). Sementara itu, Pratiwi et al. (2026) melalui "Pelatihan Pemanfaatan Canva AI sebagai Media Pembelajaran Inovatif bagi Guru SMAN 11 Pontianak" menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung, penerapan

teknologi, pendampingan, dan evaluasi dapat meningkatkan pemahaman serta kepercayaan diri peserta dalam menggunakan Canva AI secara mandiri; seluruh peserta juga berhasil menghasilkan produk berbasis Canva AI yang siap digunakan. Temuan dari ketiga kegiatan tersebut menunjukkan bahwa Canva berbasis AI memiliki potensi sebagai media pelatihan yang aplikatif untuk meningkatkan kemampuan pengguna dalam menghasilkan konten digital. Namun, kegiatan-kegiatan tersebut masih berfokus pada siswa SMK dan guru, sedangkan pemanfaatan Canva berbasis AI untuk produksi video pemasaran produk jamu oleh pelaku usaha lokal belum menjadi fokus. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk mengadaptasi pemanfaatan teknologi tersebut pada konteks yang lebih spesifik, yaitu membantu penjual jamu di Dusun Kiringan menghasilkan konten video pemasaran yang lebih menarik, efisien, dan sesuai dengan identitas produk local (Windi Pratiwi et al., 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam pengabdian ini adalah “Bagaimana memberikan pelatihan pembuatan video dari produk jamu lokal dengan memanfaatkan AI pada Canva Pro sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan pemasaran?” Pelatihan dirancang agar penjual jamu dapat memahami konsep dasar pemanfaatan AI untuk pemasaran sekaligus mempraktikkan proses pembuatan konten video secara langsung. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman praktik kepada penjual jamu di Dusun Kiringan agar mampu memanfaatkan AI pada Canva Pro untuk menghasilkan video pemasaran secara lebih mandiri. Selain itu, kegiatan diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mengemas produk jamu melalui konten visual yang lebih menarik, informatif, dan memiliki tampilan yang lebih profesional. Manfaat yang diharapkan meliputi peningkatan kapasitas pemasaran digital, perluasan peluang jangkauan pasar, efisiensi proses produksi konten, serta penguatan daya saing produk jamu lokal dalam menghadapi perkembangan pemasaran digital. Berikut ini Lokasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

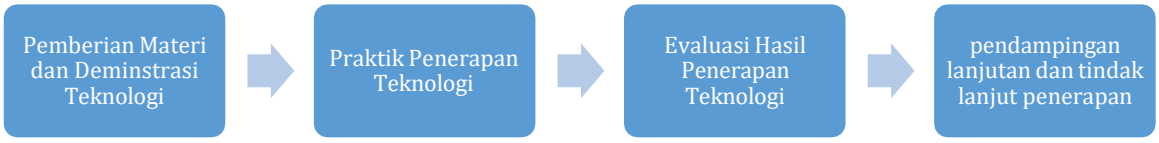


Gambar 1. Balai Warga Dusun Kiringan, Sanden, Bantul.

METODE

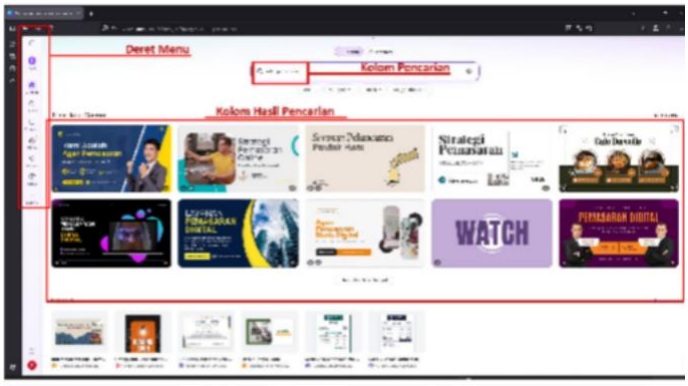
Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode Penggunaan Teknologi Tepat Guna (TTG), yakni metode yang berfokus pada penerapan dan pemanfaatan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan masyarakat setempat (Muhammad Farid A. & Tim VOI, 2025; TeknikMesin Unesa, 2024). Saat ini teknologi tepat guna merujuk pada pemanfaatan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari (Aji Pranoto et al., 2025). Dalam konteks kegiatan ini, teknologi yang dimaksud adalah pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* pada *platform* Canva Pro untuk pembuatan konten video pemasaran produk jamu di Dusun Kiringan. Metode TTG dipilih karena bersifat aplikatif, praktis, dan dapat langsung diterapkan oleh masyarakat, tanpa memerlukan infrastruktur atau keahlian teknis yang terlalu kompleks. Melalui metode ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal untuk mengoptimalkan teknologi dalam menunjang pemasaran produk mereka secara efektif dan berkelanjutan.

Metode TTG memiliki beberapa tahapan seperti pada diagram berikut ini.



Gambar 2. Tahapan Pengabdian dengan Metode TTG

Tahap pemberian materi dan demonstrasi teknologi, menjadi pengantar dan pemberian pemahaman awal mengenai penggunaan Canva Pro serta fitur AI di dalamnya. Pada tahap ini, tim pengabdian sebagai narasumber memberikan penjelasan mengenai konsep dasar pemasaran digital, potensi pemanfaatan AI dalam pembuatan konten kreatif, dan contoh nyata penerapan video produk yang menarik dan profesional. Selain teori, pemateri juga melakukan demonstrasi langsung tentang cara membuat video dari awal hingga akhir menggunakan Canva Pro, mulai dari pengambilan ide, pemilihan template, hingga proses *rendering*. Peserta diperkenalkan pada fitur *Magic Media*, *Text to Image*, *Magic Resize*, dan *Brand Kit* untuk memperkuat identitas visual produk jamu. Berikut ini salah satu slide materi pengenalan Canva untuk peserta.



Gambar 3. Slide Pengenalan Fitur Canva Secara Umum

Tahap selanjutnya adalah praktik penerapan teknologi. Pada tahap ini, peserta secara langsung mencoba membuat video pemasaran produk jamu mereka menggunakan Canva Pro di perangkat masing-masing. Proses praktik ini memungkinkan peserta memahami perbedaan antara pembuatan video manual dan berbasis AI, terutama dalam hal efisiensi waktu dan hasil visual yang dihasilkan. Tim pengabdian mendorong peserta untuk menyesuaikan tampilan video dengan karakter produk mereka. Kegiatan ini juga menjadi sarana eksplorasi ide, di mana peserta dapat bereksperimen dengan berbagai format video yang sesuai dengan kebutuhan pasar digital.

Tahap ketiga adalah evaluasi hasil penerapan teknologi, yang dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan serta kualitas hasil video yang dihasilkan peserta. Evaluasi ini mencakup dua aspek antara lain,

1. Evaluasi produk meliputi kualitas visual, keterbacaan pesan, kesesuaian musik, dan daya tarik video terhadap calon konsumen.
2. Evaluasi proses, yaitu tingkat partisipasi peserta, kemudahan penggunaan teknologi AI, dan pemahaman terhadap prinsip dasar pemasaran digital. Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan dasar untuk memperbaiki dan mengoptimalkan pelatihan serupa di masa mendatang.

Tahap keempat adalah pendampingan lanjutan dan tindak lanjut penerapan. Tahap ini penting dalam pendekatan TTG karena memastikan bahwa teknologi yang telah diperkenalkan benar-benar dapat dimanfaatkan secara mandiri oleh masyarakat. Setelah kegiatan pelatihan berakhir, tim pengabdi tetap membuka komunikasi dan memberikan panduan lanjutan, misalnya melalui grup WhatsApp atau pertemuan daring singkat, untuk memantau progres peserta dalam menerapkan keterampilan baru mereka. Pendampingan ini juga mencakup dorongan bagi peserta untuk mulai mempublikasikan video mereka di platform media sosial, sebagai langkah awal memperluas pasar. Dengan cara ini, hasil pengabdian tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi berlanjut menjadi kegiatan produktif yang berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, evaluasi pascapelatihan ini membantu mengukur sejauh mana penggunaan teknologi Canva Pro berbasis AI menjadi solusi yang efektif dan berkelanjutan bagi usaha jamu di Dusun Kiringan.

HASIL

Berikut ini hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim pengabdian.

1. Persiapan dan Koordinasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tim lakukan diawali dengan tahapan koordinasi yang dilakukan secara intensif antara tim pengabdian dari Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta dan pengurus Desa Wisata Jamu Kiringan. Tahap koordinasi ini merupakan langkah awal yang strategis untuk menyamakan persepsi antara pihak perguruan tinggi dan pengelola desa terkait tujuan kegiatan, sasaran program, serta penentuan waktu dan lokasi pelaksanaan pelatihan. Selain itu, koordinasi juga berfungsi sebagai sarana untuk mengidentifikasi kebutuhan dan kondisi masyarakat setempat, sehingga materi pelatihan yang disusun dapat relevan, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik peserta. Keterlibatan pihak desa sejak tahap perencanaan diharapkan dapat mendorong dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan serta meningkatkan partisipasi aktif masyarakat yang menjadi sasaran pengabdian. Dengan demikian, kegiatan pelatihan dapat berjalan secara efektif dan memberikan manfaat yang optimal bagi pengembangan Desa Wisata Jamu Kiringan. Berikut ini disajikan salah satu dokumentasi kegiatan koordinasi persiapan pelatihan.



Gambar 4. Koordinasi Antara Ketua Tim (Tengah, Memakai Batik) dan Tim Pengabdian

Persiapan kegiatan pelatihan telah dimulai sekitar dua minggu sebelum pelaksanaan melalui survei langsung ke lokasi guna mengidentifikasi kondisi fasilitas serta kebutuhan perangkat pendukung pelatihan. Tim pengabdian menyusun modul pelatihan secara khusus dengan mempertimbangkan keberagaman latar belakang pendidikan dan pengalaman peserta, sehingga materi dirancang dalam bentuk kombinasi antara teori dasar desain dan praktik penggunaan Canva. Selain modul cetak, media ajar digital turut dipersiapkan untuk mendukung proses pembelajaran yang lebih interaktif dan mudah dipahami. Pendaftaran peserta dilakukan secara manual melalui ketua pemuda dusun sebagai penyesuaian terhadap kondisi desa yang belum sepenuhnya berbasis digital. Selanjutnya, tim pengabdian menyiapkan berbagai kelengkapan administrasi dan pendukung kegiatan, seperti daftar hadir, lembar evaluasi, dokumentasi peserta, serta materi pelatihan berupa file presentasi, template desain Canva, dan video tutorial. Setiap peserta juga difasilitasi dengan lembar kerja dan akun

Canva untuk latihan, sementara penerapan protokol kehadiran digunakan sebagai indikator partisipasi dan keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung.

2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada 23–24 November 2024 di Komplek Balai Warga Dusun Kiringan, Sanden, Bantul, seperti ditunjukkan pada gambar di bawah ini. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan pengantar pengabdian, dilanjutkan dengan pengenalan Canva dan teknologi AI untuk pembuatan konten video pemasaran. Materi yang disampaikan mencakup konsep pemasaran digital, pentingnya konten visual, serta pemanfaatan fitur AI pada Canva Pro. Penyampaian materi dilakukan secara bertahap dan disesuaikan dengan latar belakang peserta sebagai pelaku usaha jamu tradisional.



Gambar 5. Penyampaian Materi oleh Pemateri

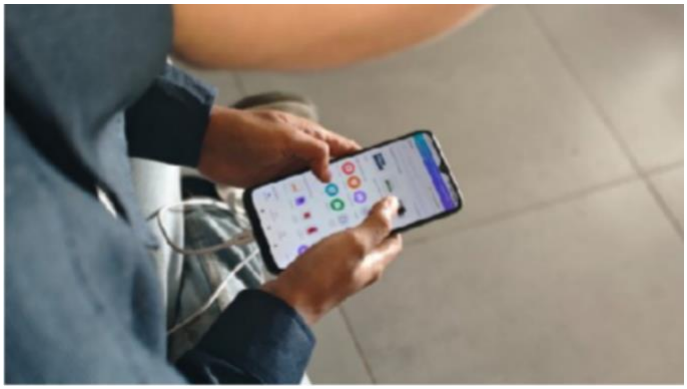
3. Pengenalan Teknologi AI

Pada sesi ini, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar AI, peranannya dalam industri kreatif, serta pemanfaatannya dalam pembuatan konten digital, khususnya konten visual dan video. Pemaparan dilakukan secara sederhana dan aplikatif agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang non-teknologi. Selain menjelaskan konsep, pemateri juga menampilkan contoh pemanfaatan AI dalam proses desain, pengolahan visual, dan otomatisasi pembuatan konten pemasaran. Melalui sesi ini, peserta diharapkan memperoleh pemahaman awal mengenai potensi AI sebagai teknologi yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas promosi produk secara digital. Berikut ini dokumentasi kegiatan sebagai Gambaran pelaksanaan pengenalan Teknologi AI.



Gambar 6. Pemberian Materi Terkait AI pada Peserta

Pengenalan teknologi AI kemudian difokuskan pada penerapannya dalam pemasaran produk jamu sebagai komoditas lokal unggulan Dusun Kiringan. Peserta diarahkan untuk memahami bagaimana AI dapat dimanfaatkan dalam pembuatan konten promosi jamu yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan tren pemasaran digital saat ini. Pemateri menjelaskan strategi pengemasan visual produk jamu agar tetap menonjolkan nilai tradisional dan alami, namun dikemas dengan tampilan modern melalui konten video berbasis AI. Selain itu, diperkenalkan pula pemanfaatan platform Canva Pro sebagai alat yang mudah diakses untuk menghasilkan konten promosi jamu secara cepat dan profesional. Dengan pendekatan ini, peserta diharapkan mampu melihat peluang penggunaan AI tidak hanya sebagai teknologi baru, tetapi juga sebagai sarana pendukung peningkatan daya saing produk jamu di pasar yang lebih luas. Berikut ini dokumentasi salah satu peserta yang sedang mencoba fitur pada pada aplikasi Canva.



Gambar 7. Salah Satu Peserta Mencoba Menggunakan Aplikasi Canva

4. Praktik Pembuatan Video Jamu

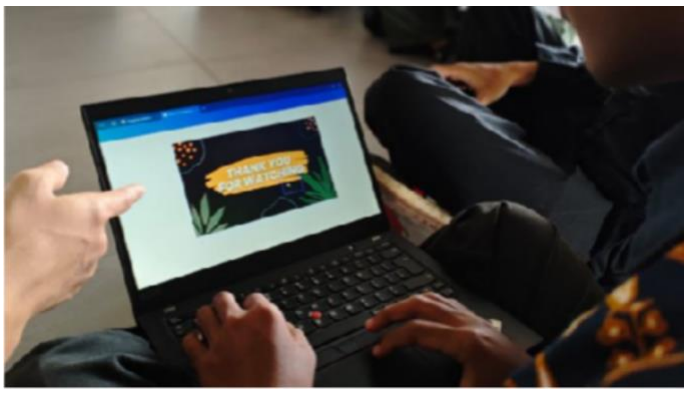
Setelah sesi pemberian materi, peserta mengikuti kegiatan praktik pembuatan video pemasaran produk jamu menggunakan Canva Pro berbasis AI. Praktik ini bertujuan untuk

mengukur kemampuan peserta dalam menerapkan teknologi yang telah diperkenalkan serta menghasilkan konten video pemasaran yang layak digunakan. Berikut ini tabel aspek penilaian sebagai pengukuran kemampuan peserta.

Tabel 1. Tabel Aspek Penilaian

No	Aspek Penilaian	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1	Metode pembuatan video	Manual (editing dasar)	Berbasis AI di Canva Pro
2	Kualitas visual	Sederhana, kurang konsisten	Lebih rapi dan menarik
3	Komposisi pencahayaan	Kurang optimal	Lebih seimbang dan jelas
4	Penyampaian pesan produk	Kurang terstruktur	Lebih informatif dan fokus
5	Waktu produksi	Relatif lama	Lebih singkat dan efisien
6	Tingkat kemandirian	Bergantung bantuan	Lebih mandiri

Berdasarkan tabel di atas, terlihat adanya peningkatan yang signifikan dalam proses dan hasil pembuatan video pemasaran setelah peserta mengikuti pelatihan. Penggunaan fitur AI pada Canva Pro membantu peserta menghasilkan video dengan kualitas visual yang lebih baik, struktur pesan yang lebih jelas, serta waktu produksi yang lebih efisien. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kemandirian dalam mengelola konten video tanpa ketergantungan penuh pada pendamping. Berikut ini dokumentasi kegiatan pelaksanaan praktik pembuatan video oleh peserta.



Gambar 8. Salah Satu Peserta Sedang Mencoba Membuat Video

Sebagai bagian dari evaluasi hasil pelatihan, peserta diminta untuk menghasilkan karya konten promosi berupa desain grafis dan konten visual yang merepresentasikan produk serta potensi lokal Desa Wisata Jamu Kiringan. Karya yang dihasilkan mencerminkan tingkat pemahaman peserta terhadap materi pelatihan, kemampuan teknis dalam memanfaatkan fitur Canva Pro berbasis kecerdasan buatan, serta kreativitas dalam mengemas produk jamu agar

lebih menarik dan bernilai jual. Melalui tugas ini, peserta juga didorong untuk mengintegrasikan unsur tradisional jamu dengan pendekatan visual yang modern dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital. Tabel berikut menyajikan identitas peserta pelatihan beserta jenis karya dan tema promosi jamu yang diangkat dalam hasil desain mereka.

Tabel 2. Tabel Karya Peserta Pelatihan

No	Nama Peserta	Usia	Pendidikan	Jenis Karya	Tema Karya
1	Anisa Rahmawati	15	SMP	Poster	Workshop Jamu Tradisional
2	Rizki Hidayat	17	SMA	Brosur	Produk Jamu Rempah
3	Nabila Khairunnisa	20	Mahasiswa	Poster + Feed IG	Desa Sehat dan Sejahtera
4	Salma Zahra	14	SMP	Poster	Pelatihan Jamu Sehat untuk Anak
5	Ahmad Zulfikar	16	SMA	Poster	Edukasi Rempah Nusantara
6	Dinda Maulidya	18	Mahasiswa	Feed Media Sosial	Minuman Kesehatan Khas Kiringan
7	Luthfi Abdul Aziz	21	Mahasiswa	Brosur + Poster	Wisata Meracik Jamu
8	Faruh Nur Aini	19	Mahasiswa	Poster	Rempah Herbal Desa
9	Yusuf Ramadhan	22	Mahasiswa	Feed Instagram	Kuliner Tradisional Sehat
10	Bima Prasetya	20	Mahasiswa	Brosur	Branding Produk Jamu UMKM
11	Khairul Anwar	17	SMA	Poster	Edukasi Hidup Sehat Ala Desa

5. Persepsi Peserta dan Evaluasi Kegiatan

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki persepsi positif terhadap kegiatan pelatihan. Peserta menilai bahwa penggunaan AI pada Canva Pro sangat membantu dalam pembuatan video pemasaran yang lebih menarik dan profesional. Pelatihan ini dianggap relevan dan bermanfaat bagi pengembangan usaha jamu yang mereka jalani. Beberapa peserta menyampaikan bahwa waktu pelatihan masih terbatas, namun secara umum kegiatan ini memberikan pengalaman dan pengetahuan baru yang aplikatif. Berikut ini adalah tabel persepsi peserta pelatihan terhadap kegiatan ini.

Tabel 3. Tabel Persepsi Peserta Pelatihan Terhadap Pelatihan

No	Pernyataan	Jumlah Respon

		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Materi mudah dipahami	2	9	0	0
2	AI di Canva Pro membantu pembuatan video	0	11	0	0
3	Pelatihan bermanfaat untuk usaha jamu	4	7	0	0
4	Waktu pelatihan sudah mencukupi	1	7	3	0
5	Ingin pelatihan lanjutan	1	10	0	0

Beberapa kendala yang ditemukan meliputi perbedaan kemampuan awal peserta dalam penggunaan teknologi digital, keterbatasan perangkat dan koneksi internet, waktu praktik yang relatif singkat untuk eksplorasi lebih lanjut.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengadian termasuk di dalamnya adalah respon peserta. Berikut ini pembahasan dari hasil temuan selama pelaksanaan.

1. Relevansi Kegiatan Pengabdian dengan Permasalahan Mitra

Melalui pelatihan pembuatan konten pemasaran berbasis AI menggunakan Canva Pro, kegiatan pengabdian ini secara langsung menjawab kebutuhan mitra dengan menawarkan solusi yang kontekstual dan aplikatif. Pemanfaatan teknologi AI dalam pembuatan konten tidak hanya relevan dengan perkembangan tren pemasaran digital, tetapi juga sesuai dengan karakteristik masyarakat sasaran yang membutuhkan teknologi sederhana, mudah dipelajari, dan dapat langsung diterapkan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak sekadar bersifat transfer pengetahuan, tetapi juga menjadi upaya strategis untuk meningkatkan daya saing produk jamu lokal melalui pendekatan pemasaran yang lebih modern dan adaptif.

2. Efektivitas Metode Teknologi Tepat Guna dalam Pelatihan

Pendekatan Teknologi Tepat Guna (TTG) yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini terbukti efktif dalam mendukung proses pembelajaran peserta. Pemilihan Canva Pro yang dilengkapi fitur AI merupakan bentuk penerapan teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat, karena tidak memerlukan perangkat khusus maupun keahlian teknis yang kompleks. Tahapan kegiatan yang diawali dengan koordinasi, persiapan matang, pemberian materi,

praktik langsung, hingga evaluasi, menunjukkan bahwa metode TTG mampu menciptakan proses pelatihan yang sistematis dan mudah diikuti oleh peserta dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Peserta tidak hanya berperan sebagai penerima materi, tetapi juga aktif dalam praktik dan diskusi, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih bermakna. Pelibatan masyarakat sejak tahap perencanaan turut memperkuat rasa memiliki terhadap kegiatan pengabdian, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan pelaksanaan program dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

3. Dampak Pengenalan AI terhadap Kemampuan Produksi Konten Peserta

Hasil praktik peserta menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam kemampuan produksi konten pemasaran setelah mengikuti pelatihan. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta masih membuat konten secara manual dengan keterbatasan pada aspek visual, komposisi, dan efisiensi waktu. Setelah dikenalkan dengan fitur AI pada Canva Pro, peserta mampu menghasilkan konten video dan visual pemasaran yang lebih terstruktur, menarik, serta memiliki pesan promosi yang lebih jelas dan konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi AI berperan sebagai alat bantu yang efektif dalam meningkatkan kualitas konten tanpa menghilangkan unsur kreativitas peserta.

Selain peningkatan kualitas visual, penggunaan AI juga berdampak pada efisiensi proses produksi konten. Peserta dapat menyelesaikan pembuatan satu konten dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan metode sebelumnya, sehingga memungkinkan frekuensi promosi yang lebih tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan AI dalam pemasaran UMKM tidak hanya meningkatkan kualitas output, tetapi juga memberikan keuntungan dari sisi efektivitas dan efisiensi, yang sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha skala kecil dengan keterbatasan sumber daya.

4. Kreativitas Peserta dalam Mengangkat Identitas Lokal Jamu

Karya yang dihasilkan peserta selama pelatihan menunjukkan kemampuan dalam mengintegrasikan nilai-nilai lokal jamu tradisional dengan pendekatan visual yang lebih modern. Tema-tema yang diangkat, seperti khasiat jamu, proses peracikan tradisional, serta identitas Desa Wisata Jamu Kiringan, mencerminkan pemahaman peserta terhadap pentingnya storytelling dalam pemasaran produk lokal. Penggunaan elemen visual yang relevan, pemilihan warna yang selaras, serta narasi yang sederhana namun komunikatif menunjukkan adanya peningkatan kesadaran peserta terhadap konsep branding produk.

Kemampuan peserta dalam mengemas identitas lokal ke dalam konten digital juga menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi turut mendorong kreativitas dan pemahaman konseptual peserta. Hal ini penting karena keberhasilan pemasaran produk lokal tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyampaikan nilai dan keunikan produk kepada konsumen. Dengan

demikian, pelatihan ini berkontribusi pada penguatan citra jamu sebagai produk tradisional yang relevan dengan pasar modern.

5. Persepsi Peserta, Kendala, dan Potensi Keberlanjutan

Berdasarkan hasil evaluasi dan persepsi peserta, mayoritas peserta memberikan respons positif terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Peserta menilai materi yang disampaikan mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan, serta bermanfaat untuk mendukung kegiatan pemasaran produk jamu. Peserta merasakan pulan AI di Canva Pro bermanfaat untuk pengembangan pemasaran digital, khususnya membantu dalam pembuatan video promosi. Persepsi positif ini menunjukkan adanya penerimaan yang baik terhadap teknologi AI sebagai bagian dari strategi pemasaran, sekaligus membuka peluang bagi penerapan teknologi serupa di masa mendatang.

Di sisi waktu pelatihan, Sebagian besar peserta merasa waktu yang diberikan telah cukup, namun beberapa peserta menganggap bahwa waktu yang diberikan masih kurang, sehingga perlu dilakukan penambahan waktu. Di sisi rencana pelatihan lanjutan, peserta antusia dan menyambut baik untuk diadakan pelatihan lanjutan.

Namun demikian, kegiatan ini juga menghadapi beberapa kendala, seperti perbedaan tingkat literasi digital peserta, keterbatasan perangkat, serta waktu pelatihan yang relatif singkat. Kendala tersebut menunjukkan bahwa meskipun pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan dasar peserta, diperlukan pendampingan lanjutan agar dampak pengabdian dapat berkelanjutan. Dengan adanya dukungan berkelanjutan dari pihak akademisi dan pemangku kepentingan desa, pemanfaatan teknologi AI dalam pemasaran produk jamu diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan AI pada Canva Pro berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada peserta dalam menghasilkan konten pemasaran produk jamu yang lebih menarik, terstruktur, efisien, dan sesuai dengan perkembangan pemasaran digital. Pendekatan Teknologi Tepat Guna memungkinkan teknologi diterapkan secara sederhana dan sesuai dengan kemampuan peserta, sekaligus mendorong kreativitas dalam mengemas identitas lokal jamu dengan tampilan yang lebih modern. Respons peserta yang positif dan tingginya minat terhadap pelatihan lanjutan menunjukkan bahwa teknologi AI dapat diterima sebagai sarana pendukung pemasaran. Meskipun masih terdapat kendala berupa perbedaan literasi digital, keterbatasan perangkat, koneksi internet, dan waktu praktik, kegiatan ini memiliki potensi untuk dilanjutkan melalui pendampingan dan pengembangan konten secara berkelanjutan guna memperkuat pemasaran serta daya saing produk jamu Dusun Kiringa

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada Pimpinan dan Direktur LP3M yang telah memfasilitasi aktivitas pengabdian kepada masyarakat ini. Kami ucapkan terima kasih pula kepada Anggota Tim Pengabdian baik dari dosen maupun mahasiswa, Kepala Dukuh Kiringan dan jajarannya serta peserta pelatihan atas kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

Aji Pranoto, I Gusti Gde Badrawada, Muhammad Sholeh, Suparni Setyowati Rahayu, Eko Sugiarto, & Idham Wahyudi. (2025). Penerapan Teknologi Tepat Guna untuk Mendukung Desa Wisata Berkelanjutan di Kalurahan Madurejo, Sleman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan Volume 4 Nomor 1 (Juli 2025 - September 2025)* , *4*(1), 4714–4719.

Canva. (2020). *AI is Supercharging Work and Creativity*. Canva. https://www.canva.com/marketing-ai-report/2023/?utm_source=chatgpt.com

Dipa. (2024). *Sekilas Dusun Kiringan*. Desa Wisata Jamu Kiringan. https://www.desawisatajamukiringan.com/p/sejarah.html

Fanani, G., Rifaldi, D., & Tristanti, N. (2025). Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI dan Canva bagi Siswa SMK di Klaten untuk Meningkatkan Kompetensi Promosi Produk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PEMAS)*, *2*(2), 101–109. https://doi.org/10.63866/pemas.v2i2.97

Hendriyani, M., Rustam Herosuma, A., Putri, L., Maryam, S., Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITB Swadharma, P., Teknik Elektro Fakultas Teknologi ITB Swadharma, P., Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITB Swadharma, P., & Hendriyani, M. (2026). PELATIHAN APLIKASI CANVA BERBASIS AI UNTUK PENINGKATAN KOMPETENSI DIGITAL MARKETING BAGI SISWA SMK AL HIDAYAH CINERE DEPOK JURUSAN BISNIS RETAIL. *SWADIMAS*, *4*(1), 93–98.
https://ejurnal.swadharma.ac.id/index.php/swadimas/article/view/1217

Maria Rozd. (2022). *[Study] Video Marketing for Small Business: Challenges & Best Practices*.
Wave.Video. https://wave.video/blog/video-marketing-for-small-business-study/

Muhammad Farid A., & Tim VOI. (2025, October 9). *Teknologi Tepat Guna: Pengertian, Kriteria, dan Contohnya*. Voi.Id. https://voi.id/teknologi/522168/teknologi-tepat-guna

PepesIkan. (2025). *Desa Wisata Dusun Kiringan*. Peta Potensi Kabupaten Bantul. https://petapotensi.bantulkab.go.id/potensi-detail/desa-wisata-jamu-kiringan

TeknikMesin Unesa. (2024, November 29). *Teknologi Tepat Guna: Solusi Inovatif untuk Kebutuhan Masyarakat*. Teknik Mesin Unesa. https://mesin.ft.unesa.ac.id/post/teknologi-tepat-guna-solusi-inovatif-untuk-kebutuhan-masyarakat

Windi Pratiwi, Aisyah, & Cezy Lola Kaliza. (2026). Pelatihan Pemanfaatan Canva AI Sebagai Media Pembelajaran Inovatif Bagi Guru SMAN 11 Pontianak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, *7*(2), 4249–4254.
https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/9265/5289