

## **SOSIALISASI PENGGUNAAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PROMOSI KESEHATAN DI RSIA DR. HJ. KARMINI KOTA TASIKMALAYA**

**Tony Prabowo<sup>1\*</sup>**, Fadil Ahmad Junaedi<sup>2</sup>, Randy Hermawan<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Bakti Tunas Husada

\*Korespondensi: [tonyprabowo@universitas-bth.ac.id](mailto:tonyprabowo@universitas-bth.ac.id)

### **ABSTRACT**

*In this continuously evolving digital age, digital media has become an efficient way to disseminate information to the public. One of the highly renowned platforms for graphic design is Canva. Canva is a platform that enables individuals to create visually appealing and professional designs without requiring complex design skills. In healthcare services, Canva can be utilized as a tool to develop health promotion materials in hospitals that are both attractive and easily understandable, such as posters, flyers, brochures, and infographics, thus conveying important health messages to patients and the general public. The objectives of this socialization are to explain the concepts that can be employed in health promotion, introduce the use of the Canva application in health promotion, and determine the social media platforms that will be utilized as a means of health promotion. The adopted method involves delivering lectures and organizing discussions on enhancing knowledge in health promotion within the hospital environment. Therefore, the utilization of digital media and social media platforms like Facebook, Instagram, and TikTok by RSIA dr. Hj. Karmini as a health promotion effort can be an effective strategy in improving the community's overall well-being.*

**Keywords:** *Canva, Social Media, Promotion, And Socialization*

### **ABSTRAK**

Era digital yang terus berkembang seperti sekarang, penggunaan media digital menjadi cara yang efisien untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Salah satu platform yang amat terkenal dalam pembuatan desain grafis adalah *Canva*. *Canva* adalah sebuah platform yang memungkinkan individu untuk membuat desain visual yang menarik dan profesional tanpa perlu memiliki keahlian desain yang kompleks. Dalam konteks pelayanan kesehatan, *Canva* dapat digunakan sebagai alat untuk menciptakan materi promosi kesehatan di rumah sakit yang menarik dan mudah dimengerti, seperti pembuatan poster, pamflet, brosur, serta infografis; sehingga dapat menyampaikan pesan-pesan penting mengenai kesehatan kepada pasien dan masyarakat umum. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk menjelaskan konsep yang bisa digunakan dalam promosi kesehatan, memperkenalkan penggunaan aplikasi *Canva* dalam promosi kesehatan, dan menetapkan platform media sosial yang akan digunakan sebagai sarana promosi kesehatan. Metode yang diadopsi adalah dengan memberikan ceramah dan mengadakan diskusi mengenai peningkatan pengetahuan dalam promosi kesehatan di lingkungan rumah sakit. Simpulannya yaitu pemanfaatan media digital dan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok* oleh RSIA dr. Hj. Karmini sebagai upaya promosi kesehatan dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

**Kata Kunci:** *Canva, Media Sosial, Promosi, dan Sosialisasi*

### **PENDAHULUAN**

Promosi kesehatan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya kesehatan dan pencegahan penyakit. Tempat yang strategis untuk melakukan promosi kesehatan salah satunya yaitu rumah sakit. Rumah sakit merupakan fasilitas pelayanan kesehatan yang memberikan layanan kesehatan kepada individu secara menyeluruh melalui promotif, preventif, kuratif, rehabilitatif, dan/atau paliatif, serta menyediakan rawat inap, rawat jalan, dan layanan rawat darurat (UU RI No. 17 tentang Kesehatan, 2023). Rumah sakit seringkali menjadi pusat pelayanan kesehatan yang melayani berbagai macam pasien, baik yang sedang sakit maupun yang datang untuk pemeriksaan rutin.

Penyelenggaraan promosi kesehatan rumah sakit dilakukan dalam lima tingkat pencegahan antara lain promosi kesehatan pada kelompok masyarakat yang sehat agar mereka lebih sehat, promosi kesehatan pada tingkat *preventif* untuk melindungi kelompok berisiko tinggi agar tidak jatuh sakit (proteksi khusus), promosi kesehatan pada tingkat *kuratif* untuk memastikan pasien cepat sembuh atau tidak menjadi lebih parah (diagnosis dini dan perawatan cepat), dan promosi kesehatan pada tingkat *rehabilitatif* untuk memastikan bahwa mereka dapat mempertahankan kesehatannya (Permenkes RI No. 44 Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit, 2018). Tahapan dari promosi kesehatan rumah sakit antara lain menentukan tujuan dan sasaran, menentukan materi, menentukan metode yang didasarkan pada tujuan dan sasaran, menentukan media untuk menyusun rencana evaluasi, dan menetapkan jadwal pelaksanaan.

Rumah sakit harus memiliki standar untuk promosi kesehatan yang disampaikan asesmennya oleh pasien, keluarga pasien, sumber daya manusia rumah sakit, pengunjung, dan masyarakat sekitar rumah sakit. Sumber daya yang optimal dan profesional harus ada yang melakukan promosi kesehatan di rumah sakit. Upaya tersebut ditentukan dalam sebuah unit kerja promosi kesehatan rumah sakit yang telah ditetapkan oleh Kepala atau Direktur Rumah Sakit yang memiliki tugas untuk melaksanakan perencanaan, advokasi, sosialisasi kebijakan promosi kesehatan rumah sakit, komunikasi, informasi, edukasi dan pemberdayaan masyarakat bidang kesehatan sehingga dapat mengembangkan media promosi kesehatan (Permenkes RI Pasal 8 Manajemen Promosi Kesehatan Rumah Sakit, 2018).

Tenaga kerja yang diperlukan dalam pelaksanaan promosi kesehatan adalah individu yang terampil dalam bidang tersebut, termasuk media komunikasi, serta fasilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan (Gaol, 2018). Pemanfaatan media sosial dapat berperan dalam mempromosikan keberadaan rumah sakit (Maritska et al., 2023). Rumah sakit dapat memanfaatkan *platform*, seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok* untuk meningkatkan *eksposure* dan memperkenalkan layanan-layanan terbaru rumah sakit. Era digital yang terus berkembang seperti sekarang ini, penggunaan media digital telah menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat (Indika & Jovita, 2017). Seleksi media promosi yang sesuai untuk kegiatan promosi kesehatan memiliki peran penting dalam memastikan materi promosi kesehatan diterima dengan baik oleh target *audiens* (Ardian, 2014).

*Canva* merupakan sebuah aplikasi yang sangat terkenal dalam pembuatan desain grafis, saat ini telah mencapai lebih dari 135 juta pengguna aktif bulanan dari 190 negara, termasuk Indonesia. Pada akhir bulan Oktober 2022, jumlah pengguna aktif aplikasi ini telah melampaui 100 juta, mendapat popularitas besar di kalangan desainer dan pemasar aplikasi lainnya (Wulandari et al., 2021). *Canva* adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk membuat desain visual yang menarik dan profesional tanpa memerlukan keahlian desain yang rumit. Pada konteks rumah sakit, *Canva* dapat digunakan sebagai alat untuk menciptakan materi promosi kesehatan yang menarik dan mudah dipahami. Penggunaan media promosi menggunakan aplikasi *Canva*, rumah sakit dapat membuat poster, flyer, brosur, infografis, sehingga dapat menyampaikan pesan-pesan penting mengenai kesehatan kepada pasien masyarakat (Prasanti & Ikhsan Fuad, 2018). Manajemen rumah sakit harus berusaha untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan di rumah sakit (Pengaruh et al., 2016). Harus ada pendekatan yang dapat dioptimalkan untuk media dan sumber daya rumah sakit. Media sosial sekarang menjadi pilihan populer untuk komunikasi dan promosi (Kurniawan, 2017). Kegiatan sosialisasi diperlukan untuk mempromosikan kesehatan penggunaan *Canva* sebagai media promosi kesehatan rumah sakit di RSIA dr. Hj. Karmini karena kurangnya inovasi promosi dan belum memanfaatkan strategi pemasaran, sehingga akan kehilangan daya tarik terhadap pasar. Tim pengabdian masyarakat merasa tertarik untuk mengadakan kegiatan

pengabdian masyarakat dengan topik “Sosialisasi Penggunaan Aplikasi *Canva* sebagai Media Promosi Kesehatan di RSIA Dr. HJ. Karmini Kota Tasikmalaya”.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan melalui serangkaian langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dijalankan dalam tahapan berikut ini :

#### 1. Tahapan Persiapan

- a. Dimulai dengan mengatur tim dan meminta izin kepada direktur. Rumah sakit berkaitan dengan kegiatan yang akan dilakukan. Selanjutnya, menentukan kebutuhan materi sosialisasi. Pemaparan sosialisasi disepakati tentang peningkatan promosi kesehatan di RSIA dr Karmini, E.H.
- b. Membuat presentasi *PowerPoint* untuk dibagikan. Tim ini terdiri dari tiga orang dosen dan 6 mahasiswa Prodi S1 Administrasi Rumah Sakit.

#### 2. Tahapan Sosialisasi

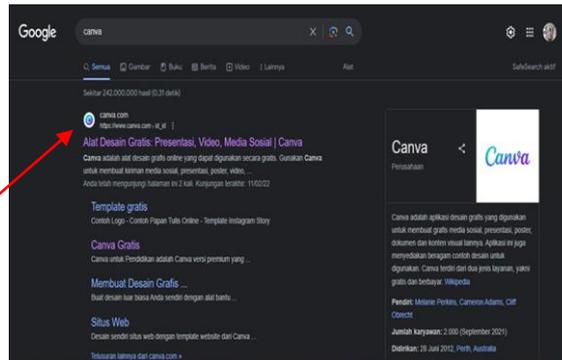
- a. Kegiatan sosialisasi dihadiri oleh peserta sebanyak 16 orang, kegiatan diawali dengan sambutan dari Manajer Yanmed dan penjelasan Ketua Prodi S1 Administrasi Rumah Sakit dan Dosen terkait dilanjutkan dengan materi kegiatan yang akan dilaksanakan. Materi disampaikan kepada peserta tentang pemanfaatan aplikasi *Canva* sebagai alat promosi di RSIA dr. Karmini, E.H melalui presentasi *PowerPoint*, diikuti dengan sesi tanya jawab dan diskusi mengenai materi yang telah dipresentasikan. Respons yang diperoleh menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi dari peserta, sebagaimana tercermin dari banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi diskusi. Materi yang diberikan tentang aplikasi *Canva* dimulai dari pengenalan dan pembuatan akun *Canva* lihat gambar 1.



**Gambar 1.** Penjelasan Materi *Canva* kepada Peserta

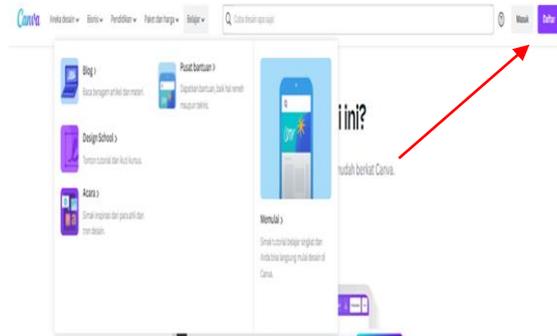
Cara penggunaan dalam membuat akun *canva* :

- a) Buka Situs *Canva*: Akses situs resmi *Canva* di <https://www.canva.com/> menggunakan peramban web (*browser*) favorit anda dapat dilihat pada gambar 2



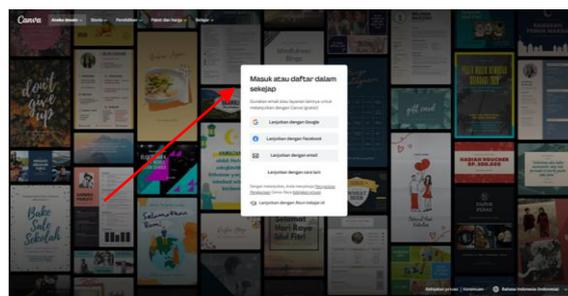
Gambar 2. [www.canva.com](http://www.canva.com)

- b) Pilih opsi mendaftar: Setelah membuka situs *Canva*, klik tombol "Mendaftar" yang biasanya terletak di pojok kanan atas halaman utama dapat dilihat pada gambar 3



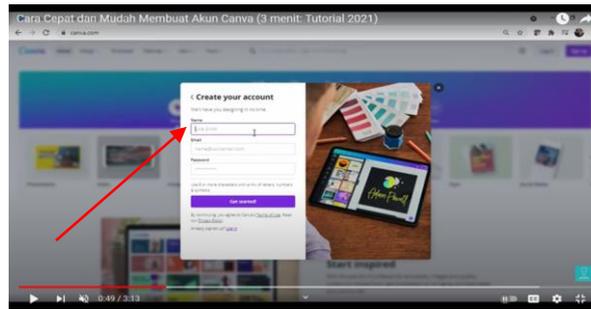
Gambar 3. Opsi Mendaftar *Canva*

- c) Pilih cara mendaftar: Anda akan disediakan beberapa pilihan untuk registrasi, antara lain melalui alamat *e-mail*, akun *Google*, atau akun *Facebook*. Silakan pilih opsi sesuai dengan preferensi Anda. Apabila Anda memilih menggunakan email, silakan masukkan alamat email yang valid dan buatlah kata sandi, seperti yang ditunjukkan dalam gambar 4.



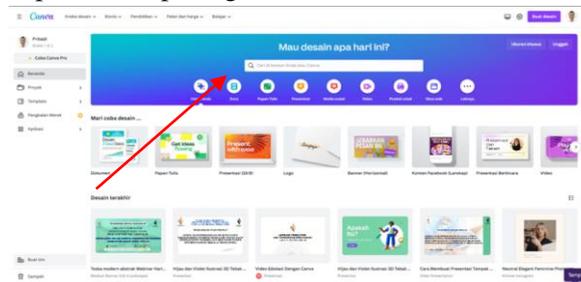
Gambar 4. Mendaftar Menggunakan Akun

- d) Verifikasi *E-mail* (jika diperlukan): Apabila Anda melakukan pendaftaran dengan menggunakan alamat sebuah *e-mail*, Anda mungkin akan diminta untuk memverifikasi *e-mail* Anda dengan mengklik tautan verifikasi yang dikirimkan oleh *Canva* ke alamat *e-mail* yang Anda daftarkan dapat dilihat pada gambar 5.



**Gambar 5.** Verifikasi Akun

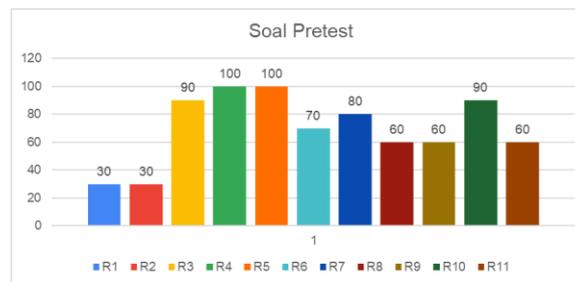
- e) Lengkapi Profil: Setelah mendaftar, Anda akan diminta untuk melengkapi profil Anda dengan nama, foto profil, dan informasi lainnya (opsional).
- f) Mulai Membuat Desain: Setelah pendaftaran selesai, Anda dapat langsung mulai membuat desain menggunakan alat desain visual *Canva* yang intuitif dan mudah digunakan dapat dilihat pada gambar 6.



**Gambar 6.** Membuat Desain

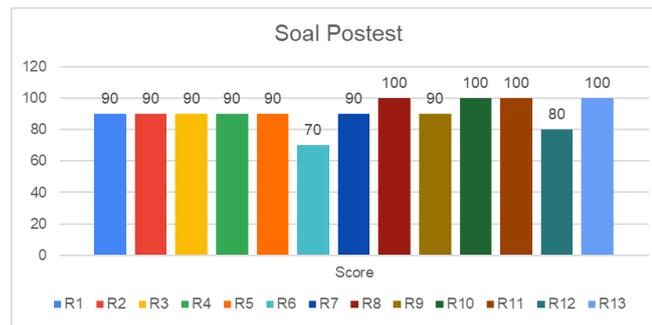
## 2. Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui tahapan *pre-test* dan *post-test* sebelum dan setelah penyampaian materi, serta menganalisis hambatan implementasi dari hasil sosialisasi.



**Gambar 7.** Grafik Hasil *Pre-Test*

Dari ilustrasi pada gambar 7 di atas, terlihat bahwa peserta pengabdian masyarakat yang diadakan di RSIA dr. Karmini, EH sebelum penyampaian materi peserta yang mengisi pretest sebanyak 11 orang dari 16 orang yang mengikuti. 3 responden yang tidak bisa mengikuti dikarenakan harus melayani pelayanan pasien sehingga tidak bisa ditinggalkan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa dalam pengetahuan tentang *Canva* masih belum sepenuhnya paham bagaimana cara berbagi desain yang dibuat di *Canva* dengan orang lain.



**Gambar 8.** Grafik Hasil *Post-Test*

Dari grafik yang disajikan pada gambar 8 di atas, dapat disimpulkan bahwa peserta pengabdian masyarakat yang dilakukan di RSIA dr. Karmini, EH sesudah penyampaian materi 13 responden yang menjawab ternyata mengalami peningkatan sebesar 29%. Sisanya dari 3 responden tidak menjawab kuesioner atau mengisi *pre-test* dan *post-test* dikarenakan sedang melakukan pelayanan terhadap pasien yang tidak bisa ditinggalkan. Ini menunjukkan bahwa dalam pengetahuan tentang materi *Canva* sudah sepenuhnya paham dari fungsi aplikasi *Canva* yaitu bagaimana bisa berbagi desain yang sudah dibuat di *Canva* dengan orang lain. Sehingga antusias dari respon peserta dalam kegiatan pengabdian masyarakat sangat senang karena diberikan pemaparan ilmu pengetahuan tentang aplikasi *Canva* sehingga menjadi bekal dari tiap divisi unit untuk bisa mempromosikan tiap unitnya masing-masing sehingga banyak yang bertanya ketika dalam sesi diskusi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan oleh 3 tim yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dengan hasil dapat memberikan peningkatan pengetahuan (ceramah dan diskusi tentang promosi kesehatan di rumah sakit). Pada hari selasa, 6 Juni 2023 yang dihadiri 16 peserta yang merupakan pegawai dari Rumah Sakit dr. Hj. Karmini. Lokasi Jl. Rumah Sakit Umum No. 56-58, Tawang, Tasikmalaya Jawa Barat – Indonesia. Hasil dari kegiatan ini peserta dapat memahami bagaimana menggunakan aplikasi *canva* dari mulai membuat akun, mendaftar, memverifikasi melalui email, melengkapi profil dan membuat desain. Sehingga menjadi bahan pembelajaran sebagai petugas promosi pelayanan walaupun bukan dalam bagian promosi sehingga siap untuk mempromosikan tiap unitnya masing-masing.

## SIMPULAN

Pengabdian masyarakat melalui sosialisasi penggunaan aplikasi *Canva* sebagai media promosi kesehatan di RSIA Dr. Hj. Karmini, Kota Tasikmalaya, melalui media sosial telah berhasil meningkatkan keterlibatan dalam membuat desain di aplikasi *canva* baik membuat desain sendiri maupun berkolaborasi atau berbagi dengan orang lain, sehingga pengetahuan terhadap pelayanan kesehatan rumah sakit lebih berinovasi dalam berpromosi. Dengan penerapan strategi yang tepat dan konsisten, sehingga media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan kesehatan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelayanan kesehatan yang ditawarkan oleh rumah sakit.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini didukung secara finansial pada tahun 2023 oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bakti Tunas Husada. Kami seluruh tim pengabdian masyarakat ingin mengucapkan rasa terima kasih kami kepada semua pihak atas

kesempatan yang diberikan oleh RSIA Dr. Hj. Karmini, EH untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, I. (2014). Langkah-langkah merencanakan penggunaan media promosi kesehatan dalam lingkup kesehatan reproduksi. *Keperawatan Tropis Papua*, 1–16.
- Gaol, R. E. Y. L. (2018). Gambaran Perilaku Petugas Promosi Kesehatan dalam Pelaksanaan Program Promosi Kesehatan di Puskesmas Kota Medan. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/11295>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/JBT.V1I01.296>
- Permenkes RI No. 4 Penyelenggaraan Promosi Kesehatan, (2018).
- Permenkes RI No. 44 Penyelenggaraan Promosi Kesehatan Rumah Sakit, (2018).
- Permenkes RI Pasal 8 Manajemen Promosi Kesehatan Rumah Sakit, (2018).
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2). <https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>
- Maritska, Z., Prananjaya, B. A., Nabila, S. P., & Parisa, N. (2023). Promosi Kesehatan Jiwa Berbasis Media Sosial (Instagram Live) Bagi Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19. *Wal'afiat Hospital Journal*, <https://whj.umi.ac.id/index.php/whj/article/view/98/67>
- Pengaruh, A., Pelayanan, K., Kepuasan, T., Kepercayaan, D., Brahma, K., & Wididana, S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Pasien Rumah Sakit Umum Shanti Graha Buleleng. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Jagaditha*, 3(1), 78–93. <https://doi.org/10.22225/JJ.3.1.125.78-93>
- Prasanti, D., & Ikhsan Fuad. (2018). Pemanfaatan Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat (Studi Kualitatif tentang Pemanfaatan Media Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Kesehatan di Desa Cimanggu, Kab. Bandung Barat). *REFORMASI*, 8(1), 8–14. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/reformasi/article/view/921>
- Wulandari, Z., Alam, A., Tyas, G. P., & Syahidah, Y. (2021). Webinar Dan Pelatihan Digital Marketing sebagai upaya meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 45–51. <https://doi.org/10.37859/JPUMRI.V5I2.3055>