

Pengaruh Canva sebagai media baru terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi

Memi Mirnawati^{1*}, Syamsul Arif Billah², Teddy Maulana Hidayat Sudirman³

Universitas Majalengka, kota/negara

* memimrnwati@mail.com

ABSTRACT

Canva is a new graphic design and media technology that has emerged to meet the needs of visual communication creativity, especially among students, and most of FISIP Universitas Majalengka students have used Canva to design presentations. Therefore, the researcher wanted to know the extent to which Canva, as a new media, influences the visual communication creativity of FISIP Universitas Majalengka students in designing presentations. In this context, the researcher used quantitative research methods, and analyzed data using SmartPLS. The results showed that in general, there was 74.7% a moderate to strong influence of Canva as a new media on increasing the visual communication creativity of FISIP Universitas Majalengka students in designing presentations, while the rest was influenced by other factors outside the research model. Therefore, the researcher hopes that future researchers can further examine the relationship between audience perception of presentation design and the level of students creativity as communicators.

Keywords: *Canva; Communication Visual Creativity; Design Presentation; New Media*

ABSTRAK

Canva adalah salah satu teknologi desain grafis sekaligus media baru yang muncul untuk memenuhi kebutuhan kreativitas komunikasi visual, terutama di kalangan mahasiswa, dan mayoritas mahasiswa FISIP Universitas Majalengka pernah menggunakan Canva untuk mendesain presentasi. Sehingga, muncul keinginan peneliti untuk mengetahui sejauh mana Canva sebagai media baru berpengaruh terhadap kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, serta menganalisis data menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum terdapat pengaruh sebesar 74.7% moderat menuju kuat Canva sebagai media baru berpengaruh terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian. Dengan demikian, peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam hubungan antara persepsi *audience* terhadap desain presentasi dengan tingkat kreativitas mahasiswa sebagai komunikator.

Kata-kata Kunci: *Canva; Desain Presentasi; Kreativitas Komunikasi Visual; Media Baru*

PENDAHULUAN

Pada era digital ini, berbagai aspek kehidupan telah mengalami banyak perubahan mulai dari cara berinteraksi sosial, mengakses informasi, dan lainnya. Pesatnya perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi, menekankan pentingnya komunikasi yang cepat, efektif, dan menarik secara visual. Pesan visual kini semakin banyak bermunculan, digunakan oleh masyarakat, dan bahkan menjadi kebutuhan dalam berbagai bidang. Kondisi ini mendorong meningkatnya kebutuhan akan desain grafis yang kreatif dan efektif, termasuk dalam dunia pendidikan. Salah satu bentuk inovasi teknologi desain grafis yang menjadi tren di era ini adalah Canva.

Berdasarkan hasil observasi, diketahui bahwa mayoritas mahasiswa FISIP Universitas Majalengka pernah menggunakan Canva dalam mendesain presentasi. Frekuensi penggunaan Canva dalam mendesain tugas presentasi akademik bervariasi antar individu, namun begitu kecenderungan mahasiswa FISIP Universitas Majalengka untuk menggunakan Canva dapat dikatakan sangat tinggi. Hal ini dipicu oleh kemudahan-kemudahan yang ditawarkan Canva. Fenomena ini juga tidak hanya mencerminkan kebutuhan terhadap media visual yang praktis dan efisien, namun juga menunjukkan potensi Canva dalam mendorong kreativitas di kalangan mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa mahasiswa menyetujui kemudahan fitur Canva menjadi salah satu faktor pengaruh Canva terhadap kreativitas mahasiswa (Amini & Suswanto, 2022).

Canva yang telah menjadi teknologi desain grafis yang populer di kalangan mahasiswa, dapat diakui sebagai perubahan besar dalam dunia media. Perubahan tersebut dapat dijabarkan secara teoritis melalui teori *new media*. Lister dalam bukunya *New Media: A Critical Introduction* (2009), menyatakan bahwa media baru adalah sebuah terminologi yang digunakan untuk menyebutkan sesuatu hal tentang perubahan dalam skala besar dalam produksi suatu media, artinya bahwa yang di dalamnya ada distribusi media, dan penggunaan media yang bersifat teknologis dan konvensional budaya. Teori *new media* menekankan Canva sebagai media baru dapat mencerminkan karakteristik utama yang dinyatakan oleh Lister (2009), yaitu digital, interaktif, hiperteks, jaringan, virtual, dan simulasi.

Selanjutnya teori difusi inovasi oleh Everett M. Rogers sangat relevan dalam menjelaskan fenomena kreativitas mahasiswa dalam mendesain presentasi. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta,

atau sesuatu hal tentang berkreasi. Dalam konteks ini, penggunaan Canva dapat dilihat sebagai bentuk inovasi yang memicu dan mendukung proses penciptaan ide-ide visual baru oleh mahasiswa. Hal ini selaras dengan temuan Supradaka (2022), bahwa Canva dapat membantu seseorang mengembangkan kreativitas dalam menyampaikan pesan (Supradaka, 2022).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, akhirnya peneliti memutuskan untuk menguji lebih lanjut topik tersebut. Pemilihan topik ini menjadi penting untuk diteliti dengan beberapa pertimbangan. Pertama, berdasarkan data yang didapatkan DemandSage 2024, Canva tengah populer dan berada di posisi ketiga yang menguasai pangsa pasar grafis (Kumar, 2024). Canva yang diminati oleh orang-orang terutama mahasiswa ini, menyediakan fitur-fitur yang interaktif, praktis, dan mudah diakses telah menjadi alat bantu di kalangan mahasiswa, termasuk dalam mendesain presentasi. Kedua, kreativitas muncul sebagai kemampuan yang perlu dimiliki oleh seseorang. Dalam konteks ini adalah kreativitas dalam mendesain presentasi. Tugas presentasi pada umumnya sering didapatkan oleh mahasiswa selama perkuliahan. Kondisi ini muncul saat sebuah fakta mengatakan, bahwa otak memproses informasi visual 60.000 kali lebih cepat daripada informasi berupa teks (Patridina & Litsyaputri, 2022). Hal ini menjadikan kebutuhan akan desain grafis yang menarik dan efektif semakin meningkat di era digitalisasi ini. Ketiga, adanya fenomena tingginya penggunaan Canva oleh mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain tugas presentasi akademik, dengan data yang menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup signifikan dalam kualitas desain presentasi antara mahasiswa yang menggunakan Canva dengan yang tidak di FISIP Universitas Majalengka.

Adapun kebaruan/*novelty* dari penelitian ini adalah bahwa peneliti akan berfokus pada kreativitas komunikasi visual mahasiswa dalam mendesain presentasi. Selain itu, peneliti akan menjadikan mahasiswa FISIP Universitas Majalengka sebagai populasi penelitian.

Dalam konteks ini, penelitian dengan judul “Pengaruh Canva sebagai Media Baru terhadap Peningkatan Kreativitas Komunikasi Visual Mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam Mendesain Presentasi” bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih mengenai sejauh mana pengaruh Canva sebagai media baru terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi. Hasil penelitian ini, dapat menjadi acuan mahasiswa pada pemanfaatan Canva

untuk meningkatkan kreativitas komunikasi visual dalam mendesain presentasi, dan dapat menjadi masukan untuk pengembangan Canva. Lebih lanjut, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan menjadi literatur bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan media baru dan tingkat kreativitas komunikasi visual.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan total responden sebanyak 78 responden dari populasi yang merupakan mahasiswa FISIP Universitas Majalengka. Peneliti menjadikan Canva dan kreativitas komunikasi visual mahasiswa sebagai objek penelitian. Penelitian ini juga menggunakan kuesioner Skala Likert sebagai instrumen penelitian, serta menganalisis data menggunakan perangkat lunak SmartPLS ver 4. Selain itu, penelitian ini dilakukan di Universitas Majalengka yang berlokasi di Jl. K.H. Abdul Halim No.103, Majalengka Kulon, Kec. Majalengka, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melalui beberapa proses dalam tahap uji menggunakan SamartPLS, mulai dari uji instrumentasi kuesioner, uji structural model, dan uji hipotesis. Dengan begitu, didapatkan hasil sebagai berikut:

Table 1 Uji *Outer Loading*

	Digital (X1)	Hiperteks (X3)	Interaktif (X2)	Jaringan (X4)	Y	Simulasi (x6)	Virtual (X5)
x1	0.919						
x10							0.947
x11						0.954	
x12						0.954	
x2	0.923						
x3			0.883				
x4			0.910				
x5		0.919					
x6		0.915					
x7				0.898			
x8				0.915			
x9							0.861

y1				0.810		
y10				0.680		
y11				0.895		
y12				0.762		
y2				0.830		
y3				0.775		
y4				0.795		
y5				0.848		
y6				0.743		
y7				0.829		
y8				0.842		
y9				0.799		

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan output SmartPLS, menunjukkan bahwa sebagian besar indikator pada variabel x dan y memiliki nilai di atas 0,7, artinya indikator yang digunakan telah memenuhi syarat validitas konvergen dan mampu merepresentasikan konstruknya secara baik. Meskipun terdapat satu indikator yang memiliki nilai di bawah 0,7, namun nilai AVE dan reliabilitas konstruk tetap memenuhi kriteria. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini valid secara konvergen, dan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

Table 2 Uji Average Variance Extracted

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Digital (X1)	0.822	0.822	0.918	0.849
Hiperteks (X3)	0.810	0.811	0.913	0.841
Interaktif (X2)	0.756	0.764	0.891	0.803
Jaringan (X4)	0.784	0.788	0.902	0.822
Y	0.949	0.953	0.956	0.644
Simulasi (x6)	0.901	0.901	0.953	0.910
Virtual (X5)	0.790	0.908	0.900	0.819

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan PLS, menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi validitas konvergen.

Table 3 Uji *Discriminant Validity*

	Digital (X1)	Hiperteks (X3)	Interaktif (X2)	Jaringan (X4)	Y	Simulasi (x6)	Virtual (X5)
Digital (X1)	0.921						
Hiperteks (X3)	0.751	0.917					
Interaktif (X2)	0.708	0.768	0.896				
Jaringan (X4)	0.813	0.798	0.710	0.907			
Y	0.756	0.780	0.733	0.802	0.803		
Simulasi (x6)	0.788	0.740	0.656	0.855	0.797	0.954	
Virtual (X5)	0.598	0.580	0.710	0.638	0.588	0.620	0.905

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil diatas, seluruh nilai akar AVE yang berada pada bagian diagonal tabel lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk yang lainnya. Hal ini dapat diartikan bahwa masing-masing konstruk dalam penelitian memiliki tingkat diskriminasi yang baik mampu membedakan satu kontstruk dengan konstruk lainnya secara tepat.

Table 4 Uji *Construct Realibility dan Validity*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Digital (X1)	0.822	0.822	0.918	0.849
Hiperteks (X3)	0.810	0.811	0.913	0.841

Interaktif (X2)	0.756	0.764	0.891	0.803
Jaringan (X4)	0.784	0.788	0.902	0.822
Y	0.949	0.953	0.956	0.644
Simulasi (x6)	0.901	0.901	0.953	0.910
Virtual (X5)	0.790	0.908	0.900	0.819

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, nilai *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability* menunjukkan bahwa semua konstruk berada di atas 0,6. Maka instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Table 5 Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.747	0.726

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, R-Square memiliki nilai sebesar 0,747. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X pada Y termasuk dalam kategori moderat menuju kuat, artinya pengaruh Canva sebagai media baru mampu menjelaskan variabel kreativitas komunikasi visual mahasiswa dalam mendesain presentasi sebesar 0,747 dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Table 6 Uji F-Square

	Digital (X1)	Hiperteks (X3)	Interaktif (X2)	Jaringan (X4)	Y	Simulasi (x6)	Virtual (X5)
Digital (X1)					0.008		
Hiperteks (X3)					0.042		
Interaktif (X2)					0.053		
Jaringan (X4)					0.023		
Y							
Simulasi (x6)					0.092		

Virtual (X5)					0.003		
---------------------	--	--	--	--	--------------	--	--

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan output SmartPLS, diketahui bahwa indikator dengan pengaruh paling besar terhadap kreativitas difusi inovasi mahasiswa dalam mendesain presentasi adalah indikator Simulasi dengan nilai f^2 sebesar 0,092, yang termasuk dalam kategori efek kecil namun mendekati sedang. Selanjutnya, indikator hiperteks (0,042), interaktif (0,053), dan jaringan (0,023) juga memberikan efek kecil terhadap kreativitas difusi inovasi mahasiswa.

Adapun indikator digital (0,008) dan virtual (0,003) menunjukkan nilai f^2 di bawah 0,02, sehingga dianggap memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kreativitas difusi inovasi mahasiswa dalam mendesain presentasi. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak semua karakteristik *new media* pada Canva memberikan kontribusi yang besar secara langsung terhadap peningkatan kreativitas mahasiswa, namun beberapa aspek seperti simulasi dan interaktif memiliki peran lebih dominan.

Table 7 Uji SRMR

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.070	0.070
d_UIS	1.453	1.453
d_G	1.669	1.669
Chi-square	646.200	646.200
NFI	0.674	0.674

Sumber : Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji dengan menggunakan PLS, nilai SRMR memperoleh sebesar 0,070, artinya model struktural dalam penelitian ini telah memiliki tingkat kesesuaian yang baik (*fit*). Dengan demikian, model dapat merepresentasikan data secara layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Table 8 Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
Digital (X1) -> Y	0.087	0.091	0.104	0.832	0.406
Hiperteks (X3) -> Y	0.200	0.187	0.095	2.113	0.035

Interaktif (X2) -> Y	0.215	0.225	0.096	2.240	0.025
Jaringan (X4) -> Y	0.176	0.182	0.120	1.462	0.144
Simulasi (x6) -> Y	0.314	0.306	0.143	2.198	0.028
Virtual (X5) -> Y	-0.039	-0.037	0.084	0.470	0.638

Sumber: Output SmartPLS4 Peneliti, 2025

Dari keenam indikator yang diuji, terdapat tiga yang berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kreativitas mahasiswa dalam mendesain tugas presentasi, yaitu fitur hiperteks, interaktif, dan simulasi, dengan nilai $p\text{-value} < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin aktif mahasiswa menggunakan aspek tersebut dalam mendesain presentasi, maka kreativitas mereka cenderung meningkat.

Sementara itu, indikator digital, jaringan, dan virtual tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kreativitas mahasiswa karena memiliki nilai $p\text{-value} > 0,05$. Khusus untuk indikator virtual, meskipun arah pengaruhnya negatif, namun tidak signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak semua fitur dalam Canva secara langsung mendorong peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa, dan terdapat kemungkinan bahwa efektivitasnya dipengaruhi oleh konteks penggunaan, pengalaman, atau preferensi masing-masing individu.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai pengaruh Canva sebagai *new media* terhadap kreativitas difusi inovasi mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa: (1) aspek digital pada Canva sebagai media baru tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi, (2) aspek interaktif pada Canva sebagai media baru memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi, (3) aspek hiperteks pada Canva sebagai media baru memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi, (4) aspek jaringan pada Canva sebagai media baru tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas

Majalengka dalam mendesain presentasi, (5) aspek virtual pada Canva sebagai media baru tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi, (6) aspek simulasi pada Canva sebagai media baru memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi. Secara umum terdapat pengaruh sebesar 74,7% (moderat menuju kuat) Canva terhadap peningkatan kreativitas komunikasi visual mahasiswa FISIP Universitas Majalengka dalam mendesain presentasi. Dengan demikian, hasil ini memperkuat bahwa aplikasi Canva merupakan salah satu media desain yang relevan dan berkontribusi cukup besar dalam mendukung pengembangan kreativitas visual mahasiswa dalam mendesain presentasi, namun tetap tidak dapat dipisahkan dari faktor-faktor pendukung lainnya di luar variabel penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, diantaranya peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menguji hubungan ini pada program studi atau fakultas lain agar diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai pengaruh Canva terhadap kreativitas lintas disiplin ilmu. Peneliti selanjutnya juga dapat mengkaji secara lebih mendalam hubungan antara persepsi *audiens* terhadap desain presentasi dengan tingkat kreativitas mahasiswa sebagai komunikator. Selain itu, mahasiswa disarankan untuk memanfaatkan fitur-fitur Canva yang berkaitan dengan simulasi, interaktif, dan hiperteks guna mengembangkan desain presentasi agar lebih menarik dan efektif, serta meningkatkan kompetensi visual baik dalam dunia akademik maupun profesional. Selanjutnya, bagi pengembang Canva sendiri, diharapkan dapat mengoptimalkan aspek jaringan, digital, dan virtual agar lebih mendukung peningkatan kreativitas pengguna, khususnya dalam konteks pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, A. N., & Suswanto, B. (2022). Pengaruh Aplikasi Canva Terhadap Kreativitas Desain Komunikasi Visual Pada Mahasiswa Magang SCTV 2023. *INTERPRETASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 34-47. Diakses dari <https://ojs.umbk.ac.id/index.php/interpretasie/article/view/243>
- Kumar, N. (2024, Desember Senin). *Canva Statistics 2025 (Users, Market Share & Revenue)*. Diakses dari <https://www.demandsage.com/canva-statistics/>
- Martin, L. (2009). *New Media : a critical introduction*. London: Routledge.
- Patridina, E. P., & Litsyaputri, D. R. (2022). Analisis Poster Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Afrika. *JURNAL PENDIDIKAN*, 207-218. Diakses dari <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/jp/article/view/2654>
- Supradaka. (2022). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Perancangan Grafis . *Jurnal IKRAITH-TEKNOLOGI*, 62-68.