

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Canva Terhadap Kreativitas Pesan Visual Mahasiswa Dimediasi Oleh Desain Konten Visual

Dewa Ayu Putri Eliza Kirana Devi¹, Jonathan Jacob Paul Latupeirissa², I Nyoman Subanda³, Anak Agung Mia Intenilia⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Nasional, Bali, Indonesia

E-mail: putriielizza@gmail.com¹, jonathanlatupeirissa@undiknas.ac.id²,
nyomansubanda@undiknas.ac.id³, mia.intenilia@undiknas.ac.id⁴

Article History:

Received: 30 Oktober 2025

Revised: 06 Desember 2025

Accepted: 09 Desember 2025

Keywords: Aplikasi Canva, Kreativitas, Pesan Visual, Mahasiswa, Desain Konten Visual.

Abstract: Komunikasi digital kini banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan secara efektif melalui desain konten visual yang kreatif menggunakan aplikasi Canva. Meningkatnya penggunaan Canva di kalangan mahasiswa menunjukkan perubahan cara berkreasi di era digital, namun kontribusinya terhadap kreativitas masih perlu dikaji. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal dan melibatkan 120 mahasiswa di Kota Denpasar. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Canva berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas pesan visual, baik secara langsung maupun melalui desain konten visual sebagai variabel mediasi. Canva terbukti berperan sebagai media pembelajaran yang mendorong mahasiswa berpikir kreatif dan menghasilkan karya inovatif.

PENDAHULUAN

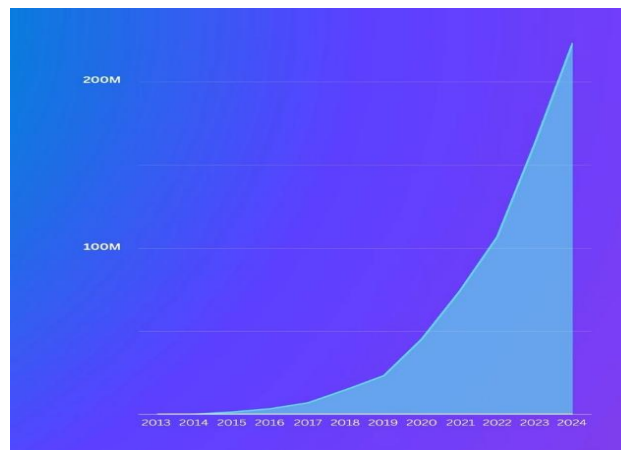
Perkembangan teknologi digital saat ini telah banyak mengubah cara individu dalam penyampaian pesan terutama dengan menggunakan media atau aplikasi yang dapat memberikan keefektifan dalam menyampaikan pesan dengan pesan visual. Komunikasi penyampaian pesan yang sebelumnya masih dilakukan secara tatap muka dan memanfaatkan alat-alat manual, namun sekarang telah berubah menjadi sangat mudah. Dengan kehadiran komputer dan *smartphone* manusia dapat berkomunikasi dengan siapa saja tanpa perlu bertemu langsung (Khoirunnisak et al., 2025).

Komunikasi digital dalam bentuk pesan visual ini sangat berdampak untuk bidang komunikasi di era digitalisasi. Tidak hanya komunikasi secara langsung saja yang dapat menyampaikan pesan secara efektif namun komunikasi digital ini juga dapat mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan secara efektif terutama dalam konteks perkuliahan, perusahaan maupun organisasi. Pesan visual dapat membantu orang mengembangkan kreativitas dan imajinasinya untuk menyampaikan sesuatu yang menarik. Berbagai bentuk kreatifitas dan inovasi yang muncul dalam segala bidang membantu manusia berkomunikasi. Banyak media dapat digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi komunikasi yang efektif hanya dapat dicapai dengan desain visual yang menarik. Kemampuan untuk menciptakan

pesan visual yang menarik dan komunikatif menjadi salah satu keterampilan penting, terutama di kalangan mahasiswa yang bergerak dalam bidang komunikasi, desain, dan pemasaran digital. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam produksi desain, dari yang semula eksklusif pada kalangan ahli, kini menjadi inklusif dan terbuka luas (Putri & Rahmawati, 2021).

Metode komunikasi tradisional telah dianggap kurang efektif untuk digunakan pada era digitalisasi yang serba cepat ini, sehingga muncul kebutuhan untuk menggunakan kreativitas pesan visual seperti konten visual, video pendek, infografis interaktif, dan *power point*. Pendekatan ini lebih mampu menarik perhatian, membangun keterlibatan emosional, dan menyampaikan informasi secara ringkas namun bermakna. Terdapat beberapa aplikasi yang sering digunakan untuk mempermudah pembuatan media kreatif masa kini salah satunya yakni aplikasi Canva.

Aplikasi Canva menawarkan kemudahan dalam menciptakan visual yang menarik, bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang desain grafis. Pada dasarnya aplikasi Canva dapat dikatakan sebagai salah satu kemajuan teknologi yang dapat digunakan sebagai alat desain online yang menawarkan beberapa fitur maupun template untuk desain brosur, presentasi, logo, poster, grafik, *feed* instagram, dan lainnya (Arianto, 2023). Canva juga menyediakan berbagai elemen desain seperti gambar, ikon, dan font yang dapat disesuaikan, sehingga pengguna dapat mengekspresikan kreativitas mereka dengan lebih bebas.



Gambar 1. Pengguna Presentase Pengguna Aplikasi Canva 2013 - 2024
Sumber : CanvaNews

Terlihat dalam lima tahun terakhir pengguna platform desain berbasis aplikasi canva ini mengalami pertumbuhan pesat, berdasarkan data terkini yang diinformasikan oleh situs resmi Canva, tahun 2024 telah mencapai lebih dari 200 juta pengguna bulanan secara global. Indonesia termasuk salah satu pengguna Canva terbesar di dunia yang menjadi peringkat ke 3, untuk diurutkan pertama terdapat negara Amerika Serikat dan disusul oleh negara Brazil sebagai peringkat ke 2. Sepanjang 2024, negara Indonesia yang berpenduduk 281 juta jiwa ini menghasilkan 1 miliar desain. Bahkan, Indonesia tercatat sebagai negara dengan pencetak desain presentasi Canva terbanyak di dunia, yakni 500 juta presentasi. Umumnya, pengguna Canva adalah generasi milenial dan generasi Z atau yang lahir pada tahun 1980-an hingga 2012. Konten ini lahir dari tangan 81.000 mahasiswa dan tenaga pendidik, 270 kreator, serta 65 Canvassador di 32 provinsi (Ashri & Radius, 2025).

Meningkatnya pengguna aplikasi canva yang cukup pesat ini dipengaruhi oleh fitur

template yang mudah digunakan, kapasitas kolaborasi untuk *team hybrid* serta ekspansi fitur *enterprise* dan integrasi teknologi baru di dunia digital seperti saat ini. Aplikasi *canva* ini diciptakan untuk membantu para pengguna atau para desainer desain grafis dalam mempermudah pembuatan konten visual. Namun disisi lain hal ini juga belum tentu menyebabkan peningkatan kreativitas seseorang dikarenakan telah banyak disediakan *template* siap pakai sehingga para pengguna tidak perlu membuat desain konten visual tersebut dari awal. Kebergantungan pada *template* siap pakai berpotensi menghambat kreativitas seseorang yang lebih menitik beratkan pada penggunaan fitur *template* dari pada mengeksplorasi ide baru sesuai konteks unik masing - masing proyek desain konten visual (Zettira et al., 2022).

Namun disisi lain hal ini juga belum tentu menyebabkan peningkatan kreativitas seseorang dikarenakan telah banyak disediakan *template* siap pakai sehingga para pengguna tidak perlu membuat desain konten visual tersebut dari awal. Penyajian dalam bentuk *template* siap pakai dapat menghambat kreativitas dan pemikiran kritis dikarenakan individu akan hanya fokus mengikuti format yang disediakan sehingga menolak ide atau inovasi baru (Mohanani et al., 2022). Dengan adanya GAP tersebut menjadikan urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat pentingnya kreativitas untuk menciptakan inovasi baru. Oleh karena itu, diperlukan, studi yang lebih mendalam mengenai sejauh mana penggunaan aplikasi *canva* mampu meningkatkan kreativitas pesan visual mahasiswa melalui desain konten visual.

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Digital

Penelitian ini menggunakan grand theory Komunikasi Digital yang dimana menurut Asari et al (2023) Komunikasi digital adalah proses pengiriman pesan atau data dari komunikator ke komunikator melalui media digital. Komunikasi digital sangat berbeda dari komunikasi konvensional. Konsep komunikasi digital ini mencakup sebuah ide yang cukup penting dalam komunikasi digital termasuk internet. Dari segi waktu, komunikasi pada saat ini sangat berbeda dengan komunikasi sebelumnya. Terdapat 2 ciri-ciri dasar untuk mengenalinya menurut Asari et al. (2023) yakni kecepatan komunikasi lebih tinggi untuk saat ini dan sederhana atau mudah dipahami.

B. Pengguna Aplikasi

Menurut Nurian et al (2024) menyatakan bahwa pengguna aplikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan ulasan dan sentimen pengguna terhadap aplikasi, yang menunjukkan sikap dan kepuasan mereka. Selain itu menurut Fadzana & Diartono (2024) mengartikan pengguna aplikasi merupakan individu yang aktif merasakan kemudahan penggunaan suatu aplikasi tertentu. Dalam penjelasannya pengguna aplikasi tidak hanya sekedar seseorang yang memakai aplikasi tetapi pengguna juga memandang serta menilai sebuah aplikasi. Adapun karakteristik pengguna aplikasi dapat dibagi menjadi 2 yakni karakteristik demografi seperti usia, jenis kelamin, Tingkat pendidikan dan tingkan pendidikan., kemudian karakteristik motivasi yakni tujuan utama memakai aplikasi, keinginan untuk membuat sesuatu dan untuk meningkatkan keterampilan atau produktivitas (Gandara et al, 2021).

C. Desain Konten Visual

Desain konten visual adalah elemen penting dalam sebuah strategi komunikasi digital yang bertujuan untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh penerima (Damanik & Aprinawati, 2025). Konten visual yang efektif adalah konten yang tidak

hanya menarik secara visual, tetapi juga dapat menyampaikan pesan secara akurat dan jelas. Komponen yang ada pada desain konten visual ini terdapat tipografi, ilustrasi, fotografi/videografi, warna, layout maupun logo.

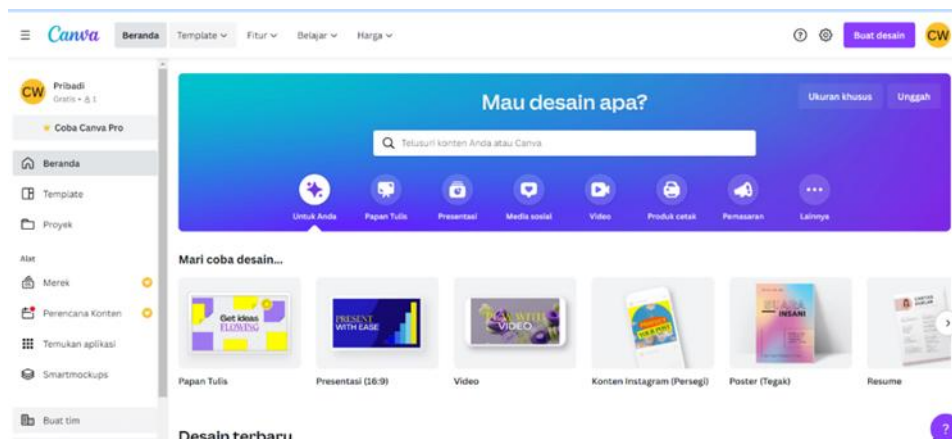
D. Kreativitas Pesan Visual

Menurut Rongers dalam Qorib et al (2022) kreativitas merupakan unsur-unsur kekuatan sumber daya manusia yang mampu untuk menggerakkan kemajuan manusia dalam menelusuri, mengembangkan dan menemukan hal-hal baru dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan semua bidang usaha manusia. Sehingga kreativitas sendiri dapat diartikan sebagai kreativitas atau kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Rongers juga mengatakan terdapat faktor atau kondisi yang mempengaruhi kreativitas seseorang yakni sebagai berikut (Qorib et al., 2022) :

1. Keterbukaan terhadap pengalaman. Keterbukaan penuh terhadap ketertarikan dari dalam dan luar diri memungkinkan munculnya perspektif baru.
2. Pusat penilaian internal baik dasar penilaian maupun hasil karya kreatif atau ciptaannya dibuat oleh dirinya sendiri. Karena individu dianggap memiliki kekuatan tersendiri.
3. Kemampuan untuk berinteraksi dengan elemen atau ide, yaitu kemampuan untuk bereksperimen dengan konsep, warna, bentuk, struktur elemen, dan membuat kombinasi baru
4. Penerimaan yang wajar, yang berarti memberikan kehangatan, penghargaan, dan kenyamanan kepada individu tersebut.
5. Kebebasan psikologis. Kebebasan psikologis berarti tetap bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan lingkungannya, dan bebas mengekspresikan pikiran dan perasaannya sesuai dengan keadaan batinnya sendiri.

E. Aplikasi Canva

Menurut Azzahra (2021) Aplikasi Canva adalah sebuah platform dan juga merupakan sebuah aplikasi desain grafis untuk medesain grafis media sosial, poster, presentasi dan konten visual lainnya, aplikasi Canva berbasis online yang mudah di akses menggunakan mobile atau desktop, aplikasi Canva terdiri dari dua jenis layanan yang dapat disajikan yakni Canva gratis dan Canva pro atau berbayar pada layanan berbayar. Aplikasi canva tentunya banyak diminati oleh berbagai kalangan karena memiliki fitur yang beragam dan mudah digunakan.



Gambar 1. Aplikasi Canva
Sumber : Aplikasi Canva

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif berupa angka - angka dengan jenis penelitian asosiatif kausal untuk mengetahui pengaruh antara variabel (Sugiyono, 2023) . Penelitian ini berlokasi di Kota Denpasar dengan populasi mahasiswa berdomisili di Kota Denpasar dan aktif menggunakan aplikasi canva dan jumlah sampel menggunakan quota sampling non-propabilistik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Hair et al., 2019) penentuan jumlah sampel yang *representative* yaitu tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Total jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 12 indikator sehingga mendapatkan jumlah sampel sebanyak 120 responden yang akan disebar ke 4 wilayah di Kota Denpasar sehingga masing - masing wilayah sebanyak 30 responden.

Pengumpulan sampel menggunakan kuesioner skala *Likert* 5 poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju) yang berisi beberapa pertanyaan yang mencakup variabel Pengguna Aplikasi (X), variabel Kreativitas Pesan Visual (Y) dan variabel Desain Konten Visual (Z). Setelah data terkumpul selanjutnya akan diuji dan diolah menggunakan *software Smart PLS 3.0* dengan dua tahap pengujian yakni *outer model* untuk menguji validas dan reliabilitas konstruk, dan *inner model* untuk menguji hipotesis menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan tingkat signifikansi 1,96 (nilai *t-table*) atau nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, hasil data responden yang diperoleh sebanyak 120 responden dengan karakteristik sebagai berikut :

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki - laki	59	49,17%
2	Perempuan	61	50,83%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 1 terdapat 120 responden yang dibagi berdasarkan jenis kelamin. Dari jumlah tersebut, 59 responden (49,17%) adalah laki-laki, sedangkan 61 responden (50,83%) adalah perempuan. Proporsi ini menunjukkan dominasi perempuan dalam partisipasi penelitian terkait pengaruh penggunaan aplikasi canva terhadap kreativitas pesan visual mahasiswa di Denpasar.

Tabel 2. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	18 - 22 Tahun	114	95%
2	23 - 27 Tahun	5	4,17%
3	28 - 35 Tahun	1	0,83%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 2, distribusi usia responden dalam penelitian ini menunjukkan pola yang konsisten dengan karakteristik mahasiswa. Dari total 120 responden, mayoritas responden berada direntang usia 18–22 tahun berjumlah 114 orang atau 95% yang mencerminkan usia ini dominasi partisipasi dalam penggunaan aplikasi canva. Sedangkan kelompok usia 23-27 tahun sebanyak 5

orang atau 4,27% dan kelompok usia 28-35 tahun hanya diwakilkan oleh 1 orang atau 0,83% dari total responden keseluruhan.

Tabel 3. Domisili Responden

No	Domisili	Jumlah	Presentase (%)
1	Denpasar Utara	30	25%
2	Denpasar Timur	30	25%
3	Denpasar Selatan	30	25%
4	Denpasar Barat	30	25%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 3 mengenai karakteristik responden berdasarkan domisili, mahasiswa di Kota Denpasar yang menjadi populasi dari sampel ini dibagi menjadi empat wilayah yaitu. Responden dari Denpasar Selatan sebanyak 30 responden atau sama dengan 25%. Responden Denpasar Barat sebanyak 30 responden atau sama dengan 25%. Responden Denpasar Timur sebanyak 30 responden atau sama dengan 25%. Dan responden Denpasar Utara sebanyak 30 responden atau sama dengan 25%. Hal ini menunjukkan adanya representasi yang seimbang dari setiap kecamatan di Kota Denpasar, sekaligus menegaskan bahwa penelitian ini menjadikan mahasiswa di Kota Denpasar sebagai sampel dalam rangka menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi canva terhadap kreativitas pesan visual mahasiswa melalui desain konten visual.

Tabel 4. Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	Diploma	3	2,5%
2	S1	115	95,83%
3	S2	2	1,67%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 4, distribusi Pendidikan responden dalam penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan karakteristik mahasiswa. Dari total 120 responden, kelompok mahasiswa diploma berjumlah 3 orang atau 2,5%. Mayoritas responden diperoleh dari mahasiswa S1 yakni sebanyak 115 orang atau 95,83% yang mencerminkan mahasiswa ini merupakan partisipasi terbanyak dalam penggunaan aplikasi canva. Sedangkan kelompok mahasiswa S2 sebanyak 2 orang atau 1,67%.

Tabel 5. Lama Menggunakan Aplikasi Canva

No	Lama Menggunakan Aplikasi Canva	Jumlah	Presentase (%)
1	Kurang dari 1 Tahun	12	10%
2	1 s/d 2 Tahun	36	30%
3	3 s/d 4 Tahun	38	31,67%
4	Lebih dari 4 Tahun	34	28,33%
Jumlah		120	100%

Berdasarkan tabel 5 mengenai karakteristik responden mengenai lama penggunaan aplikasi canva ini, terlihat bahwa mayoritas responden telah menggunakan Canva dalam rentang waktu 3–4 tahun sebanyak 38 orang atau 31,67% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar mahasiswa di Denpasar sudah cukup familiar dengan penggunaan aplikasi canva untuk menciptakan kreativitas pesan visual. Sementara itu, responden yang baru menggunakan aplikasi canva kurang dari 1 tahun berjumlah 12 orang atau 10%, kemudian responden yang telah menggunakan aplikasi canva selama 1-2 tahun sebanyak 36 orang atau 30% dan pengguna aplikasi canva lebih dari 5 tahun sebanyak 34 orang atau 28,33%. Temuan ini mengindikasikan bahwa aplikasi canva telah cukup lama diadopsi oleh mahasiswa, sehingga dapat menjadi dasar yang kuat dalam mengkaji pengaruh penggunaan aplikasi canva terhadap kreativitas pesan visual mahasiswa melalui aplikasi canva.

Hasil Olah Data

A. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model adalah model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabel laternnya yang digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dibagi menjadi dua yaitu, uji validitas dan uji reliabilitas (Musyaffi et al., 2022), dengan persyaratan sebagai berikut :

1. Uji Validitas Convergen (*Convergent Validity*)

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator refleksi dapat dilihat dari korelasi antara item *score* atau indikator dengan *score* konstruknya. Dasar pengukuran *validitas convergen* dapat dilihat dari nilai *outer loading* $> 0,7$ maka indikator konstruk atau variabel laten yang digunakan valid dan konsisten. Sementara itu, nilai AVE minimal 0,50 menunjukkan bahwa lebih dari 50% varian indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Hasil dalam penelitian ini terdapat 12 indikator dinyatakan valid dan dapat mengukur konstruk yang dibentuknya. Dengan demikian, tingkat validitas konvergen yang tinggi dalam tiga (3) variabel yang mencerminkan indikator reflektif ini telah terkonfirmasi secara validitas.

Tabel 6. Loading Factor

Indikator	Desain Konten Visual (DK)	Kreativitas Pesan Visual (KP)	Pengguna Aplikasi Canva (PC)
DK1	0.807		
DK2	0.860		
DK3	0.851		
DK4	0.887		
KP1		0.878	
KP2		0.820	
KP3		0.846	
KP4		0.823	
PC1			0.811
PC2			0.815
PC3			0.794
PC4			0.822

2. Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validty*)

Discriminant Validty indikator dapat dilihat pada *cross loading* $> 0,7$ antara indikator konstruknya serta pendekatan kriteria *Fornell-Larcker*. *Discriminant Validty* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (akar AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dengan model. Model dikatakan

mempunyai *discriminant validity* yang cukup baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya.

Tabel 7. Cross Loading

Indikator	Desain Konten Visual (DK)	Kreativitas Pesan Visual (KP)	Pengguna Aplikasi Canva (PC)
DK1	0,807	0,687	0,623
DK2	0,860	0,673	0,611
DK3	0,851	0,704	0,687
DK4	0,887	0,725	0,676
KP1	0,739	0,878	0,726
KP2	0,654	0,820	0,680
KP3	0,715	0,846	0,652
KP4	0,647	0,823	0,614
PC1	0,606	0,729	0,811
PC2	0,573	0,628	0,815
PC3	0,654	0,569	0,794
PC4	0,644	0,642	0,822

Tabel 7 menampilkan hasil analisis *cross loading* yang digunakan untuk menilai validitas indikator terhadap variabel Pengguna Aplikasi Canva (X), Kreativitas pesan Visual (Y) serta Desain Konten Visual (Z). Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstraknya masing-masing dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga validitas diskriminan dapat dinyatakan terpenuhi. Indikator Pengguna Aplikasi Canva (PC1-PC4). Indikator Kreativitas Pesan Visual (KP1-KP4). Indikator Desain Konten Visual (DK1-DK4). Hasil ini dapat membuktikan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading utama.

3. Composite Relability

Untuk menilai reliabilitas suatu konstruk, salah satu indikator yang digunakan adalah *Composite Reliability* (CR) yang mengukur sejauh mana konsistensi internal antar indikator dapat tercapai. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai composite realibility di atas 0.70.

Tabel 8. Reability Analysis

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Desain Konten Visual (DK)	0,873	0,913
Kreativitas Pesan Visual (KP)	0,863	0,907
Pengguna Aplikasi Canva (PC)	0,826	0,885

Hasil uji *Composite Reliability* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai di atas 0,70 yang menandakan tingkat konsistensi internal yang kuat. Variabel Pengguna Aplikasi Canva (0,885), Kreativitas Pesan Visual (0,907) serta Desain Konten Visual (0,913) terbukti memiliki reliabilitas yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

4. Cronbach's Alpha

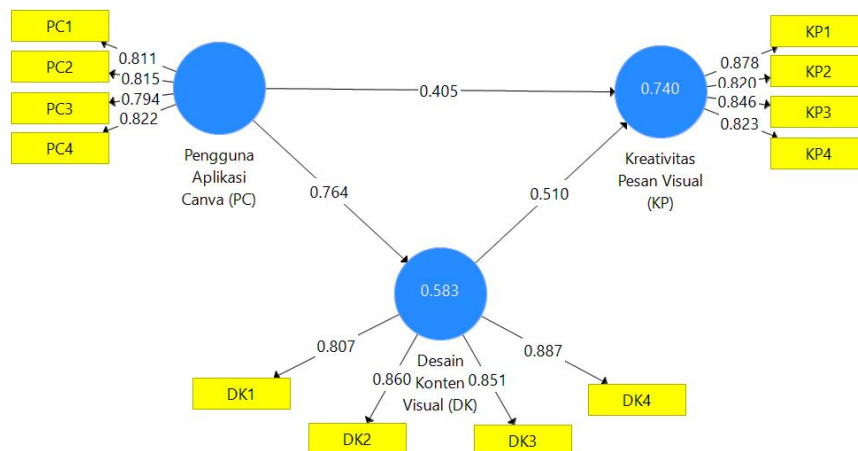
Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai reliabilitas internal dengan melihat konsistensi antar indikator dalam suatu konstruk. Nilai $\geq 0,70$ umumnya menunjukkan reliabilitas yang baik, meskipun pada penelitian eksploratif nilai 0,60–0,70 masih dapat diterima. Berdasarkan hasil dari tabel 8, menampilkan bahwa penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,70. Variabel Pengguna Aplikasi Canva (0,826), Kreativitas Pesan Visual (0,863) serta Desain Konten Visual (0,873). Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

B. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural atau inner model dievaluasi dengan menggunakan Coefficient of Determination (R^2) dan Path Coefficient (β) (Musyaffi et al., 2022)

1. *R - square*

R-square berfungsi untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Model dapat dikategorikan kuat apabila memiliki nilai R^2 sebesar 0,75 moderat pada nilai 0,50 dan lemah jika hanya mencapai 0,25. Artinya, semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik pula kemampuan prediksi model dalam menggambarkan fenomena yang diteliti.



Gambar 3. Model Pengukuran (PLS Algorithm)

Pada gambar 2 nilai yang terdapat di tengah konstruk menunjukkan nilai R-Square (R^2). Terlihat bahwa variabel Pengguna Aplikasi Canva (PC) tidak memiliki nilai R^2 karena variabel independen yang tidak dipengaruhi oleh konstruk lain. Untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi hubungan antar variabel, evaluasi dapat dilakukan melalui nilai R-Square (R^2) pada setiap variabel dependen dalam model struktural (inner model) PLS-SEM. Nilai R^2 tersebut merepresentasikan sejauh mana kekuatan prediksi yang dimiliki model. Berdasarkan gambar sebelumnya terlihat bahwa nilai R^2 yaitu ada pada variabel variabel Kreativitas Pesan Visual (KP) memiliki nilai sebesar 0,740 atau 74%. Sementara itu nilai R-Square pada variabel Desain Konten Visual (DK) sebesar 0,583 atau 58,3% oleh karena itu dapat diklarifikasi bahwa nilai-nilai dari R^2 pada variabel tersebut adalah substantial.

2. *Goodness of Fit (GoF)*

GoF indeks merupakan ukuran tunggal untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran dan model struktural. Nilai GoF ini diperoleh dari akar kuadrat dari *average communalities index* dikalikan dengan nilai rata-rata R2. Nilai GoF terbentang antara 0 sd 1 dengan interpretasi nilai-nilai: 0.1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderate), dan 0.36 (GoF besar).

$$\begin{aligned} \text{Q-Square} &= 1 - [(1-R^2_1) \times (1-R^2_2)] \\ &= 1 - [(1-0,740) \times (1-0,583)] \\ &= 1 - (0,26) \times (0,417) \\ &= 1 - 0,10842 \\ &= 0,891 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai Q-Square sebesar 0,891. Hal ini menunjukkan 89% bila dinyatakan dalam persen. Nilai ini menunjukkan bahwa model dapat dikatakan mampu menjelaskan sebanyak 89% variasi dalam data penelitian. Sementara 11% lainnya dipengaruhi oleh faktor diluar model.

3. Path Coefficient (β)

Path Coefficients merupakan suatu nilai yang berguna dalam menunjukkan arah hubungan pada variabel, apakah suatu hipotesis memiliki arah positif atau negative yang dilakukan menggunakan prosedur *Bootstrapping*. Skor koefisien path atau *inner model* yang ditunjukkan oleh T-statistic untuk hipotesis *one tailed* harus diatas 1,96 untuk pengujian hipotesis pada alpha 5%.

Tabel 9. Structural Model (Bootstrapping)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Desain Konten Visual (DK) -> Kreativitas Pesan Visual (KP)	0,510	0,505	0,091	5,595	0,000	Diterima
Pengguna Aplikasi Canva (PC) -> Desain Konten Visual (DK)	0,764	0,762	0,048	15,910	0,000	Diterima
Pengguna Aplikasi Canva (PC) -> Kreativitas Pesan Visual (KP)	0,405	0,408	0,093	4,337	0,000	Diterima

Berdasarkan tabel 9 yang menunjukkan hasil nilai dari *Bootstrapping*, dapat menghasilkan hipotesis dengan hasil sebagai berikut :

H1 : Pengguna Aplikasi Canva berpengaruh positif terhadap Kreativitas Pesan Visual

Mahasiswa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Pengguna Aplikasi Canva (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kreativitas Pesan Visual (Y) pada mahasiswa di Denpasar. Hal ini dibuktikan dengan nilai P Value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai T Statistics sebesar 4,337 yang lebih besar dari nilai kritis. Dengan demikian, hipotesis diterima, yang berarti semakin tinggi Pengguna Aplikasi Canva, semakin tinggi pula tingkat Kreativitas Pesan Visual Mahasiswa.

H2 : Pengguna Aplikasi Canva berpengaruh terhadap Desain Konten Visual

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Pengguna Aplikasi Canva (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Desain Konten Visual (Z). Hal ini ditunjukkan oleh nilai P Value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai T Statistics sebesar 15,910 yang lebih besar dari nilai kritis. Dengan demikian, hipotesis diterima, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan aplikasi canva yang digunakan mahasiswa, semakin tinggi pula desain konten visual yang diciptakan.

H3 : Desain Konten Visual berpengaruh terhadap Kreativitas Pesan Visual Mahasiswa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Desain Konten Visual (Z) terhadap Kreativitas Pesan Visual (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai P Value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai T Statistics sebesar 5,595 yang lebih besar dari nilai kritis. Dengan demikian, hipotesis diterima, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi desain konten visual yang digunakan mahasiswa, semakin tinggi pula kreativitas pesan visual mahasiswa.

4. Specific Indirect Effects

Indirect effects adalah pengaruh tidak langsung dari satu variabel terhadap variabel lain melalui perantara. Artinya, suatu variabel tidak langsung memengaruhi hasil akhir, tetapi lewat variabel lain yang menjadi penghubung atau dapat disebut sebagai variabel mediasi.

Tabel 10. Specific Indirect Effects

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Pengguna Aplikasi Canva (PC) -> Desain Konten Visual (DK) -> Kreativitas Pesan Visual (KP)	0,390	0,384	0,070	5,591	0,000	Diterima

Berdasarkan table 10 menunjukkan hasil nilai dari *Specific Indirect Effects* mendapatkan hipotesis 4 sebagai berikut :

H4 : Penggunaan Aplikasi Canva dapat mempengaruhi Kreativitas Pesan Visual Mahasiswa melalui Desain Konten Visual.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Penggunaan

Aplikasi Canva (X) terhadap Kreativitas Pesan Visual (Y) melalui Desain Konten Visual (Z). Hal ini ditunjukkan oleh nilai P Value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai T *Statistics* sebesar 5,591 yang lebih besar dari nilai kritis. Dengan demikian, hipotesis diterima, yang mengindikasikan bahwa semakin bagus penggunaan aplikasi canva maka semakin tinggi pula kreativitas pesan visual mahasiswa dalam membuat desain konten visual.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Canva memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas pesan visual mahasiswa di Kota Denpasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan aplikasi Canva, maka semakin meningkat pula kemampuan mahasiswa dalam menciptakan pesan visual yang menarik, komunikatif, dan kreatif. Hal ini disebabkan karena Canva menyediakan berbagai fitur, elemen desain, serta kemudahan akses yang membantu mahasiswa dalam mengekspresikan ide-ide kreatifnya secara visual. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa desain konten visual memiliki peran penting sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara penggunaan aplikasi Canva dan kreativitas pesan visual. Mahasiswa yang mampu mengelola elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan tata letak dengan baik melalui Canva, terbukti lebih mampu menghasilkan karya visual yang bernilai estetika tinggi dan efektif dalam menyampaikan pesan. Dengan demikian, Canva tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran kreatif yang dapat meningkatkan kemampuan berpikir visual mahasiswa.

DAFTAR REFERENSI

- Aplikasi Canva*. (2025). <http://canva.com>.
- Arianto, D. (2023). Pelatihan Media Pembelajaran Inovatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Asari, A., Efa, R. S., Nurfitria, N., Sudianto, Hana, D. M., Iwan, A., Rini, N., Achmad, B., Adie, P., Firdan, G. K., Genik, P. Y., & Sudaru, M. (2023). *KOMUNIKASI DIGITAL*. Penerbit Lakeisha.
- Ashri, A. F., & Radius, D. B. (2025). Strategi Canva Menjadikan Indonesia Pengguna Terbesar Ketiga di Dunia. *Kompas.Id*.
- Azzahra, R. L. (2021). *Pengaruh fitur aplikasi canva terhadap kreativitas desain komunikasi visual pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- CanvaNews. (2024, December 2). *Looking back on 2024: A game-changing year for Canva*.
- Damanik, N., & Aprinawati. (2025). Pengaruh Desain Konten Visual terhadap Brand Awareness dengan Mediasi Engagement pada Akun Instagram @Richofsecondshoes. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3).
- Fadzana, M. S., & Diartono, D. A. (2024). Pengaruh User Experience (UX) Design Terhadap Kemudahan Pengguna dalam Menggunakan Aplikasi TIX ID. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(3), 2024. <https://doi.org/10.35870/jti>.
- Gandara, G., Sumarwan, U., & Hannan, S. (2021). Karakteristik Pengguna dan Aplikasi Pada Tingkat Penggunaan (Stickiness) Aplikasi Video Pendek XYZ. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.1.75>.
- Hair, J. F., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.

- Khoirunnisak, A., Febriana, A. N., Hermawati, A., & Sani, U. (2025). *Revitalisasi Komunikasi Sosial di Era Modern*. <https://doi.org/10.31331/jade.v3i1.3620>.
- Mohanani, R., Ralph, P., Turhan, B., & Mandic, V. (2022). How Templated Requirements Specifications Inhibit Creativity in Software Engineering. *IEEE Transactions on Software Engineering*, 48(10). <https://doi.org/10.1109/TSE.2021.3112503>.
- Muhammad Qorib, Parjuangan, & Candra Krisna Jaya. (2022). Kreativitas Dalam Perspektif Teori Humanistik Rogers. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 14(1). <https://doi.org/10.30596/intiqad.v14i1.10372>.
- Musyaffi, A. M., Khairunissa, H., & Respati, D. K. (2022). *ONSEP DASAR Structural Equation Model - Partial Least Square SEM-PLS Menggunakan SmartPLS*. Pascal Books.
- Nurian, A., Ma'arif, M. S., Amalia, I. N., & Rozikin, C. (2024). Analisis Sentimen Pengguna Aplikasi Shopee Pada Situs Google Play Menggunakan Naive Bayes Classifier. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*.
- Putri, R., & Rahmawati, I. (2021). Kemudahan Akses Canva dalam Peningkatan Kualitas Presentasi Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Digital*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabeta Bandung.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>.