

## Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Penulisan Teks Persuasif dalam Poster Wisata Digital

Tri Pujiati<sup>1\*</sup>, Meria Zakiyah Alfisuma<sup>1</sup>, Arjulayana Arjulayana<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Tangerang, Tangerang, Indonesia

### Article info

#### Article history:

Received: 12-02-2025

Revised : 08-04-2025

Accepted: 16-05-2025

#### Kata kunci:

canva;

media pembelajaran;

poster digital;

teks persuasif

#### Keywords:

canva;

digital posters;

learning media;

persuasive text

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pembelajaran teks persuasif menggunakan Canva, uji produk mahasiswa, dan penilaian mahasiswa terhadap proses pembelajaran tersebut. Penelitian ini menggunakan desain *mix method* dan dilaksanakan di salah satu universitas di Jawa Timur. Pengambilan data dilakukan pada Oktober 2023 dengan melibatkan 33 mahasiswa dari Program Studi Sosiologi sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) dosen mendapatkan penilaian 89,5% pada saat mengajar materi teks persuasif di kelas, (2) hasil penilaian terhadap produk yang dibuat mahasiswa dengan penilaian yang bagus, dan (3) hasil penilaian terhadap respons mahasiswa menunjukkan nilai 3,57 yang berarti mahasiswa senang dengan pembelajaran menggunakan Canva untuk membuat teks persuasif. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa Canva efektif dalam penulisan teks persuasif untuk membuat poster wisata digital berbasis kearifan lokal.

### *Utilizing the Canva App as a Learning Media for Persuasive Text Writing in Digital Travel Poster*

*This study aims to describe persuasive text learning using Canva, student product testing, and student assessment of the learning process. This research uses a mixed-method design and was carried out at one of the universities in East Java. Data collection was carried out in October 2023 by involving 33 students from the Sociology Study Program as samples. The results showed that: (1) lecturers received an 89.5% score when teaching persuasive text material in class, (2) assessment results of products made by students with good assessments, and (3) assessment results of student responses showed a score of 3.57 which means that students are happy with learning to use Canva to create persuasive texts. The implications of this study show that Canva is effective in writing persuasive text to create digital tourism posters based on local wisdom.*

Copyright © 2025 Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.  
All rights reserved

\*Corresponding author: Tri Pujiati, Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

E-mail address: [tri.pujiati@trunojoyo.ac.id](mailto:tri.pujiati@trunojoyo.ac.id)

## PENDAHULUAN

Pengembangan keterampilan menulis yang esensial menjadi fokus utama dalam Mata Kuliah Wajib Umum (MKWU) Bahasa Indonesia di perguruan tinggi. Tujuan pembelajarannya adalah membekali mahasiswa dengan kemampuan komunikasi yang efektif, baik secara lisan maupun tulisan (Samsiyah, 2016). Di antara berbagai keterampilan yang ditekankan dalam mata kuliah ini, menulis sebagai keterampilan yang menantang, bahkan untuk penutur asli Indonesia (Zahabi & Amini, 2023). Pemahaman dan penerapan kaidah bahasa Indonesia yang tepat sering kali menjadi

tantangan bagi peserta didik. Oleh karena itu, dosen perlu mencari pendekatan inovatif dan alternatif guna meningkatkan kualitas pembelajaran menulis.

Salah satu bentuk tulisan yang penting dikuasai mahasiswa adalah teks persuasif, yang esensial untuk menyampaikan ajakan atau dorongan secara efektif (Dalman, 2015). Dalam proses pembelajaran, masih ditemukan hambatan dalam penguasaan teks persuasif, terutama dalam mengintegrasikannya ke media visual. Saat ini, terjadi pergeseran paradigma pembelajaran yang menempatkan peserta didik sebagai subjek aktif (Wahyu, Edu, & Nardi, 2020). Pergeseran ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas media pembelajaran yang tepat dan adaptif terhadap karakteristik peserta didik (Hafid, 2016; Kurniawan, Kuswandi, & Husna, 2018; Supardi, 2017). Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 Tahun 2003 mendefinisikan pembelajaran sebagai suatu proses interaktif yang melibatkan peserta didik, pendidik, serta sumber daya yang relevan guna mencapai tujuan pendidikan (Audie, 2019). Pemanfaatan TIK dalam proses pembelajaran membuat antusiasme belajar meningkat (Bulqis, Alfisuma, & Pujiati, 2025).

Pemanfaatan media dengan baik dapat menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan menyenangkan sehingga berdampak positif pada hasil belajar (Arianti, 2018; Huerta, Goodson, Beigi, dkk., 2017; Sapriyah, 2019). Salah satu media pembelajaran yang relevan adalah aplikasi Canva, yang dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam menyusun teks persuasif melalui desain poster wisata digital (Tanjung & Faiza, 2019). Pemanfaatan Canva dapat membantu mahasiswa dalam mengasah kemampuan menulis mereka di lanskap digital saat ini (Utami & Djamdjuri, 2021; Yundayani, Susilawati, & Chairunnisa, 2019). Bahasa dalam periklanan yang efektif harus mampu menyampaikan pesan secara kuat melalui visual dan elemen tekstual (Made, 2010; Nielsen, 2020). Melalui media ini, mahasiswa tidak hanya belajar menyusun teks persuasif, tetapi juga melatih keterampilan desain visual yang relevan dalam konteks promosi.

Media Canva yang dipilih dimaksudkan untuk membekali mahasiswa dengan kemampuan membuat teks persuasif yang cocok untuk periklanan, terutama dalam poster digital. Berfokus pada wilayah Bangkalan di Madura, bertujuan untuk memastikan mahasiswa memahami teks persuasif di dalamnya. Bangkalan dipilih karena potensi pariwisatanya yang belum dimanfaatkan, yang relatif tidak dikenal oleh masyarakat luas. Inisiatif pembelajaran ini bertujuan menghasilkan ide penulisan teks persuasif dalam bentuk poster digital. Keahlian ini penting dalam dunia profesional karena memungkinkan mahasiswa menerapkan keterampilan menulis untuk tujuan promosi. Teks persuasif dapat memperkenalkan objek wisata secara efektif melalui media sosial (Akbar & Özgül, 2018; Barri, Saerang, & Tumiwa, 2017; Puspitarini & Nuraeni, 2019; Tritama & Tarigan, 2016). Penelitian ini diharapkan mendorong penerapan sistem digital dalam pendidikan (Haryatmoko, 2020). Tujuannya adalah menciptakan pengalaman belajar yang efektif dan menyenangkan di kelas. Setelah penelitian, mahasiswa diharapkan memiliki keterampilan menulis teks persuasif melalui aplikasi Canva. Poster digital yang dibuat dirancang menarik dan memuat teks persuasif dalam beberapa bahasa untuk menyebarkan informasi wisata di Madura.

Berbagai studi sebelumnya telah membahas penggunaan Canva sebagai media pembelajaran dalam konteks yang beragam. Beberapa di antaranya berfokus pada penulisan teks prosedur (Fauziyah, Widodo, & Yappi, 2022), peningkatan kreativitas dalam pembelajaran Bahasa Inggris (Fitria, 2022; Resmini, Satriani, & Rafi, 2021; Sugiani, 2023), dan pengajaran bahasa pada mahasiswa Program Studi

Informatika (Tanjung & Faiza, 2019; Pelangi, 2020). Akan tetapi, penelitian-penelitian tersebut belum mengkaji secara khusus penggunaan Canva dalam pembelajaran teks persuasif berbasis poster digital yang ditujukan untuk promosi pariwisata lokal. Penelitian ini juga mengisi kesenjangan tersebut dengan mengevaluasi kinerja dosen dalam proses pembelajaran, melakukan uji coba produk kebahasaan dan konten, serta menilai respons mahasiswa terhadap penggunaan Canva dalam konteks lokal Bangkalan yang potensinya belum banyak dimanfaatkan.

Penelitian lain mengeksplorasi pemanfaatan teknologi sebagai media pembelajaran. Metode yang menarik seperti video edukasi dan simulasi telah diidentifikasi sebagai media pembelajaran yang efektif (Christiana & Anwar, 2021). Menerapkan video pembelajaran dapat meningkatkan keterlibatan siswa secara signifikan sehingga menumbuhkan antusiasme yang lebih besar untuk belajar. Kemajuan teknologi dalam lingkungan kelas memastikan integrasi teknologi yang lancar ke dalam proses pembelajaran. Pemanfaatan Canva sebagai integrasi teknologi dalam pembelajaran terbukti meningkatkan motivasi siswa untuk belajar (Amri, 2023). Penelitian telah menunjukkan dampak positif Canva terhadap kreativitas siswa, khususnya dalam kegiatan ekstrakurikuler studio bahasa (Putri & Vevi, 2021). Selain itu, penerapan Canva dalam media pembelajaran telah menunjukkan pengaruhnya terhadap hasil belajar (Efendi, Hasibuan, & Siregar, 2023).

Pemanfaatan Canva sebagai media pembelajaran teks persuasif pada poster digital merupakan pendekatan inovatif dalam pendidikan. Penelitian ini menilai efektivitasnya dalam meningkatkan kemampuan menulis teks persuasif mahasiswa dalam konteks promosi wisata, khususnya di Bangkalan. Poster memegang peranan penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat melalui representasi visual yang menarik (Kussanti, Leliana, & Yusmawati, 2020). Menurut Sudiani (2016) mengatakan bahwa sebuah desain mengandung elemen visual dan audio yang memiliki makna. Dalam konteks lain, penelitian ini berupaya menilai kinerja dosen dalam mengajar menggunakan Canva serta melakukan uji coba produk kebahasaan dan konten. Penelitian sebelumnya belum secara khusus menyoroti aspek kinerja dosen dan berfokus pada pariwisata lokal Bangkalan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru bagi pengembangan pembelajaran teks persuasif berbasis teknologi dan kearifan lokal.

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan proses pembelajaran teks persuasif oleh dosen menggunakan Canva pada poster digital, (2) mendeskripsikan uji coba produk teks persuasif yang dibuat oleh mahasiswa, dan (3) mendapatkan penilaian mahasiswa terhadap proses pembelajaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menghadirkan inovasi baru dalam pembelajaran teks persuasif pembuatan poster digital melalui penerapan langsung aplikasi Canva. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan media pembelajaran berbasis kearifan lokal. Canva dapat dimanfaatkan dalam konteks penulisan teks persuasif yang kontekstual, kreatif, dan komunikatif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi dosen dalam mendesain pembelajaran yang lebih menarik dan efektif. Dengan demikian, pendekatan ini mendorong peningkatan kualitas pembelajaran bahasa di perguruan tinggi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan desain *mix method* yang berarti mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif (Sugiyono, 2013). Pemilihan desain campuran ini karena penelitian ini tidak hanya menyajikan data secara kualitatif, namun juga secara kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 di Program Studi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia. Studi ini melibatkan 33 mahasiswa yang belajar Mata Kuliah Bahasa Indonesia dengan fokus pada penyusunan teks persuasif. Model penelitian yang diadopsi bertujuan untuk mengembangkan aplikasi Canva khusus untuk poster digital, dengan fokus pada penyusunan teks persuasif yang sesuai untuk iklan dalam konteks promosi wisata digital. Adapun karakteristik mahasiswa yang menjadi objek penelitian ini yaitu mahasiswa semester 2 yang mengambil Mata Kuliah Bahasa Indonesia. Mahasiswa ini memiliki kemampuan yang variatif terkait dengan pembuatan poster digital dengan menggunakan aplikasi Canva.

Teknik pengumpulan data sangat diperlukan sebagai upaya mendapatkan data yang akurat dalam penelitian (Sudaryono, 2018). Untuk mencapai hal ini, berbagai teknik digunakan dalam proses penelitian. Teknik observasi digunakan untuk mengamati bagaimana dosen memanfaatkan Canva pada poster digital sebagai media pembelajaran dalam lingkungan kelas. Observasi dilakukan untuk memahami dan mengevaluasi metodologi pengajaran yang digunakan pendidik selama pembuatan konten persuasif. Dalam pengumpulan data dengan teknik observasi, digunakan ceklis dan pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

Instrumen penelitian ini adalah lembar observasi, uji produk mahasiswa, dan angket mahasiswa. Lembar observasi dalam bentuk ceklis digunakan untuk melihat kemampuan dosen dalam memberikan pengajaran di kelas. Teknik pengujian produk digunakan untuk menilai dan mengevaluasi teks persuasif yang dihasilkan dalam poster. Teknik ini memberikan penilaian objektif terhadap kualitas dan efektivitas konten yang dibuat. Selain itu, mengumpulkan tanggapan mahasiswa setelah menghadiri kuliah merupakan komponen penting dari penelitian ini. Teknik ini membutuhkan keterlibatan aktif mahasiswa selama pembelajaran, serta memberikan ilustrasi interaktif mahasiswa melalui Canva secara komprehensif. Untuk mengukur respons mahasiswa, digunakan skala Likert empat poin dengan kriteria: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) setuju, dan (4) sangat setuju. Untuk memberikan penilaian terhadap lembar observasi dosen, hasil uji produk instrumen, kriteria keberhasilan pembelajaran, dan penilaian mahasiswa terhadap aplikasi Canva menggunakan perhitungan sebagai berikut.

**Tabel 1. Instrumen Penilaian**

Tingkat Prestasi	Kualifikasi
81-100	Sangat bagus
61-80	Bagus
41-69	Cukup
<40	Tidak Cukup

Sumber: Nurgiyantoro (2016)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Belajar Menyusun Teks Persuasif pada Poster Pariwisata Digital*

Penyusunan teks persuasif merupakan salah satu materi dalam Mata Kuliah Bahasa Indonesia. Pada praktiknya, dosen menggunakan aplikasi Canva untuk

memudahkan mahasiswa. Canva menawarkan beragam desain, terutama dalam bentuk poster (Mudinillah & Rizaldi, 2021). Canva menyediakan berbagai macam alat untuk membuat presentasi, resume, pamflet, poster, logo, dan banyak lagi. Desain yang menarik merangsang siswa untuk mengeksplorasi kreativitas mereka sambil membuat materi pembelajaran (Yundayani, Susilawati, & Chairunnisa, 2019). Canva adalah aplikasi desain daring yang dapat meningkatkan belajar untuk desain grafis, menyusun iklan, mendukung pembuatan media pembelajaran (Astuti, 2021; Nova & Sodiq, 2022; Tanjung & Faiza, 2019; Triningsih, 2021).

Poster digital sebagai media informasi berperan penting dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Bangkalan, Madura, melalui media sosial. Poster harus memiliki gambar dan tulisan yang menarik dan bermakna untuk menyampaikan informasi secara efektif (Ramalia, Soedarsoni, & Esfandari, 2016). Simbol sederhana dalam poster memiliki makna tertentu (Sulistriyani & Kuntoro, 2021). Desain poster yang menarik, komunikatif, dan informatif secara visual-verbal dapat meningkatkan minat pembaca terhadap isi pesan (Ahmad, 2012; Sudiani, 2016).

Dalam konteks pembelajaran, dosen memberikan materi terkait penggunaan bahasa persuasif pada poster digital. Hal ini juga termasuk pentingnya pemilihan bahasa yang dapat memengaruhi khalayak untuk mengunjungi objek wisata. Pemahaman mahasiswa terhadap makna simbolik dalam poster juga ditekankan agar informasi yang disampaikan melalui media visual dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Kegiatan ini menyajikan integrasi antara aspek linguistik dan visual untuk menghasilkan teks persuasif yang komunikatif dan berdampak.

Mahasiswa diminta untuk mengumpulkan kreasi poster digital yang berisi teks persuasif melalui Google Formulir tiga hari sebelum pertemuannya. Pada pertemuan berikutnya, dosen memberikan umpan balik dan penilaian terhadap hasil karya mahasiswa dengan menampilkan dan mendiskusikan elemen desain yang digunakan. Hasil observasi menunjukkan keefektifan pembelajaran dengan skor 89,5% yang mencerminkan kesesuaian penggunaan Canva dalam pembelajaran teks persuasif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Nova & Sodiq, 2022) yang menyatakan bahwa Canva efektif dalam menyusun teks iklan sehingga mendukung keefektifan penggunaannya dalam konteks pembelajaran bahasa.

### **Uji Produk**

Uji coba produk bertujuan untuk menilai teks persuasif yang dibuat mahasiswa dalam pembuatan teks persuasif pada brosur wisata digital. Penilaian difokuskan pada penggunaan bahasa persuasif dan struktur iklan. Berikut hasil uji produk pada penelitian ini.

**Tabel 2. Hasil Uji Produk**

<b>Nama</b>	<b>Elemen Linguistik (Teks Persuasif)</b>	<b>Kategori Nilai</b>	<b>Struktur Iklan</b>	<b>Kategori Nilai</b>
FHA	71	Bagus	74	Bagus
PSR	85	Sangat bagus	86	Sangat bagus
IS	86	Sangat bagus	80	Sangat bagus
YLM	85	Sangat bagus	78	Bagus
AHM	80	Sangat bagus	76	Bagus
SH	91	Sangat bagus	93	Sangat bagus
SS	81	Sangat bagus	85	Sangat bagus
SIZ	80	Sangat bagus	76	Bagus
AY	84	Sangat bagus	90	Sangat bagus
MRP	76	Bagus	81	Sangat bagus

Nama	Elemen Linguistik (Teks Persuasif)	Kategori Nilai	Struktur Iklan	Kategori Nilai
JAS	72	Bagus	80	Sangat bagus
APC	87	Sangat bagus	84	Sangat bagus
SA	71	Bagus	80	Sangat bagus
NAR	80	Sangat bagus	80	Sangat bagus
ASS	78	Bagus	81	Sangat bagus
WK	76	Bagus	85	Sangat bagus
YR	80	Sangat bagus	84	Sangat bagus
ASP	81	Sangat bagus	87	Sangat bagus
DRS	85	Sangat bagus	80	Sangat bagus
NF	84	Sangat bagus	80	Sangat bagus
LFS	77	Bagus	81	Sangat bagus
MFW	80	Sangat bagus	75	Bagus
MFA	84	Sangat bagus	84	Sangat bagus
HDZ	81	Sangat bagus	87	Sangat bagus
FP	70	Bagus	76	Bagus
NL	87	Sangat bagus	84	Sangat bagus
ILP	86	Sangat bagus	74	Bagus
AM	80	Sangat bagus	76	Bagus
NHR	78	Bagus	80	Sangat bagus
NSU	76	Bagus	78	Bagus
TN	80	Sangat bagus	72	Sangat bagus
WHM	76	Bagus	80	Sangat bagus
RR	70	Bagus	71	Sangat bagus

Hasil uji produk menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menghasilkan teks persuasif dalam poster wisata digital dengan kualitas sangat baik. Poster dibuat menggunakan aplikasi Canva secara optimal sehingga memperoleh skor yang baik. Skor tertinggi diperoleh dengan peringkat 91 untuk elemen teks persuasif dan 93 untuk struktur teks iklan. Nilai linguistik sebesar 91, menunjukkan kecakapan berbahasa mahasiswa dalam memanfaatkan Canva untuk membuat poster digital. Mahasiswa juga terbukti mampu menggunakan kata kerja direktif secara tepat untuk menarik perhatian pembaca. Struktur teks iklan dengan skor 93, didasarkan pada kesesuaian gambar, visual, dan informasi yang disajikan dalam teks wisata. Skor ini menyoroti kemampuan siswa untuk membuat konten yang kohesif dan menarik yang sangat sesuai untuk tujuan periklanan.

Dalam proses pembuatan produk, terdapat beberapa kendala yang ditemukan dalam pemilihan bahasa, khususnya dalam menentukan teks persuasif yang tepat. Oleh karena itu, dosen perlu memberikan arahan kepada mahasiswa dalam memilih teks persuasif yang sesuai untuk pembuatan poster. Hal ini sesuai dengan temuan Prasetyanto & Maharddhikah (2025) yang menemukan bahwa mahasiswa memiliki kesulitan dalam menulis teks. Setelah teks produk dinilai, tahap selanjutnya adalah penilaian yang terlampir berikut.

**Tabel 3. Hasil Pengolahan Data untuk Nilai Uji Produk**

Aspek	Nilai			
	4	3	2	1
Elemen Linguistik (teks persuasif)	21	12	-	-
Elemen teks	24	9	-	-
Persentase	(45:66) x 100%	(21:66) x 100%	-	-
	68,18 %	31,82 %		

Berdasarkan perhitungan, sebanyak 68,18% mahasiswa memperoleh nilai sangat baik, sedangkan 31,82% memperoleh nilai baik. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Nova & Sodiq (2022) yang menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kemahiran dalam menyusun teks iklan secara efektif. Berdasarkan hasil olah data dan observasi yang dilakukan, beragam skor diraih mahasiswa. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa mahasiswa yang mendapatkan kategori nilai “bagus” memiliki kendala dalam pemilihan bahasa yang tepat sesuai dengan bahasa iklan. Selain itu, pemilihan desain visual yang merepresentasikan nilai-nilai kearifan lokal menjadi kesulitan mahasiswa. Namun demikian, terdapat mahasiswa yang memiliki kemampuan sudah baik sehingga mendapatkan nilai dengan predikat “sangat bagus”.

### ***Respons Mahasiswa terhadap Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Canva***

Bagian ini menyajikan hasil penelitian mengenai respons mahasiswa terhadap penggunaan aplikasi Canva dalam proses pembelajaran teks persuasif. Tabel berikut menunjukkan respons mahasiswa terhadap perkuliahan yang menggunakan media pembelajaran Canva.

**Tabel 4. Hasil Pengolahan Data Respons Mahasiswa terhadap Pembelajaran dengan Aplikasi Canva**

No	Pernyataan	Evaluasi			
		SS	S	KS	TS
1	Canva berguna dalam pembuatan teks persuasif	24	9	0	0
2	Belajar teks persuasif dengan bantuan aplikasi Canva membuat saya lebih terampil	22	11	0	0
3	Belajar teks persuasif menggunakan Canva membuat saya menemukan ide-ide baru	20	13	0	0
4	Mempelajari teks persuasif menggunakan Canva dapat meningkatkan komitmen dalam pembelajaran	10	23	0	0
5	Pembelajaran teks persuasif menggunakan Canva dapat memunculkan inisiatif baru	16	17	0	0
6	Pembelajaran teks persuasif dengan menggunakan Canva dapat menciptakan sikap optimis dalam pembelajaran	17	16	0	0
7	Saya dapat menerapkan materi teks persuasif dengan menggunakan aplikasi Canva	21	12	0	0
8	Pembelajaran teks persuasif menggunakan Canva dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dalam belajar Bahasa Indonesia	23	10	0	0
9	Saya dapat mengaplikasikan pengetahuan desain dalam penyusunan teks persuasif	21	12	0	0
10	Lebih mudah bagi saya untuk memahami teks persuasif ketika menerapkannya langsung ke poster	22	11	0	0
11	Saya merasa bahwa fitur-fitur yang tersedia di aplikasi Canva sangat membantu dalam menyusun teks persuasif	23	10	0	0
12	Saya merasa bahwa aplikasi Canva cocok digunakan sebagai media pembelajaran dalam penyusunan teks persuasif	19	14	0	0
13	Saya dapat mengeksplorasi potensi diri saya saat menggunakan aplikasi Canva	20	13	0	0
14	Saya bisa menggunakan aplikasi Canva tidak hanya di pembelajaran bahasa Indonesia	18	15	0	0
<b>Skor total</b>		1104	558	0	0

Berdasarkan perhitungan nilai yang diperoleh, terlihat bahwa skor rata-rata respons mahasiswa berada dalam kategori 3,59. Skor ini sesuai dengan rentang

tolok ukur yang ditetapkan, yang sesuai dengan data yang berada dalam interval 3,00–4,00. Dengan adanya skor tinggi ini, penggunaan Canva dalam kegiatan pembelajaran teks persuasif dapat membuat mahasiswa tertarik untuk membuat poster digital yang lebih baik dan menarik. Hasil temuan ini secara keseluruhan menunjukkan keterkaitan dengan teori TPACK (*Technological Pedagogical Content Knowledge*). Mahasiswa dengan pemahaman yang baik dalam pembuatan teks persuasif pada poster digital melalui aplikasi Canva mendapatkan skor penilaian tinggi. Adapun mahasiswa yang kemampuan pemanfaatan teknologi belum optimal mendapatkan kategori bagus.

## SIMPULAN

Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang pemanfaatan Canva dalam pembelajaran teks persuasif bagi mahasiswa Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura. Temuan menunjukkan bahwa Canva efektif dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa menyusun teks persuasif yang menarik dan efektif pada media digital. Keunikan dalam pembelajaran teks persuasif di kelas Bahasa Indonesia ini terletak pada pengintegrasian nilai-nilai kearifan lokal budaya Madura dalam pemilihan bahasa persuasif untuk poster digital. Pendekatan ini bertujuan menciptakan konten persuasif yang menarik bagi pembaca, terutama untuk mempromosikan kunjungan ke Pulau Madura, khususnya Bangkalan. Penelitian ini merekomendasikan penggunaan Canva sebagai media pendukung penyusunan teks dalam berbagai konteks akademik. Aplikasi ini selanjutnya dapat dikembangkan sebagai media pembelajaran menyusun berbagai jenis teks untuk meningkatkan pengalaman belajar mahasiswa secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan Canva dalam berbagai tugas menulis, proses pembelajaran dapat dibuat lebih menarik dan menyenangkan bagi siswa. Penelitian ini terbatas pada penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran teks persuasif di salah satu program studi di PTN (Perguruan Tinggi Negeri) Jawa Timur. Penelitian lanjutan dapat difokuskan pada integrasi teknologi mutakhir dalam penyusunan teks persuasif. Pendekatan inovatif ini dapat meningkatkan efektivitas dan daya tarik pembelajaran teks persuasif sehingga menumbuhkan antusiasme dan hasil belajar mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. P. S. (2012). Kreativitas Desain Poster dalam Kompetisi Desain Poster Nasional. *Humaniora*, 3(1), 232.  
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i1.3257>
- Akbar, S. İ., & Özgül, E. (2018). Impact of Social Media Usage Activities on Brand Awareness of Young Consumers. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 217–234.  
<https://doi.org/10.24988/deuiibf.2018331713>
- Amri, Z. (2023). The Use of the Canva Application Learning Media in the Fiqh Learning Process. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*, 10(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.17977/um031v10i12023p001>
- Arianti. (2018). Peranan Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 12(2), 117–134.  
<https://doi.org/10.30863/didaktika.v12i2.181>

- Astuti, S.P. (2021). Pemanfaatan Canva Design sebagai Media Pembelajaran Mata Kuliah Fisika Listrik Statis. *Navigation Physics: Journal of Physics Education*, 3(1), 8–15. <https://doi.org/10.30998/npjpe.v3i1.563>
- Audie, N. (2019). Peran Media Pembelajaran Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP UNTIRTA*, 2(1), 586–595. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/psnp/article/view/5665/4066>
- Barri, H. G., Saerang, D. P. E., & Tumiwa, J. R. (2017). The Impact of Viral Marketing Using Social Media Platforms on Brand Awareness (Case Study: Laneige Cosmetic). *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 5(3), 3945–3954. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i3.18253>
- Bulqis, S. A., Alfishuma, M. Z., & Pujiati, T. (2025). PowerPoint as a Learning Media for English in Islamic Boarding Schools. *Globish: An English-Indonesian Journal for English, Education, and Culture*, 14(1), 69–79. <https://doi.org/10.31000/globish.v14i1.12751>
- Christiana, E., & Anwar, K. (2021). The Perception of Using Technology Canva Application as a Media for English Teacher Creating Media Virtual Teaching and English Learning in Loei Thailand. *Journal of English Teaching, Literature, and Applied Linguistics*, 5(1), 62-69. <https://doi.org/10.30587/jetlal.v5i1.2253>
- Dalman. (2015). *Keterampilan Menulis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Efendi, R., Hasibuan, A. P. G., & Siregar, P. S. (2023). Canva Application-Based Learning Media on Motivation and Learning Outcomes. *International Journal of Elementary Education*, 7(2), 342–352. <https://doi.org/10.23887/ijee.v7i2.53956>
- Fauziyah, N. L., Widodo, J. P., & Yappi, S. N. (2022). The Use of ‘Canva for Education’ and the Students’ Perceptions of Its Effectiveness in the Writing Procedure Text. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 6368–6377. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.4359>
- Fitria, T. N. (2022). Using Canva as Media for English Language Teaching (ELT) in Developing Creativity for Informatics Students’. *ELT Echo: The Journal of English Language Teaching in Foreign Language Context*, 7(1), 58-68. <https://doi.org/10.24235/eltecho.v7i1.10789>
- Hafid, A. (2016). Sumber dan Media Pembelajaran. *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*, 6(2), 69–78. <https://doi.org/10.24252/.v6i2.1403>
- Haryatmoko. (2020). *Jalan Baru Kepemimpinan & Pendidikan: Jawaban Atas Tantangan Disruptif Inovatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Huerta, M., Goodson, P., Beigi, M., & Chlup, D. (2017). Graduate Students ss Academic Writers: Writing Anxiety, Self-Efficacy, and Emotional Intelligence. *Higher Education Research & Development*, 36(4), 716–729. <https://doi.org/10.1080/07294360.2016.1238881>
- Kurniawan, D. C., Kuswandi, D., & Husna, A. (2018). Pengembangan Media Video Pembelajaran pada Mata Pelajaran IPA Tentang Sifat dan Perubahan Wujud Benda Kelas IV SDN Merjosari 5 Malang. *Jurnal Inovasi dan*

- Teknologi Pembelajaran*, 4(2), 119–125.  
<https://doi.org/10.17977/um031v4i22018p119>
- Kussanti, D. P., Leliana, I., & Yusmawati. (2020). Efektifitas Media Publikasi Dalam Memberikan Informasi dan Edukasi Terhadap Ekowisata Situ Rawakalong. *Communication*, 11(2), 164–175.  
<http://dx.doi.org/10.36080/comm.v11i2.1174.g836>
- Made, L. (2010). *Facebook Marketing Revolution*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Mudinillah, A., & Rizaldi, M. (2021). Using the Canva Application as an Arabic Learning Media at SMA Plus Panyabungan. *At-Tasyrih: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1), 2580–5711. <https://doi.org/10.55849/attasyrih.v7i2.67>
- Nielsen, A. (2020). *EPIC Dimension of Advertising Effectiveness*. AC Nielsen Ads@work.
- Nova, M., & Sodik, S. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva pada Pembelajaran Menyusun Teks Iklan Kelas XII DKV 2 SMKN 13 Surabaya. *Bapala*, 9(8), 198–207.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/47928/40026>
- Nurgiyantoro, B. (2016). *Penelitian dalam Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Yogyakarta: BPFE
- Pelangi, G. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia Jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo UNPAM*, 8(2), 79–96. <https://doi.org/10.32493/sasindo.v8i2.79-96>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi: Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putri, D. S., & Vevi, S. (2021). The Effect of The Use of Canva Application Learning Media on The Creativity of Students in Language Studio Extracurricular Activities. *Spektrum Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 9(4). <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v9i4.113842>
- Ramalia, V., Soedarsoni, D. K., & Esfandari, D. A. (2016). Makna Poster di Tanah Kami Nyawa Tak Semahal Tambang (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Poster Kasus Pembunuhan Salim Kancil). *E-Proceeding of Management*, 3(3), 3846–3853.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/299912258.pdf>
- Resmini, S., Satriani, I., & Rafi, M. (2021). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva sebagai Media Pembuatan Bahan Ajar dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Abdimas Siliwangi*, 4(2), 335–343.  
<https://doi.org/10.22460/as.v4i2p%25p.6859>
- Samsiyah, N. (2016). *Pembelajaran Bahasa Indonesia Di SD Kelas Tinggi*. CV. AE Media Grafika.
- Sapriyah. (2019). Media Pembelajaran dalam Proses Belajar Mengajar. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP UNTIRTA*, 2(1), 470–477.  
<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/psnp/article/view/5798>
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Press

- Sudiani, Y. (2016). Analisis Desain Uang Kertas Pecahan Seratus Ribu Rupiah. *Ekspresi Seni*, 18(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26887/ekse.v18i2.100>
- Sugiani, N. Y. (2023). The Implementation of Canva As A Media For Learning English At SMK Negeri 2 Singaraja. *International Journal of English Education and Linguistics (IJoEEL)*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33650/ijoeel.v5i1.5482>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistriyani, S., & Kuntoro, K. (2021). Analisis Wacana Persuasif untuk Memotivasi Diri dalam Poster Covid-19 Pembelajaran Daring Siswa Kelas 6 Al Mujib SD Al Irsyad Al Islamiyyah 02 Purwokerto. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra*, 7(1), 83–99. <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/Metafora/article/view/9744>
- Supardi, K. (2017). Media Visual dan Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar. *JIPD: Jurnal Inovasi Pendidikan Dasar*, 1(2), 160–171. <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=13286342415522468764&btnI=1&hl=id>
- Tanjung, R. E., & Faiza, D. (2019). Canva sebagai Media Pembelajaran pada Mata Pelajaran Dasar Listrik dan Elektronika. *Voteteknika: Vocational Teknik Elektronika dan Informatika*, 7(2), 79–85. <https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i2.104261>
- Triningsih, D. E. (2021). Penerapan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kemampuan Menyajikan Teks Tanggapan Kritis Melalui Pembelajaran Berbasis Proyek. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 15(1), 128–144. <https://www.semanticscholar.org/paper/Penerapan-Aplikasi-Canva-untuk-Meningkatkan-Teks-Triningsih/f667becf3d9cd02258fd1b4b579ff6d4f4bd8444>
- Tritama, H. B., & Tarigan, R. E. (2016). The Effect of Social Media to the Brand Awareness of a Product of a Company. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.21512/commit.v10i1.1667>
- Utami, Y & Djamdjuri, D. S. (2021). Students' Motivation in Writing Class Using of Canva: Students' Perception. *English Journal*, 15(2), 83, <https://doi.org/10.32832/english.v15i2.5536>
- Wahyu, Y., Edu, A. L., & Nardi, M. (2020). Problematika Pemanfaatan Media Pembelajaran IPA di Sekolah Dasar. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 6(1), 107–112. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v6i1.344>
- Yundayani, A., Susilawati, & Chairunnisa. (2019). Investigating The Effect of Canva on Students' Writing Skills. *English Review: Journal of English Education*, 7(2), 169–176. <https://doi.org/10.25134/erjee.v7i2.1800>
- Zahabi, A., & Amini, M. (2023). ESL/EFL Teaching Practice and Methodology: 20 Years of Experience Teaching English in a Single Book!. *Reflections*, 30(3), 1044–1047. <https://doi.org/10.61508/refl.v30i3.267617>