

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK
MENINGKATKAN KEMAMPUAN MENULIS TEKS IKLAN
PESERTA DIDIK KELAS VIII SMP MUHAMMADIYAH
AL GHIFARI LAMPUNG TIMUR**

(Skripsi)

Oleh

**RINA YULINAR
NPM 2113041028**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

**EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK
MENINGKATKAN KEMAMPUAN MENULIS TEKS IKLAN
PESERTA DIDIK KELAS VIII SMP MUHAMMADIYAH
AL GHIFARI LAMPUNG TIMUR**

Oleh

RINA YULINAR

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN MENULIS TEKS IKLAN PESERTA DIDIK KELAS VIII SMP MUHAMMADIYAH AL GHIFARI LAMPUNG TIMUR

Oleh

RINA YULINAR

Kemampuan menulis teks iklan peserta didik masih rendah sehingga diperlukan media pembelajaran digital yang efektif. Penelitian ini bertujuan mengetahui efektivitas penggunaan aplikasi Canva dalam meningkatkan kemampuan menulis teks iklan peserta didik kelas VIII di SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur. Penelitian menggunakan metode kuasi eksperimen dengan desain *Nonequivalent Control Group* yang melibatkan 100 peserta didik (50 eksperimen dan 50 kontrol). Instrumen berupa tes menulis teks iklan pada pretest dan posttest. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan rata-rata nilai yang lebih tinggi pada kelas eksperimen dibandingkan kelas kontrol. Nilai *N-gain* kelas eksperimen berada pada kategori sedang, sedangkan kelas kontrol pada kategori rendah. Uji-t independen menunjukkan perbedaan hasil posttest yang signifikan antara kedua kelompok ($p < 0,05$). Dengan demikian, penggunaan aplikasi Canva terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan menulis teks iklan peserta didik.

Kata kunci: Canva, menulis teks iklan, pembelajaran, kuasi eksperimen

Judul Skripsi : **Efektivitas Penggunaan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan Peserta Didik Kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur.**

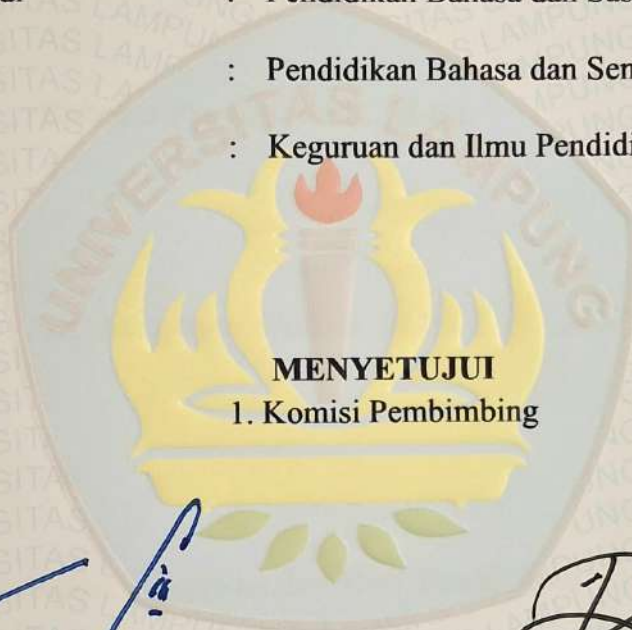
Nama Mahasiswa : **Rina Yulinar**

Nomor Pokok Mahasiswa : 21130410028

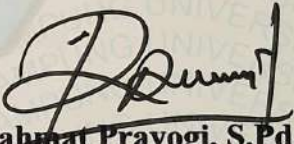
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni

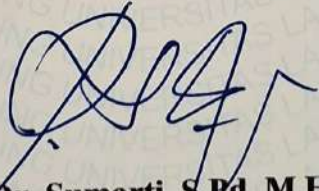
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan




Dr. Eka Sofia Agustina, M.Pd.
NIP 197808092008012014


Rahmat Prayogi, S.Pd., M.Pd.
NIP 199108142019031010

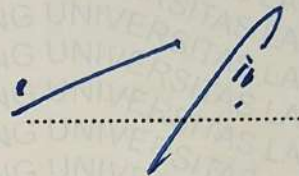
2. Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni


Dr. Sumarti, S.Pd. M.Hum.
NIP 197003181994032002

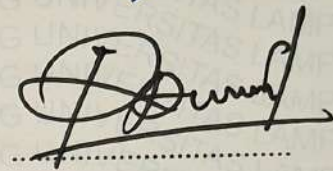
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

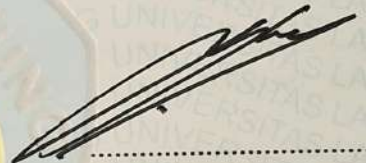
Ketua : **Dr. Eka Sofia Agustina, M.Pd.**



Sekretaris : **Rahmat Prayogi, S.Pd., M.Pd.**



Penguji : **Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd.**



2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd.

NIP 19870504 201404 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **5 Februari 2026**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Rina Yulinar
NPM : 2113041028
Judul Skripsi : Efektivitas Penggunaan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan Peserta Didik Kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

dengan ini menyatakan bahwa:

1. karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan, dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing skripsi;
2. dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
3. saya menyerahkan hak milik atas karya tulis ini kepada Universitas Lampung, dan oleh karenanya Universitas Lampung berhak melakukan pengelolaan atas karya tulis ini sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku; dan
4. pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 18 Januari 2026




Rina Yulinar
NPM 2113041028

RIWAYAT HIDUP



Rina Yulinar lahir di Banjar Agung, Tulang Bawang pada 8 Oktober 2001 sebagai anak kedua dari pasangan Sudrajat dan Elis Maesaroh. Penulis menempuh pendidikan di TK Negeri Pembina pada tahun 2007, SD Negeri 1 Tunggal Warga pada tahun 2008 sampai 2014, SMP Negeri 2 Banjar Agung pada tahun 2014 sampai 2017 dan melanjutkan pendidikan ke SMKS Nusantara Banjar Agung Tulang Bawang pada tahun 2017 sampai 2020.

Tahun 2021 penulis tercatat sebagai mahasiswa S-1 Program studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti berbagai aktivitas akademik dan kegiatan organisasi internal maupun eksternal, yang mendukung minat dalam pengembangan karakter serta pengembangan bahasa dan sastra. Pada tahun 2024 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Wayurang, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan dan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMAN 1 Kalianda. Pada tahun yang sama penulis juga mengikuti kegiatan Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha (P2MW) yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Riset dan Teknologi serta mengikuti kegiatan perlombaan Musabaqah Tilawatil Qur'an Mahasiswa Nasional di Universitas Brawijaya Malang.

MOTO

فَتَعَلَى اللَّهِ الْمَلِكُ الْحَقُّ وَلَا تَعْجَلْ بِالْقُرْآنِ مِنْ قَبْلِ أَنْ يُقْضَىٰ إِلَيْكَ وَحْيُهُ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

“Maha tinggi Allah, Raja yang sebenar-benarnya. Janganlah engkau (Nabi Muhammad) tergesa-gesa (membaca) Al-Qur’an sebelum selesai pewahyuannya kepadamu dan katakanlah, “Ya Tuhanku, tambahkanlah ilmu kepadaku”

(QS. Thaha: 114)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al Insyirah: 6)

“Salah satu pengerdilan terkejut dalam hidup adalah membiarkan pikiran yang cemerlang menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang mendahulukan istirahat sebelum lelah”

(Buya HAMKA)

“Bukan stres yang membunuh kita, tetapi reaksi kita terhadapnya”

(Henry Manampiring, Filosofi Teras)

PERSEMBAHAN



Alhamdulillah rabbal'amin dengan mengucap syukur kepada Allah Swt. atas segala rahmat, kasih sayang dan pertolongan-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw. Dengan penuh kerendahan hati dan rasa syukur, peneliti persembahkan karya sederhana ini sebagai tanda bukti cinta kepada :

Kedua Orang Tuaku Bapak (Sudrajat) dan Ambu (Elis M)

Terima kasih yang tiada terhingga untuk doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tak pernah tergantikan. Bapak dan Ambu yang tak hentinya memberikan semangat, motivasi, dan dukungan kepadaku. Semua yang sudah ku capai hari ini adalah buah dari doa Bapak dan Ambu. Skripsi ini kupersembahkan sebagai wujud rasa hormat dan baktiku kepada Bapak dan Ambu

Kakak dan Adikku (Reni Safitri, Dani Rismanto dan Jainudin)

Terima kasih atas semangat, doa, dan dukungan yang diberikan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Para Pendidikku (Guru dan Dosen)

Terima kasih telah memberikan ilmu yang bermanfaat, membimbingku dan menjadi teladan bagi diri ini. Terima kasih atas nasihat yang berharga selama menempuh perkuliahan. Semoga menjadi ilmu dan amal jariyah yang tak ternilai.

Almamater Tercinta Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah Swt. atas segala rahmat, hidayah, kesehatan, dan kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan Peserta Didik Kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini tidak terlepas dari peranan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd., selaku Dekan FKIP Univeristas Lampung.
2. Dr. Sumarti, M.Hum., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung.
3. Dr. Eka Sofia Agustina, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia sekaligus dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, nasihat, saran, serta motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Rahmat Prayogi, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan nasihat, saran, motivasi dan ilmu selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dr. Mulyanto Widodo, M.Pd., selaku dosen pembahas yang telah memberikan saran, kritik, perbaikan serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen, serta Staf Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung terima kasih atas saran, motivasi dan ilmu yang diberikan kepada penulis.
7. Keluarga besar SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur, terima kasih sudah memberikan izin, kesempatan dan bantuan selama proses penelitian skripsi ini berlangsung.
8. Bapak dan Ambu tercinta, terima kasih atas segala doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tidak pernah terbalas dengan apa pun. Bapak dan Ambu adalah sumber semangat terbesar dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini bukan hanya karya ilmiah tetapi juga wujud kecil dari rasa hormat dan baktiku kepada Bapak dan Ambu. Semoga keberhasilan ini menjadi kebanggaan dan kebahagiaan untuk Bapak dan Ambu.
9. Tete dan Mamas tersayang (Reni Safitri dan Dani Rismanto), terima kasih atas segala doa dan dukungan baik dalam bentuk moral dan materil untuk penulis, terima kasih juga kepada adik tersayang (Jainudin) semoga perjuangan kecil ini dapat menjadi contoh dan motivasi untukmu agar terus semangat mengejar impian.
10. Bapak Imam Mahmud, Mama Hayu, dan Adik Cila tersayang. Terima kasih sebesar-besarnya atas kasih sayang, perhatian, serta kebersamaan yang diberikan selama penulis menjalani kehidupan jauh dari orang tua. Dukungan, tawa, serta semangat yang tercipta dari kebersamaan ini menjadi salah satu kekuatan berharga hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Sahabat-sahabatku tersayang, Al Azhar, Vivi Baity Nurjanah, Luthvi Aulia Sahira, Fatma Aulia, Nur Anisa, Nur Aeni dan Nesa Delfi Eftasari. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, canda tawa, dan semangat yang selalu hadir di tengah perjalanan panjang ini. Bersama kalian rasa lelah terasa lebih ringan dan rintangan menjadi mudah dilalui. Persahabatan dan kebersamaan yang terjalin selama perjuangan ini adalah anugrah berharga yang tidak akan

terlupakan. Semoga skripsi ini juga menjadi bagian dari kebahagiaan kita bersama.

12. Keluarga Besar KMNU Universitas Lampung, terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, dukungan dan kebersamaan yang selalu diberikan.
13. Teman-teman Srikandi KKN Way Urang, Anggun Diana Putri, Yasinta Dewi, Amanda Ramadhona, Imroatus Sholihah, dan Indah Puspitasari. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses menyusun skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan, keluarga besar PBSI angkatan 2021, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan semangat yang kita lalui bersama selama masa perkuliahan. Setiap perjuangan diskusi, canda, dan tawa menjadi kenangan berharga yang tidak akan terlupakan. Kalian adalah bagian penting dalam perjalanan ini, yang membuat langkah terasa lebih ringan sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 18 Januari 2026

Rina Yulinar
NPM 2113041028

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
MOTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Media Pembelajaran.....	10
2.1.1 Pengertian Media Pembelajaran	10
2.1.2 Jenis Media Pembelajaran.....	12
2.1.3 Fungsi dan Peran Media Pembelajaran.....	15
2.1.4 Prinsip Pemilihan Media Pembelajaran di Sekolah	17
2.1.5 Ciri-Ciri Media Pembelajaran.....	19

2.2 Aplikasi Canva	22
2.2.1 Fungsi dan Manfaat Canva dalam Pembelajaran.....	23
2.2.2 Kelebihan Aplikasi Canva dalam Pembelajaran.....	24
2.2.3 Kekurangan Aplikasi Canva dalam Pembelajaran.....	25
2.2.4 Langkah-Langkah Menggunakan Canva	27
2.3 Teks Iklan	29
2.3.1 Pengertian Teks Iklan.	30
2.3.2 Kaidah Kebahasaan dan Struktur Teks Iklan.....	31
2.3.3 Pembuatan Teks Iklan.....	32
2.3.4 Karakteristik Teks Iklan.....	34
2.3.5 Menentukan Unsur-Unsur Pembentukan Iklan.....	35
2.4 Kerangka Pikir Penelitian	38
2.5 Hipotesis Penelitian	39
III. METODE PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Jnesi Data.....	42
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.2 Jenis Data.....	43
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	43
3.4.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	44
3.4.2 Uji Prasyarat Instrumen Penelitian.....	49
3.4.3 Perhitungan Nilai Kemampuan Menulis Teks Iklan.....	51
3.4.4 Uji Normalitas.....	51
3.4.5 Uji Homogenitas.....	52
3.4.6 Uji Hipotesis.....	52
3.4.7 Uji Tanggapan Peserta Didik.....	53
3.5 Prosedur Pelaksanaan Penelitian.....	53
3.6 Variabel Penelitian.....	54
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian.....	55
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian.....	60
4.1.3 Analisis Efektivitas Pemanfaatan Media Canva terhadap Kompetensi Menulis Teks Iklan.....	62
4.1.4 Hasil Tanggapan Peserta Didik.....	72
4.2 Pembahasan.....	74
4.2.1 Pembahasan Implikasi Penelitian.....	74
4.2.2 Pembahasan Kemampuan Menulis Teks Iklan Peserta Didik.....	78

V. SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Rasionalisasi Pembelajaran Bahasa Indonesia.....	3
2. Kolom Kata Kunci pada Canva.....	28
3. Hasil Pencarian Kata Kunci pada Canva	28
4. Kolom Canvas pada Aplikasi Canva.....	28
5. Menyimpan Dokumen Desain pada Canva.....	29
6. Contoh Desain Teks Iklan Peserta Didik	32
7. Pengundian Sampel.....	42
8. Perbandingan rata-rata nilai pretest kelas eksperimen dan kelas kontrol	64
9. Rata-rata nilai <i>posttest</i> kelas eksperimen dan kelas kontrol.....	67
10. Perbandingan rata-rata <i>N-gain</i>	70

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Desain Penelitian.....	40
2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	44
3. Tanggapan Peserta Didik terhadap Penggunaan Aplikasi Canva.....	49
4. Interpretasi Kriteria Validitas.....	50
5. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	50
6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	51
7. Klasifikasi <i>N-gain</i>	51
8. Klasifikasi Pernyataan Positif-Negatif.....	53
9. Kategori Tanggapan Peserta Didik terhadap Penggunaan Canva.....	53
10. Hasil Uji Validitas Soal.....	63
11. Hasil Uji Reliabilitas Soal.....	63
12. Statistik Deskriptif Data <i>Prestest</i>	64
13. Hasil Uji Normalitas Data <i>Pretest</i>	65
14. Hasil Uji Homogenitas Data <i>Pretest</i>	66
15. Statistik Deskriptif Data <i>Posttest</i>	66
16. Hasil Uji Normalitas Data <i>Posttest</i>	67
17. Hasil Uji Homogenitas Data <i>Posttest</i>	68
18. Hasil Uji <i>t Posttest</i>	69
19. Data Rata-Rata <i>N-gain</i> Keterampilan Menulis Teks Iklan.....	70
20. Tanggapan Peserta Didik Terhadap Penggunaan Aplikasi Canva.....	72
21. Rata-rata Skor Perindikator.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Jadwal Penelitian.....	93
2. Soal <i>Pretest</i>	94
3. Soal <i>Posttest</i> Kelas Kontrol	95
4. Soal <i>Posttest</i> Kelas Eksperimen.....	96
5. Lembar Penilaian Guru	97
6. Lembar Validasi Ahli Teks Iklan.....	98
7. Alur Pembelajaran.....	100
8. Hasil Penilaian Instrumen Penelitian Oleh Ahli	103
9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	109
10. Data Nilai Hasil Belajar Peserta Didik Kelas Kontrol dan Eksperimen	112
11. Data Rata-Rata <i>N-gain</i> Kemampuan Menulis Teks Iklan Kelas Eksperimen	118
12. Data Rata-Rata <i>N-gain</i> Kemampuan Menulis Teks Iklan Kelas Kontrol	120
13. Hasil Analisis Angket Tanggapan Peserta Didik.....	122
14. Hasil Uji Analisis Data Menggunakan <i>IBM SPSS.26</i>	125
15. Surat Permohonan Uji Instrumen.....	127
16. Surat Izin Penelitian	128
17. Surat Balasan dari SMP Muhammadiyah Al Ghifari.....	129
18. Dokumentasi Penelitian	130

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan abad 21 memiliki perubahan pola yang sangat terasa saat ini dan merupakan salah satu ciri dari era globalisasi yang disebut dengan era keterbukaan (*era of openness*), hal ini dibuktikan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi (Hasibuan, 2019). Pendidikan abad 21 merupakan pendidikan yang mampu membangun masyarakat berpengetahuan (*knowledge-based society*) yang terdiri atas (a) keterampilan melek TIK dan media (*ITC and media literacy skills*), (b) keterampilan berpikir kritis (*critical thinking*), (c) keterampilan memecahkan masalah (*problem solving skills*), (d) Keterampilan berkomunikasi efektif (*effective communication skills*) dan keterampilan bekerjasama secara kolaboratif (*collaborative skills*) (Setyawan, 2020). Keempat keterampilan tersebut tidak hanya mendukung terciptanya pembelajaran yang lebih efektif di kelas, tetapi juga membekali peserta didik untuk mampu menghadapi berbagai tantangan, baik dalam dunia kerja maupun kehidupan bermasyarakat yang kini semakin bertumpu pada teknologi dan digitalisasi (Agustina, 2025). Pendidikan abad ke-21 tidak hanya fokus pada pengetahuan peserta didik, tetapi juga pengembangan keterampilan individu dan sosial. Pada era ini peran guru ikut berubah, bukan lagi sebagai satu-satunya penyedia informasi, melainkan sebagai fasilitator dan motivator dalam memanfaatkan berbagai sumber belajar melalui kemajuan teknologi (Nuraini dkk., 2024).

Pada abad ke-21, kurikulum harus disusun dengan mempertimbangkan keberagaman kebutuhan peserta didik serta mengembangkan kreativitas, pemikiran kritis, keterampilan bekerja sama, kemampuan memecahkan masalah, literasi digital, dan kesiapan beradaptasi terhadap perubahan yang cepat (Lubis dkk., 2023). Pembaruan kurikulum oleh pemerintah menjadi langkah strategis

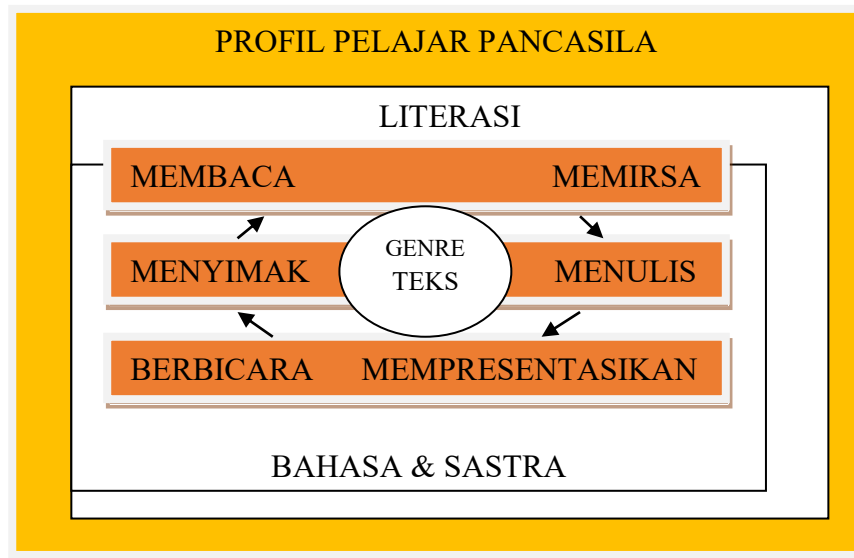
dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan di era abad ke-21. Melalui Kurikulum Merdeka, pendidik diberikan kebebasan dalam menentukan perangkat ajar yang dapat disesuaikan dengan karakteristik, kebutuhan, serta minat belajar peserta didik (Irawan, 2023). Penerapan Kurikulum Merdeka mendorong para pendidik untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan abad ke-21, yang menuntut penguasaan keterampilan dan kualifikasi yang lebih kompleks guna menghadapi tantangan pendidikan ditingkat global (Maulidia dkk., 2023).

Cara untuk melatih keterampilan abad ke-21 pada peserta didik adalah melalui pembelajaran Bahasa Indonesia, peserta didik diarahkan untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi yang meliputi menyimak, berbicara, membaca dan menulis (Susanti dan Mukhlis, 2023). Salah satu tujuan pembelajaran Bahasa Indonesia adalah membekali peserta didik dengan kemampuan berbahasa yang efektif dan reflektif agar mereka mampu menyampaikan ide secara kreatif dan kritis. Pembelajaran Bahasa Indonesia sebaiknya diarahkan pada pengembangan kompetensi yang terintegritasi dengan berbagai disiplin ilmu agar peserta didik mampu beradaptasi dan berperan dalam kehidupan modern yang selaras dengan ilmu pengetahuan dan teknologi (Wulansari dan Sunarya, 2023).

Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam konteks Kurikulum Merdeka menekankan pada pendekatan berbasis proyek. Peserta didik diarahkan untuk mengembangkan empat keterampilan berbahasa utama, yaitu menyimak, membaca, menulis, dan berbicara. Selain itu pada aspek pembelajaran, aspek sastra lebih difokuskan pada kemampuan memahami serta menginterpretasikan karya sastra (Baidhawi dkk., 2024). Dalam penerapan merdeka belajar, pembelajaran Bahasa Indonesia bertujuan untuk mendorong peserta didik menyampaikan pesan secara bebas dan kreatif sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, pendidik perlu menyiapkan materi pembelajaran yang bervariasi agar sesuai dengan bakat dan minat setiap peserta didik.

Keterampilan berbahasa, bersastra, dan berpikir menjadi dasar penting dalam meningkatkan kemampuan literasi. Literasi berperan sebagai sarana untuk memahami dan mengkaji berbagai ilmu dalam kehidupan sehari-hari. Saat peserta didik mampu menguasai literasi dengan baik, maka akan lebih mudah bagi peserta

didik untuk menyerap pengetahuan dari berbagai bidang. Pembelajaran Bahasa Indonesia berperan penting dalam mendukung penguatan kompetensi literasi agar peserta didik mampu memahami berbagai konteks sosial dan budaya Indonesia. Untuk mendukung penjelasan tersebut disajikan data berupa gambar yang menunjukkan rasionalisasi capaian pembelajaran Bahasa Indonesia (Amir, 2022).



Gambar 1. Rasional Pembelajaran Bahasa Indonesia
(Sumber: SK Kepala BSKAP, 2022)

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa pembelajaran Bahasa Indonesia diarahkan untuk mengembangkan empat keterampilan utama, yaitu menyimak, membaca, berbicara, dan menulis yang mencerminkan berbagai jenis penggunaan bahasa dalam kehidupan sehari-hari. Pembelajaran Bahasa Indonesia berperan besar dalam mendukung literasi dalam memahami konteks sosial budaya Indonesia (Pare dan Sihotang, 2023). Dalam rangka mencapai target pada pelajaran Bahasa Indonesia itu, pelajaran Bahasa Indonesia harus dibantu lewat adanya media belajar, salah satunya media pembelajaran berbasis teknologi. Pembelajaran Bahasa Indonesia yang memanfaatkan teknologi merupakan proses belajar yang didukung oleh perangkat digital, baik dalam penyajian materi ajar maupun metode penyampaiannya sehingga tercipta interaksi yang lebih aktif antara pendidik dan peserta didik selama proses pembelajaran (Mahyudi, 2023). Penggunaan teknologi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia bertujuan untuk menyesuaikan proses belajar dengan perkembangan zaman, salah satu manfaatnya

ialah meningkatkan minat dan partisipasi peserta didik. Bantuan aplikasi interaktif, video pembelajaran, dan berbagai platform digital peserta didik dapat mempelajari Bahasa Indonesia dengan cara yang lebih menarik dan menyenangkan (Purba dan Saragih, 2023). Pendekatan yang menggabungkan teknologi, pedagogi, dan pengetahuan konten dalam proses pembelajaran memberikan cara baru bagi pendidik untuk meningkatkan kualitas proses maupun hasil belajar peserta didik. Pendekatan ini dikenal dengan istilah TPACK (*Technological Pedagogical and Content Knowledge*) (Suyanto dkk. dalam Mardhianti, 2023).

TPACK merupakan bentuk kompetensi yang menuntut pendidik untuk menggabungkan penguasaan materi pelajaran, keterampilan mengajar (pedagogik) serta kemampuan dalam menggunakan teknologi saat melaksanakan pembelajaran di kelas. Penerapan TPACK tidak terbatas pada mata pelajaran berbasis teknologi saja, tetapi juga perlu diterapkan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia untuk meningkatkan efektivitas proses belajar (Chaniago dan Maulidiah, 2024). Keunggulan penerapan TPACK dalam pembelajaran adalah mampu mendorong peserta didik untuk berpikir kritis dan menjadi lebih mandiri. Keunggulan ini sejalan dengan prinsip-prinsip pendidikan inklusi serta mendukung tujuan dari program Merdeka Belajar yang digagas oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Mardhiati, 2023).

Terdapat lima kriteria TPACK yang perlu dikuasai oleh pendidik dalam merancang pembelajaran berbasis teknologi. Pertama, pendidik mampu mengidentifikasi materi yang cocok diajarkan dengan bantuan teknologi, terutama materi yang sulit dipahami peserta didik atau sukar dijelaskan secara efektif di kelas. Kedua, pendidik dapat menentukan cara penyajian materi agar lebih mudah dipahami peserta didik, terutama jika tidak memungkinkan dijelaskan secara tradisional. Ketiga, pendidik mampu menentukan strategi pembelajaran yang sulit diterapkan dengan metode konvensional. Keempat, pendidik dapat memilih perangkat teknologi yang tepat serta mengombinasikannya dengan pendekatan pedagogis yang efektif. Kelima, pendidik mampu merancang strategi pembelajarannya yang berpusat pada peserta didik dan relevan untuk dikaitkan

dengan penggunaan teknologi (Oktaviana, 2022).

Teknologi merupakan bidang ilmu yang berfokus pada upaya pemecahan berbagai permasalahan dalam dunia pendidikan sehingga tujuan pendidikan dapat tercapai melalui kegiatan yang mencakup perancangan, pengembangan, pemanfaatan, pengelolaan, serta evaluasi (Prayogi, 2020). Teknologi pembelajaran yang digunakan dalam pembelajaran tidak terlepas dari penggunaannya sebagai media pembelajaran. Dalam proses belajar mengajar, sangat penting bagi pendidik dan peserta didik untuk mengenal media pembelajaran sehingga dapat tercipta proses belajar yang kreatif, inovatif, dan kolaboratif. Media pembelajaran memberikan manfaat bagi pendidik dengan mendorong peserta didik untuk berpikir kritis, kreatif, dan aktif (Rizanta dan Arisanti, 2022). Media Pembelajaran dalam pembelajaran Bahasa Indonesia secara umum masih menggunakan media yang bersifat konvensional atau sudah tersedia, bukan hasil kreasi pendidik itu sendiri. Umumnya, media yang digunakan meliputi media pandang (*visual*), media dengar (*audio*), dan media pandang dengar (*audiovisual*) (Martiningsih, 2019).

Canva adalah aplikasi desain berbasis daring yang menyenangkan untuk digunakan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di sekolah. Aplikasi ini menawarkan berbagai jenis desain termasuk infografik, poster, video, grafik, bagan, brosur, logo, presentasi, dan sampul buku, serta dapat terhubung dengan media sosial. Canva sangat bermanfaat dalam menciptakan media pembelajaran yang menarik sehingga memungkinkan pendidik dan peserta didik untuk berkreasi secara kreatif (Hadana dkk., 2023). Canva adalah platform digital yang memudahkan pengguna dalam merancang berbagai media pembelajaran, termasuk pembuatan video animasi. Salah satu keunggulan Canva terletak pada kemudahan dalam mendesain segala jenis konten, termasuk media pembelajaran berbasis animasi yang dapat dimanfaatkan untuk membuat video pembelajaran interaktif (Hafidh dan Lena, 2023).

Penggunaan Canva dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya materi Teks Iklan di SMP mencerminkan pemanfaatan teknologi yang selaras dengan prinsip

TPACK. Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, terdapat banyak materi yang dapat diterapkan menggunakan teknologi, khususnya melalui aplikasi Canva (Pelangi dan Syarif, 2020). Contoh dalam pembelajaran sastra ialah pada materi puisi, peserta didik tidak lagi bergantung pada buku teks biasa, tetapi melalui literasi visual pada canva peserta didik dapat mengekspresikan pemikiran, kreativitas, dan emosinya secara langsung dengan memanfaatkan elemen warna, suasana, gambar, dan simbol-simbol lain dalam desain puisi yang dibuat. Sebagai contoh penerapan aplikasi canva dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, aplikasi canva dimanfaatkan peserta didik untuk membuat produk berupa probasi dan surat dinas yang dikemas secara menarik (Rochimmatussa'adah, 2024).

Peneliti telah melaksanakan pra-penelitian pada tanggal 27 September 2024 dengan perolehan data, yakni diketahui proses pembelajaran pada materi “Menulis Kreatif Teks Iklan” di SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur masih didominasi oleh penggunaan metode konvensional, yakni dengan media kertas dan alat tulis manual seperti pensil warna. Faktanya, SMP Muhammadiyah Al Ghifari telah memiliki fasilitas laboratorium komputer yang memadai, meskipun pemanfaatannya masih terbatas karena sekolah berada dalam lingkungan berbasis pondok pesantren yang memiliki regulasi tersendiri. SMP Muhammadiyah Al Ghifari merupakan lembaga pendidikan yang mengintegrasikan pembinaan akhlak dan keterampilan akademik, termasuk penguasaan Bahasa Indonesia. Hasil observasi awal dan wawancara menunjukkan bahwa peserta didik mengalami kendala dalam mengekspresikan gagasan secara kreatif, terutama dalam menuangkannya kedalam bentuk visual melalui media tradisional. Hal ini dibuktikan dengan hasil tes pada pembelajaran Teks Iklan semester sebelumnya yang belum memenuhi nilai minimum. Kendala ini menunjukkan adanya kebutuhan akan inovasi media pembelajaran yang mampu mengakomodasi potensi kreativitas peserta didik. Oleh karena itu, peneliti mengusulkan pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran alternatif yang berbasis teknologi digital.

Peneliti memilih aplikasi Canva sebagai media pembelajaran yang diteliti karena aplikasi Canva selain menyediakan *template* desain dan elemen-elemen yang

dapat disesuaikan, Canva juga mendukung pembuatan video, animasi, dan presentasi interaktif yang bisa mendukung untuk mengembangkan proses pembelajaran teks iklan. Tujuan utama penggunaan Canva adalah untuk pembelajaran kreatif peserta didik di sekolah. Oleh karena itu, fitur *Canva for Education* dapat digunakan dengan semestinya, sedangkan beberapa aplikasi lain seperti *Visme*, *Poster Mywall* dan *Snappa* lebih cocok digunakan untuk keperluan profesional dan bisnis meskipun sama-sama memiliki fitur desain iklan yang memadai.

Penelitian ini memiliki landasan akademis yang kuat karena bertujuan untuk menguji efektivitas penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi terkait penerapan media digital dalam pembelajaran Bahasa Indonesia serta mendukung teori konstruktivisme yang menekankan peran aktif peserta didik dalam proses pembelajaran melalui eksplorasi teknologi. Secara praktis, penelitian ini menawarkan solusi nyata bagi pendidik Bahasa Indonesia dalam memanfaatkan aplikasi desain digital untuk menciptakan materi pembelajaran yang lebih menarik dan efektif.

Penelitian tentang penggunaan aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran telah dilakukan oleh peneliti lain, akan tetapi variabel yang diteliti berbeda-beda, di antaranya penelitian Marwadi dan Sodiq (2022) mencatat efektivitas pembelajaran teks iklan menggunakan Canva dengan rata-rata penilaian sangat baik (91,5%). Sejalan dengan temuan tersebut, Purba (2022) menyatakan bahwa penggunaan Canva dalam proses pembelajaran mampu meningkatkan motivasi, keterlibatan, serta kemampuan berpikir kreatif peserta didik. Sementara Johan dkk. (2022) menemukan bahwa peserta didik yang belajar menggunakan Canva menunjukkan hasil kognitif lebih tinggi dibanding kelompok kontrol, serta menunjukkan antusiasme lebih besar dalam pembelajaran. Temuan dari Zakaria (2024) mendukung hal ini dengan menunjukkan bahwa penggunaan templat dan elemen Canva memiliki hubungan sangat kuat terhadap kreativitas peserta didik ($r = 0,901$), dengan 81,2% variasi kreativitas dijelaskan oleh penggunaan Canva. Selain itu, data kuantitatif dari pelatihan penggunaan Canva dalam pembelajaran

Matematika juga mencatat bahwa 90% peserta menyatakan aplikasi ini sangat membantu dalam memahami materi. Hal ini menegaskan bahwa Canva merupakan media pembelajaran yang inovatif dan efektif untuk menunjang kreativitas dan hasil belajar peserta didik. Berdasarkan paparan tersebut, secara umum belum ada penelitian yang meneliti efektivitas penggunaan aplikasi canva sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan. Oleh karena itu, peneliti termotivasi dan tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Efektivitas Penggunaan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan pada Peserta Didik Kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimanakah efektivitas penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini mendeskripsikan efektivitas penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik dari aspek teori maupun praktik, sebagaimana dijelaskan sebagai berikut.

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah kajian mengenai pemanfaatan aplikasi desain grafis seperti Canva. Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, penelitian ini menambah literatur tentang penggunaan media visual yang dapat membantu menciptakan pembelajaran lebih kreatif dan interaktif. Melalui penerapannya dalam pembelajaran menulis,

penggunaan Canva memberi peluang bagi peserta didik untuk lebih mudah menuangkan ide-idenya sehingga berkontribusi pada peningkatan kemampuan menulis teks iklan secara efektif.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat sebagai berikut.

- a. Bagi pendidik, penelitian ini memberikan alternatif penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran yang interaktif dan efektif untuk meningkatkan kreativitas peserta didik, pendidik dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan metode pengajaran yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan peserta didik di era digital.
- b. Bagi peserta didik, penelitian ini memberikan manfaat berupa tersedianya media pembelajaran yang lebih menarik dan mudah digunakan sehingga dapat membantu meningkatkan kemampuan menulis teks iklan serta mendorong kreativitas dalam menghasilkan karya yang lebih variatif.
- c. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian serupa yang berfokus pada efektivitas media pembelajaran digital dalam meningkatkan berbagai keterampilan berbahasa.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada penerapan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan peserta didik kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur. Fokus penelitian mencakup perbandingan hasil belajar antara kelas yang menggunakan Canva dan kelas yang menggunakan pembelajaran konvensional melalui desain *Nonequivalent Control Group*. Ruang lingkup data meliputi nilai *pretest*, *posttest*, dan perhitungan *N-Gain* peserta didik pada periode penelitian 26–31 Juli 2025. Penelitian ini tidak menelaah faktor eksternal lain, seperti motivasi belajar, lingkungan keluarga, atau variabel di luar perlakuan media pembelajaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Pembelajaran

Kata media berasal dari bahasa Latin, yakni *medius* yang berarti ‘tengah’ dan merupakan bentuk jamak dari kata medium. Secara etimologis, medium merujuk pada sesuatu yang berfungsi sebagai perantara atau penghubung. Oleh karena itu, media dapat diartikan sebagai sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan pembelajaran dari satu pihak ke pihak lainnya (Magdalena dkk., 2021). Media adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi sehingga membuat peserta didik mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan atau sikap. Dalam pengertian ini ialah pendidik, buku teks, atau lingkungan sekolah merupakan media pembelajaran. Media pembelajaran dipandang sebagai bagian penting dalam struktur pembelajaran karena memiliki peran yang signifikan dalam mendukung proses belajar mengajar. Pemanfaatan media pembelajaran yang tepat dapat memberikan dampak positif terhadap mutu pelaksanaan pembelajaran maupun capaian hasil belajar peserta didik (Nurdyansyah, 2019).

2.1.1 Pengertian Media Pembelajaran

Media pembelajaran merupakan sarana atau alat yang berisi materi pembelajaran dan digunakan di sekitar peserta didik untuk mendorong minat dan aktivitas belajar peserta didik (Arsyad, 2023). Media pembelajaran meliputi segala bentuk perangkat fisik dan materi yang digunakan oleh instruktur, dosen, pendidik, tutor, atau tenaga pendidik lainnya dalam proses pengajaran untuk mendukung pencapaian tujuan pembelajaran (Yaumi, 2017). Media pembelajaran mencakup semua hal yang bisa dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan dari pengirim kepada penerima sehingga mampu menstimulus pemikiran, perasaan, perhatian, dan minat peserta didik dalam proses pembelajaran (Tacsonao, 2018). Penggunaan

media dalam proses pembelajaran berpotensi meningkatkan minat dan motivasi belajar peserta didik, mengurangi risiko verbalisme, serta membangun pola pikir yang teratur dan sistematis. Selain itu, media pembelajaran juga berperan dalam memperluas pemahaman dan menanamkan nilai-nilai penting pada diri peserta didik (Andriani dkk., 2024).

Beragam strategi dan metode pembelajaran dirancang untuk meningkatkan kualitas pembelajaran secara efektif, salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah dengan menyediakan media pembelajaran yang praktis dan efisien (Fatria, 2018). Pembelajaran keterampilan Bahasa Indonesia harus mencakup tidak hanya aspek kognitif, tetapi juga kemampuan peserta didik dalam menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Oleh karena itu, diperlukan media yang interaktif, yang tidak hanya menyampaikan informasi kognitif, tetapi juga mendorong peserta didik untuk secara aktif terlibat dalam praktik belajar bahasa Indonesia (Praheto dkk., 2017). Proses belajar Bahasa Indonesia memerlukan media yang berfungsi sebagai alat bantu untuk mencapai tujuan pembelajaran, ini disebabkan oleh fakta bahwa media merupakan komponen penting dalam sistem pendidikan (Mahmasani, 2020). Pembelajaran Bahasa Indonesia sering kali dianggap membosankan sehingga pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat menjadi salah satu alternatif media yang efektif dalam proses pembelajaran peserta didik (Mahmasani, 2020).

Berdasarkan sintesis peneliti bahwa media pembelajaran memegang peranan penting dalam meningkatkan kualitas proses belajar, khususnya dalam pembelajaran Bahasa Indonesia. Sebagai sarana yang menyampaikan materi pembelajaran, media tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga mampu menstimulasi minat, perhatian, dan aktivitas peserta didik. Penggunaan media yang tepat dapat mengurangi verbalisme, membangun pola pikir sistematis, serta memperluas pemahaman peserta didik terhadap materi. Dalam konteks pembelajaran Bahasa Indonesia, diperlukan media yang interaktif dan berbasis teknologi untuk melibatkan peserta didik secara aktif dalam penguasaan keterampilan berbahasa, mulai dari menyimak, berbicara, membaca, hingga menulis. Oleh karena itu, pemanfaatan media pembelajaran yang efisien, praktis,

dan berbasis TIK menjadi solusi strategis untuk mengatasi kebosanan dan meningkatkan efektivitas pembelajaran Bahasa Indonesia.

2.1.2 Jenis Media Pembelajaran

Terdapat empat jenis media pembelajaran menurut Nurdyansyah (2019):

1. Media Pembelajaran Elektronik

Contoh media elektronik yang bisa digunakan ialah televisi. Televisi pendidikan telah didesain dan dikembangkan secara khusus untuk kepentingan pembelajaran sehingga program dan tampilannya telah disesuaikan dengan isi dan tujuan pembelajaran.

2. Media Pembelajaran Berbasis Komputer

Dengan menggunakan perangkat yang ada dalam jaringan komputer, pembelajaran akan bisa lebih efektif dan efisien sebab komputer dapat menampilkan pesan secara visual, audio, bahkan audio-visual. Komputer juga bisa digunakan sebagai sumber informasi pembelajaran.

3. Media Pembelajaran Cetak

Jenis media cetak yang digunakan dapat berupa majalah, koran, jurnal, buletin, *news latter*, karikatur, artikel, peta dan globe, buku pelajaran/buku, gambar/foto, sketsa, diagram, bagan, grafik, kartun dan poster.

4. Media Pembelajaran Digital

Jenis media digital yang digunakan dapat berupa media proyeksi transparansi/proyektor, film dan rekaman video.

Di sisi lain, media pembelajaran berdasarkan formatnya dibagi ke dalam empat kategori utama, yaitu (1) media visual, (2) media berbasis audio, (3) media yang menggabungkan unsur visual dan audio (audiovisual), serta (4) multimedia (Haptanti dkk., 2024). Para ahli telah mengelompokkan media pembelajaran ke dalam berbagai kategori. Berdasarkan kajian Setyosari dan Sihkabudden dalam Haptanti dkk. (2024), media pembelajaran dapat dikelompokkan berdasarkan lima aspek utama, yaitu karakteristik fisik, jenis serta tingkat pengalaman yang diperoleh, persepsi indera yang digunakan, cara pemanfaatannya, dan hierarki pemanfaatannya.

1. Pengelompokan berdasarkan karakteristik fisik media pembelajaran dapat dikategorikan menjadi empat jenis utama sebagai berikut.
 - a. Media dua dimensi, yaitu media yang hanya dapat diamati dari satu sudut pandang, seperti gambar, grafik, foto, peta, bagan, serta papan tulis.
 - b. Media tiga dimensi (3D), yaitu media yang memiliki dimensi panjang, lebar, dan tinggi, sehingga dapat diamati dari berbagai arah.
 - c. Media gambar diam, yaitu media berbasis proyeksi yang menampilkan gambar statis pada layar.
 - d. Media gambar bergerak, yaitu media berbasis proyeksi yang dapat menampilkan visual bergerak, seperti televisi, film, dan rekaman video.

Gerlach dan Ely (1996) lebih lanjut mengklasifikasikan media berdasarkan bentuk fisiknya ke dalam delapan tipe berikut.

- a. Benda nyata dan model (*real object and model*) yang merepresentasikan objek sesungguhnya.
 - b. Media cetak verbal (*printed verbal*), yaitu presentasi kata-kata dalam bentuk tercetak atau diproyeksikan melalui slide atau film bingkai.
 - c. Media visual cetak (*printed visual*) termasuk grafik, bagan, dan peta.
 - d. Gambar diam (*still picture*) yang berupa foto atau ilustrasi yang menggambarkan suatu objek atau kejadian.
 - e. Gambar bergerak (*motion picture*), yaitu film atau rekaman video dari suatu peristiwa nyata.
 - f. Rekaman audio (*audio recorder*) yang berisi suara, baik berupa verbal maupun efek musik.
2. Pengelompokan berdasarkan unsur utama. Dalam pembelajaran, media dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu media visual, media audio, dan media audiovisual. Sulaiman (2001) menguraikan kategori ini lebih lanjut menjadi sepuluh jenis, yaitu (a) media berbasis audio, (b) media berbasis visual, (c) media audiovisual, (d) media audio dengan gambar bergerak, (e) media audio dengan gambar diam, (f) media audio dengan semi-gerakan, (g) media visual bergerak, (h) media visual diam, (i) media berbasis audio, (j) media cetak.

3. Pengelompokan Berdasarkan Pengalaman Belajar
 - a. Edgar Dale, dalam bukunya, *Audio Visual Method in Teaching* (1969), mengklasifikasikan media pembelajaran berdasarkan jenjang pengalaman yang diperoleh oleh peserta didik. Dale menyusun bagan yang dikenal dengan nama *Dale's Cone of Experience* (kerucut pengalaman Dale) yang menggambarkan berbagai tingkat pengalaman belajar.
 - b. Menurut Thomas dan Sutjiono (2005) membagi pengalaman belajar menjadi tiga kategori utama:
 - 1) pengalaman melalui informasi verbal, yaitu interaksi melalui kata-kata lisan yang diucapkan;
 - 2) pengalaman langsung melalui objek nyata, yang melibatkan observasi atau keterlibatan langsung dalam suatu kejadian;
 - 3) pengalaman melalui media tiruan, berupa model atau representasi suatu proses, objek, atau peristiwa.
4. Pengelompokan Berdasarkan Penggunaan, Media pembelajaran juga dapat dikelompokkan berdasarkan cara penggunaannya, yang mencakup dua hal berikut.
 - a. Berdasarkan Jumlah Pengguna
 - 1) Media yang digunakan secara individu, seperti perangkat pembelajaran mandiri atau laboratorium elektronik.
 - 2) Media yang digunakan dalam kelompok atau kelas.
 - 3) Media yang digunakan untuk skala massal, seperti radio, televisi, dan film.
 - b. Berdasarkan Metode Penggunaan
 - 1) Media tradisional atau konvensional, seperti peta dan ilustrasi grafis.
 - 2) Media modern atau kompleks, seperti komputer yang terintegrasi dengan teknologi elektronik lainnya.
5. Berdasarkan hierarki pemanfaatan, menurut Midun, selain jumlah dan metode penggunaan, media pembelajaran juga dapat dikategorikan berdasarkan tingkat manfaatnya dalam proses pembelajaran.

2.1.3 Fungsi dan Peran Media Pembelajaran

Awalnya, media pembelajaran dimanfaatkan sebatas sebagai alat bantu visual yang berfungsi memberikan pengalaman belajar secara visual kepada peserta didik. Penggunaan ini bertujuan untuk meningkatkan motivasi, sekaligus membantu menjelaskan konsep-konsep abstrak agar lebih konkret, sederhana, dan mudah dipahami (Nurdyansah, 2019). Terdapat empat fungsi media pembelajaran terkhususnya media pembelajaran visual yang dikemukakan oleh Levie dan Lentz dalam (Nurdyansyah, 2019), yaitu fungsi atensi, fungsi afektif, fungsi kognitif dan fungsi kompensatoris.

1. Fungsi atensi, yakni menarik perhatian peserta didik dan membantu peserta didik fokus pada materi yang disajikan, baik melalui gambar maupun elemen visual yang mendukung isi teks pelajaran.
2. Fungsi afektif, dari media visual tercermin melalui respons emosional peserta didik saat mempelajari teks bergambar. Unsur gambar atau simbol visual mampu membangkitkan perasaan dan memengaruhi sikap peserta didik terhadap materi pembelajaran.
3. Fungsi kognitif, penggunaan lambang visual atau gambar dalam media pembelajaran terbukti dapat membantu mempercepat pemahaman serta memperkuat daya ingat peserta didik terhadap informasi atau pesan yang disampaikan melalui visual tersebut.
4. Fungsi kompensatoris, media visual yang memberikan konteks terhadap isi teks dapat membantu peserta didik dengan kemampuan membaca rendah dalam menyusun informasi secara lebih terstruktur dan meningkatkan daya ingat terhadap materi yang dipelajari.

Suatu sumber belajar dapat disebut sebagai media apabila menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dari keseluruhan proses pembelajaran. Media juga berfungsi sebagai alat bantu yang mendukung tercapainya pembelajaran yang lebih efektif dan efisien. Adapun fungsi media pembelajaran yang dikemukakan oleh Rahayuningsih (2022) sebagai berikut.

1. Media pembelajaran bukan sekadar berperan sebagai pelengkap, melainkan memiliki fungsi khusus sebagai alat bantu yang berkontribusi langsung dalam menciptakan proses pembelajaran yang lebih efektif.

2. Media pembelajaran menjadi elemen penting yang menyatu dalam proses belajar secara keseluruhan. Artinya, media tidak dapat dipisahkan dari komponen pembelajaran lain karena semuanya saling terkait untuk menciptakan suasana belajar yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan.
3. Dalam penerapannya, media pembelajaran perlu disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai, baik dari segi kompetensi maupun materi ajar. Artinya, pemilihan media harus mempertimbangkan kesesuaiannya dengan konten pembelajaran dan capaian yang diharapkan.
4. Media pembelajaran tidak dimaksudkan sebagai sarana hiburan sehingga penggunaannya tidak boleh semata-mata ditujukan untuk menghibur, bermain, atau sekadar menarik perhatian peserta didik tanpa memperhatikan tujuan pembelajaran.
5. Salah satu fungsi media pembelajaran adalah mempercepat proses pemahaman peserta didik terhadap materi dan tujuan pembelajaran, karena penyampaian informasi menjadi lebih mudah dipahami dan efisien.
6. Penggunaan media dalam proses belajar mengajar dapat meningkatkan mutu pembelajaran. Umumnya, materi yang disampaikan melalui media lebih mudah diingat oleh peserta didik, sehingga pemahamannya bertahan lebih lama dan memberikan dampak positif terhadap hasil belajar.
7. Media pembelajaran memberikan landasan berpikir yang lebih nyata dan terstruktur sehingga mampu membantu mengurangi kecenderungan peserta didik memahami materi secara verbalistik tanpa pemahaman mendalam.

Dalam proses pembelajaran, media memiliki berbagai peran penting. Namun, selama ini kegiatan belajar sering kali masih bergantung penuh pada peran pendidik sehingga pemanfaatan media belum optimal dan cenderung hanya dijadikan sebagai alat bantu semata. Dalam pendekatan pembelajaran yang berpusat pada peran pendidik, media pembelajaran berperan sebagai pendukung tambahan yang memperkuat penyampaian materi. Jika dirancang dengan baik, maka media tersebut dapat membantu meningkatkan kualitas pembelajaran. Namun, keberhasilannya tetap sangat bergantung pada kemampuan dan cara pendidik dalam mengelolanya (Miftah, 2013).

2.1.4 Prinsip Pemilihan Media Pembelajaran di Sekolah

Pendidik perlu memperhatikan beberapa prinsip dalam memilih media pembelajaran, diantaranya adalah sebagai berikut (Arsyad dalam Dina dkk., 2025).

1. Prinsip Efektivitas dan Efisiensi

Efektivitas dalam pembelajaran merujuk pada sejauh mana tujuan pembelajaran tercapai, sedangkan efisiensi berkaitan dengan pencapaian tujuan tersebut dengan memanfaatkan waktu, media, dan sumber daya secara optimal. Media yang memenuhi kedua aspek ini mampu meningkatkan minat belajar peserta didik serta memudahkan peserta didik dalam menyerap materi.

2. Prinsip Taraf Berpikir Peserta Didik

Media pembelajaran berperan sebagai sarana pendukung dalam proses belajar yang mampu memberikan pengalaman visual kepada peserta didik. Tujuannya ialah untuk menumbuhkan motivasi, memperjelas materi, serta menyederhanakan konsep yang abstrak agar lebih mudah dipahami. Pemilihan media pun harus mempertimbangkan tingkat berpikir peserta didik agar sesuai dengan kemampuan peserta didik.

3. Prinsip Interaktivitas Media Pembelajaran

Semakin tinggi tingkat interaktivitas suatu media pembelajaran, maka semakin besar pula kemampuannya dalam mendorong partisipasi aktif peserta didik selama proses belajar berlangsung.

4. Ketersediaan Media Pembelajaran

Dalam merancang pembelajaran, pendidik perlu mempertimbangkan ketersediaan media yang akan digunakan. Jika media tidak tersedia di sekolah, maka perencanaan pembelajaran bisa menjadi tidak efektif. Oleh karena itu, pendidik perlu menyiapkan alternatif, seperti meminjam atau membua media sendiri, serta memastikan jumlahnya mencukupi, terutama jika pembelajaran dilakukan secara berkelompok.

5. Kemampuan Pendidik Menggunakan Media Pembelajaran

Pemilihan media pembelajaran harus mempertimbangkan kemampuan pendidik dalam menguasai dan mengoperasikan media tersebut. Efektivitas pembelajaran akan meningkat jika pendidik memiliki dan menguasai sendiri

media yang digunakan, misalnya laptop, terutama ketika materi yang diajarkan berkaitan langsung dengan teknologi atau pelajaran yang membutuhkan alat bantu tertentu.

6. Alokasi Waktu

Meskipun media pembelajaran memiliki banyak kelebihan dan relevansi tinggi terhadap pencapaian tujuan pembelajaran, penggunaannya terkadang harus dikurangi karena keterbatasan waktu. Namun, pendidik yang berpengalaman umumnya dapat menyalahi kendala waktu tersebut dengan strategi yang tepat.

7. Fleksibilitas (Kelenturan) Media Pembelajaran

Media pembelajaran yang digunakan pendidik sebaiknya memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi, yaitu mampu menyesuaikan dengan berbagai kondisi dalam proses pembelajaran. Hal ini penting mengingat situasi di kelas dapat berubah sewaktu-waktu sehingga media yang kurang fleksibel mungkin menjadi tidak dapat digunakan secara optimal.

8. Keamanan Penggunaan Media Pembelajaran

Dalam memilih media pembelajaran, aspek keamanan peserta didik harus menjadi perhatian utama. Media yang berisiko seperti yang mudah terbakar, memiliki sisi tajam, bersuhu tinggi, atau mengandung bahan kimia berbahaya, sebaiknya dihindari agar tidak menimbulkan potensi bahaya selama proses pembelajaran berlangsung.

Penggunaan media pembelajaran di sekolah hendaknya memperhatikan langkah-langkah berikut (Arsyad dalam Masdar dkk., 2024).

1. Penggunaan media pembelajaran dapat membantu memperjelas penyampaian informasi, sekaligus mendukung kelancaran proses belajar serta berkontribusi pada peningkatan hasil belajar peserta didik.
2. Penggunaan media pembelajaran dapat membantu meningkatkan fokus dan perhatian peserta didik, sehingga mendorong munculnya motivasi belajar serta menciptakan interaksi yang lebih aktif antara peserta didik dan lingkungan belajarnya.
3. Media pembelajaran memiliki kemampuan untuk mengatasi berbagai keterbatasan, seperti keterbatasan indra, ruang, dan waktu. Misalnya, objek yang terlalu besar atau terlalu kecil dapat disajikan melalui gambar, slide, atau

teknologi optik seperti mikroskop. Bahkan peristiwa yang terjadi di masa lalu dapat ditampilkan kembali melalui media seperti rekaman video atau film.

4. Media pembelajaran memungkinkan peserta didik untuk memperoleh pengalaman dalam berbagi dan merefleksikan berbagai peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar peserta didik.

Melihat dari aspek yang sudah disebutkan berkaitan dengan media pembelajaran, salah satu media pembelajaran yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi Canva. Aplikasi Canva merupakan salah satu media pembelajaran berbasis audiovisual yang banyak dimanfaatkan dalam dunia pendidikan. Platform ini berfungsi sebagai alat untuk merancang berbagai materi ajar yang menarik, seperti presentasi, infografis, video, dan poster.

Dengan beragam templat dan fitur desain yang tersedia, Canva membantu pendidik dalam menciptakan konten visual yang lebih interaktif serta mendukung pembelajaran kolaboratif. Melalui Canva, pendidik dapat menghasilkan video pembelajaran yang lebih dinamis dan menyenangkan sehingga mampu meningkatkan minat serta pemahaman peserta didik terhadap materi. Selain itu, aplikasi ini dapat diakses dengan mudah melalui berbagai perangkat, seperti komputer maupun ponsel, menjadikannya sebagai solusi efektif dalam mendukung proses pembelajaran di berbagai jenjang pendidikan.

2.1.5 Ciri-Ciri Media Pembelajaran

Tiga ciri dari media pembelajaran menjelaskan alasan mengapa media digunakan dalam proses belajar dan menunjukkan hal-hal yang bisa dilakukan media, tetapi mungkin sulit atau kurang efektif jika hanya dilakukan oleh pendidik, berikut adalah ciri media pembelajaran (Arsyad, 2023).

1. Ciri Fiksatif (*Fixative Property*)

Ciri ini menunjukkan bahwa media pembelajaran memiliki kemampuan untuk peserta didik, menyimpan, menjaga, dan menyusun ulang suatu peristiwa atau objek. Misalnya, kejadian atau objek bisa direkam melalui foto, video, rekaman suara, disket komputer, atau film, lalu ditampilkan kembali kapan saja dibutuhkan. Dengan adanya kemampuan ini, media bisa menyajikan ulang

suatu kejadian atau objek dari masa lalu, tanpa dibatasi oleh waktu. Kemampuan ini sangat berguna bagi per, karena rekaman dari suatu kejadian atau objek bisa digunakan berkali-kali dalam pembelajaran. Misalnya, kejadian penting yang hanya terjadi sekali dalam sepuluh tahun atau bahkan seratus tahun bisa direkam dan ditampilkan kembali saat dibutuhkan. Proses atau kegiatan rumit di laboratorium juga bisa direkam dan ditonton kembali beberapa kali. Bahkan, kegiatan peserta didik juga bisa direkam untuk kemudian ditinjau dan dibahas bersama oleh teman-teman sekelas, baik secara individu maupun kelompok.

2. Ciri Manipulatif (*Manipulative Property*)

Media pembelajaran memiliki kemampuan manipulatif, yaitu bisa mengubah atau mengatur ulang kejadian atau objek agar lebih mudah dipahami oleh peserta didik. Misalnya, kejadian yang berlangsung selama beberapa hari, seperti proses perubahan dari larva menjadi kupu-kupu, bisa ditampilkan hanya dalam dua atau tiga menit dengan teknik perekaman *time-lapse*. Sebaliknya, media juga bisa memperlambat suatu kejadian agar detailnya terlihat lebih jelas, seperti saat loncat galah atau reaksi kimia. Media seperti video atau foto dapat merekam suatu gerakan, dan hasil rekamannya bisa diputar mundur atau diperlambat. Rekaman video atau audio juga bisa diedit agar hanya bagian penting yang ditampilkan, seperti potongan pidato atau peristiwa tertentu, dan bagian yang tidak penting bisa dihilangkan. Namun, proses pengeditan ini harus dilakukan dengan hati-hati. Jika salah dalam menyusun ulang urutan kejadian atau memotong bagian yang penting, maka bisa menimbulkan salah paham atau membuat informasi menjadi menyesatkan. Kemampuan manipulatif media juga berguna untuk menghemat waktu. Contohnya, proses panjang seperti menanam gandum, memanennya, mengolah menjadi tepung, lalu membuat roti bisa disajikan dalam satu video singkat yang tetap memberikan pemahaman yang cukup kepada peserta didik.

3. Ciri Distribusi (*Distributive Property*)

Ciri distributif dari media memungkinkan suatu peristiwa atau objek disampaikan ke berbagai tempat secara bersamaan. Dengan begitu, banyak peserta didik bisa menerima informasi atau pengalaman yang hampir sama,

meskipun berada di lokasi berbeda. Saat ini, media pembelajaran tidak lagi terbatas untuk satu kelas saja. Rekaman video, audio, atau *file* komputer bisa dibagikan ke berbagai tempat kapan saja sesuai kebutuhan. Setelah suatu informasi direkam dalam bentuk media, informasi itu bisa digandakan sebanyak yang diperlukan dan digunakan di berbagai tempat sekaligus, atau dipakai berulang-ulang di satu tempat. Isi dari media yang direkam pun tetap konsisten, sehingga informasi yang diterima peserta didik akan tetap sama atau hampir sama dengan versi aslinya.

Selain ciri-ciri utama yang sudah dikemukakan di atas, media pembelajaran juga memiliki beberapa ciri umum lainnya (Hasibuan, 2016).

1. Media pembelajaran memiliki bentuk fisik yang disebut perangkat keras (*hardware*) yaitu benda yang bisa dilihat, didengar atau disentuh oleh panca indera.
2. Media pembelajaran memiliki bentuk fisik yang disebut perangkat lunak (*software*), yaitu isi atau pesan yang tersimpan dalam perangkat keras, yang ingin disampaikan kepada peserta didik.
3. Media pembelajaran biasanya lebih menekankan pada tampilan visual dan suara (audio)
4. Media berfungsi sebagai alat bantu dalam proses belajar, baik saat di dalam kelas maupun di luar kelas.
5. Media digunakan untuk mendukung komunikasi dan interaksi antara pendidik dan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran.
6. Media dapat digunakan secara luas, baik untuk pembelajaran massal (seperti radio dan televisi), untuk kelompok besar atau kecil (seperti film, *slide*, video, OHP), maupun untuk pembelajaran perorangan (seperti modul, komputer, radio kaset, dan video *recorder*).
7. Media pembelajaran juga mencakup sikap, tindakan, pengaturan, strategi, dan manajemen yang berhubungan dengan penerapan suatu ilmu dalam proses pembelajaran.

Berdasarkan ciri-ciri media pembelajaran yang mencakup beberapa aspek serta fungsinya dalam menyampaikan pesan pembelajaran secara visual dan audio sehingga Canva dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang efektif. Canva sebagai aplikasi desain grafis digital memungkinkan peserta didik untuk membuat materi visual yang menarik dan komunikatif. Dalam konteks pembelajaran teks iklan, Canva memberikan kemudahan bagi peserta didik untuk menyusun kata-kata persuasif, memilih elemen visual yang mendukung pesan iklan, serta mengembangkan kreativitas dalam menyampaikan ide. Oleh karena itu, Canva sangat sesuai digunakan dalam pembelajaran pembuatan teks iklan karena mampu menggabungkan unsur bahasa dan desain secara terpadu dan menarik.

2.2 Aplikasi Canva

Dalam pemanfaatan media pembelajaran digital, media grafis menjadi salah satu yang paling umum digunakan. Dalam konteks pemenuhan kebutuhan bahan ajar yang berbasis pada *Technological Pedagogical Content Knowledge (TPACK)*, gambar grafis memainkan peran penting sebagai media yang memberikan elemen visual dalam materi pembelajaran (Rambe dkk., 2023). Salah satu media ajar yang sering digunakan adalah aplikasi Canva. Aplikasi ini merupakan salah satu alat yang bersifat *open source* sehingga dapat diakses secara gratis oleh siapa saja, termasuk pemula. Selain itu, platform ini juga tersedia untuk penggunaan di perangkat desktop maupun *smartphone* (Anggraeny dkk., 2021).

Canva merupakan aplikasi desain grafis yang dirancang untuk membantu pengguna dalam menciptakan beragam konten visual, seperti grafik untuk media sosial, poster, dan presentasi, dengan berbagai fitur yang ramah pengguna dan sederhana. Aplikasi ini memungkinkan peserta didik untuk meningkatkan keterampilan desain grafis peserta didik tanpa harus memiliki pemahaman teknis yang mendalam (Anggai dkk., 2024). Canva merupakan platform desain daring yang menyediakan berbagai alat untuk menciptakan infografis, spanduk, poster, brosur, resume, grafik, pamflet, presentasi, dan banyak lagi. Di Canva, tersedia berbagai tipe presentasi, termasuk presentasi kreatif, pendidikan, bisnis, periklanan, teknologi, dan lainnya (Anggai dkk., 2024). Canva memiliki

keunggulan dibandingkan media desain lain karena mudah untuk digunakan, memiliki fitur *drag-and-drop*, serta menyediakan templat yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pembelajaran peserta didik.

2.2.1 Fungsi dan Manfaat Canva dalam Pembelajaran

Aplikasi Canva dapat digunakan dalam dunia pendidikan, terutama di era teknologi saat ini. Canva memberikan dukungan nyata dalam pembuatan aksi maupun refleksi pembelajaran, dengan menawarkan kemudahan bagi para pendidik dalam merancang materi ajar secara praktis dan menarik (Yanti dkk., 2024). Canva memiliki peran penting dalam mendukung transformasi pendidikan melalui kemudahan penggunaan dan kelengkapan fitur desain yang dimilikinya. Aplikasi ini tidak hanya terbatas pada bidang bisnis atau desain grafis, tetapi juga dapat diterapkan secara efektif dalam dunia pendidikan sebagai media pembelajaran. Dengan Canva, pendidik dan peserta didik dapat dengan mudah menggabungkan elemen visual, teks, dan grafis untuk menciptakan materi ajar yang menarik dan interaktif (Rohmiasih dan Sartika, 2023).

Pemanfaatan aplikasi Canva dalam kegiatan pembelajaran berperan sebagai media pembelajaran inovatif yang mengadopsi teknologi digital secara efektif dan efisien, sejalan dengan kemajuan zaman. Melalui Canva, media pembelajaran dapat dirancang dengan tampilan yang menarik sehingga mampu meningkatkan antusiasme belajar peserta didik (Afianti, 2024).

Fungsi dan Manfaat Aplikasi Canva dalam Pembelajaran akan dijabarkan dalam beberapa poin berikut ini.

1. Membuat Media Pembelajaran Visual

Canva memfasilitasi pembuatan beragam media pembelajaran seperti infografis, poster, presentasi, dan modul elektronik yang mampu memperkuat pemahaman peserta didik melalui pengalaman belajar yang lebih visual dan mendalam (Rohmiasih dan Sartika, 2023).

2. Meningkatkan Kreativitas

Dengan menyediakan berbagai template, animasi, dan fitur *drag-and-drop*, Canva memfasilitasi pendidik dan peserta didik untuk mengekspresikan

kreativitas peserta didik dalam merancang materi pembelajaran serta menyampaikan ide secara visual dengan lebih menarik dan mudah dipahami (Parinduri, 2023).

3. Mempermudah Penyusunan Materi

Pendidik dapat menyusun materi pembelajaran yang menarik secara cepat dan praktis tanpa perlu memiliki keterampilan desain grafis yang kompleks. Hal ini memungkinkan efisiensi waktu dalam menyiapkan pembelajaran menjadi lebih optimal (Afianti, 2024).

4. Kolaborasi dan Aksesibilitas

Pendidik dapat menyusun materi pembelajaran secara cepat dan praktis tanpa memerlukan keahlian desain grafis yang tinggi, sehingga persiapan pembelajaran menjadi lebih efisien dan hemat waktu (Parinduri, 2023).

5. Meningkatkan Kompetensi TIK

Pengintegrasian Canva dalam pembelajaran turut meningkatkan kompetensi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bagi pendidik maupun peserta didik, yang menjadi salah satu keterampilan esensial di era digital saat ini (Yanti, 2024).

2.2.2 Kelebihan Aplikasi Canva

Canva merupakan platform desain grafis yang mempermudah penggunaannya dalam menciptakan berbagai materi kreatif secara daring. Aplikasi ini memungkinkan pembuatan beragam desain, seperti kartu ucapan, poster, brosur, infografik, hingga presentasi, dengan cara yang praktis dan intuitif (Parinduri, 2023). Kelebihan fitur dalam aplikasi Canva, seperti presentasi kreatif, pendidikan, bisnis, periklanan, teknologi, kelebihan-kelebihan tersebut dapat dilihat sebagai berikut.

1. Canva menyediakan beragam desain yang menarik bagi penggunaannya.
2. Aplikasi ini mampu meningkatkan kreativitas pendidik dan peserta didik dalam mendesain media pembelajaran karena dilengkapi dengan berbagai fitur yang telah tersedia.
3. Penggunaan Canva dalam pembelajaran dapat menghemat waktu karena memungkinkan pembuatan media secara praktis.

4. Mendesain menggunakan Canva tidak harus dilakukan melalui laptop, tetapi juga dapat dilakukan menggunakan gawai (Tanjung dan Faiza dalam Pelangi dan Syarif, 2020).

Canva memfasilitasi pendidik dan peserta didik dalam menjalankan pembelajaran berbasis teknologi, keterampilan, serta kreativitas, sekaligus memberikan berbagai manfaat lainnya. Hal ini disebabkan oleh desain yang dihasilkan melalui Canva dapat meningkatkan minat peserta didik dalam proses belajar dan memperkuat keterlibatan peserta didik dalam kegiatan pembelajaran (Wulandari dan Mudinillah, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tanjung dan Faiza (dalam Anggai dkk., 2024) terdapat beberapa keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi Canva, yaitu (1) Canva menawarkan beragam desain yang menarik secara visual sehingga dapat menarik perhatian pengguna, (2) aplikasi ini dapat mendorong kreativitas baik peserta didik maupun pendidik dalam merancang media pembelajaran, berkat berbagai fitur yang tersedia, (3) Canva juga memungkinkan pengguna untuk menghemat waktu dalam pembuatan media pembelajaran secara efisien, (4) pengguna tidak perlu mengandalkan laptop karena semua kegiatan desain dapat dilakukan melalui perangkat gawai.

Canva merupakan sebuah platform desain grafis yang praktis dan serbaguna untuk menciptakan berbagai materi kreatif secara *online*. Dengan beragam fitur menarik yang dapat diakses dengan mudah melalui berbagai perangkat, Canva membantu meningkatkan kreativitas baik bagi pendidik maupun peserta didik, mengoptimalkan waktu, serta mendorong partisipasi dan ketertarikan peserta didik dalam pembelajaran berbasis teknologi.

2.2.3 Kekurangan Aplikasi Canva

Pada abad ke-21, peserta didik dituntut untuk terus berkembang sejalan dengan kemajuan zaman dan teknologi. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi dalam mengolah informasi serta berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari (Romadhoni, 2024). Selain kelebihan fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Canva, terdapat kekurangan pula yang menyertainya.

Kelemahan yang dimiliki Canva menunjukkan bahwa tidak ada platform desain yang benar-benar sempurna untuk digunakan. Beberapa kekurangan tersebut antara lain (1) hanya dapat diakses secara daring atau memerlukan koneksi internet; (2) terkadang membutuhkan jaringan yang stabil agar aplikasi atau situs web Canva dapat dibuka dengan lancar; serta (3) tidak semua fitur tersedia secara gratis, beberapa di antaranya hanya bisa digunakan dengan akun berbayar (Syahrir dkk., 2023). Canva memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya ketergantungan pada koneksi internet yang stabil agar dapat digunakan secara optimal. Selain itu, Canva menyediakan berbagai template, stiker, ilustrasi, dan font berbayar, sehingga beberapa desain yang dipilih pengguna mungkin memiliki kemiripan dengan templat yang telah tersedia. Meskipun demikian, pengguna tetap memiliki kebebasan untuk menentukan desain yang berbeda sesuai dengan kebutuhan peserta didik (Fitriyah dkk., 2024).

Kekurangan aplikasi Canva yang diuraikan oleh Pahrin dkk., (2023) adalah sebagai berikut.

1. Canva bergantung pada koneksi internet yang stabil dan memadai. Jika perangkat seperti ponsel android atau laptop tidak memiliki akses internet atau kuota yang cukup. Aplikasi ini tidak dapat digunakan untuk proses desain.
2. Beberapa fitur dalam Canva, seperti templat, stiker, ilustrasi, dan fon, tersedia dalam versi berbayar. Meskipun demikian, masih banyak pilihan templat gratis yang menarik. Pengguna tetap dapat menciptakan desain yang menarik dengan mengandalkan kreativitas peserta didik sendiri.
3. Ada kemungkinan desain yang dibuat memiliki kemiripan dengan karya orang lain, baik dari segi templat, gambar, warna, maupun elemen lainnya. Namun, hal ini bukan masalah besar karena pengguna masih dapat melakukan modifikasi sesuai kebutuhan.

Canva menyediakan berbagai fitur desain yang menarik dan memudahkan pengelolaan informasi di era digital. Namun, ada beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, seperti ketergantungan pada jaringan internet yang stabil, beberapa fitur hanya bisa diakses dengan berlangganan, serta kemungkinan

adanya kesamaan desain karena penggunaan templat yang sudah tersedia. Meskipun begitu, pengguna tetap dapat berkreasi dengan menyesuaikan dan memodifikasi desain sesuai dengan kebutuhan peserta didik.

2.2.4 Langkah-Langkah Menggunakan Canva

Aplikasi Canva dapat digunakan di berbagai perangkat, seperti laptop, *smartphone*, tablet, dan komputer. Cara menggunakan Canva tidak terlalu sulit dan berikut merupakan tata cara menggunakan aplikasi Canva, baik lewat *handphone* maupun lewat laptop atau komputer.

1. Mengunduh Aplikasi Canva

Aplikasi Canva dapat diunduh melalui Play Store ataupun *App Store* pada *handphone*, sedangkan pada laptop dan komputer dapat diunduh melalui Microsoft Store ataupun melalui Website *Canva for Desktop*. Namun, pengguna terbaru biasanya langsung menggunakan Canva melalui *website* sehingga tidak memerlukan aplikasi untuk mengaksesnya.

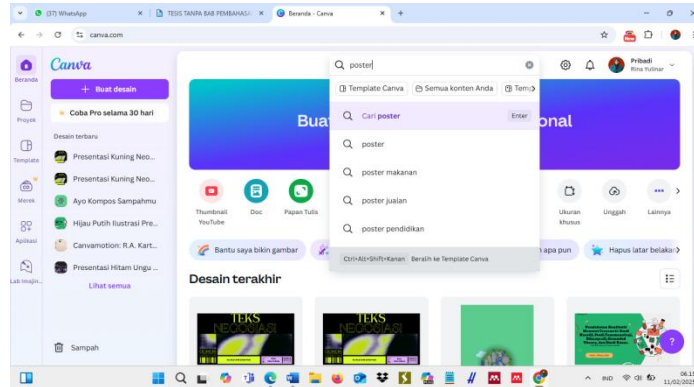
2. Membuat Akun Canva

Setelah aplikasi Canva terpasang pada gawai, langkah yang selanjutnya adalah melakukan pembuatan akun dan juga verifikasi akun, klik daftar apabila belum memiliki akun Canva. Setelah itu, dapat melanjutkan pendaftaran menggunakan akun Google E-Mail atau akun Facebook. Setelah itu, membuat kata sandi baru dan akun Canva sudah siap digunakan.

3. Membuat Desain di Canva

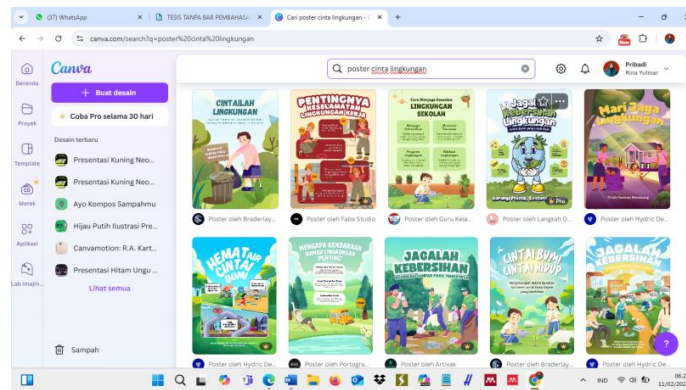
Dalam Canva ada berbagai fitur dan juga templat yang bisa digunakan secara gratis untuk akun baru, namun ada pula beberapa fitur dan templat premium dan apabila hendak menggunakannya harus berlangganan Canva premium terlebih dahulu (berbayar). Templat desain seperti logo, poster, feed Instagram, kartu nama, undangan, salindia, banner, dan baliho berbagai ukuran. Pendidik dan peserta didik dapat mengakses segala jenis templat ini dengan memasukkan kata kunci pada kolom pencarian dengan mudah, berikut merupakan contoh sederhana membuat desain poster pada aplikasi Canva.

4. Masukkan kata kunci berupa desain yang akan dipakai sesuai dengan kebutuhan.



Gambar 2. Kolom Kata Kunci pada Canva

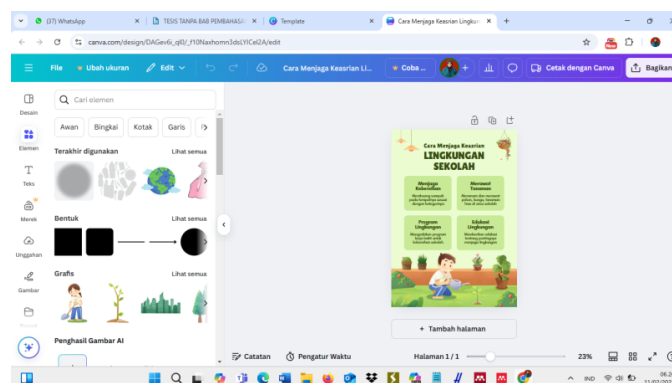
Setelah memasukkan kata kunci yang dibutuhkan, selanjutnya ialah klik *enter* dan beberapa *templat* desain akan muncul sehingga dapat dipilih dan digunakan sesuai kebutuhan pendidik dan peserta didik.



Gambar 3. Hasil Pencarian Kata Kunci pada Canva

Setelah itu pilihan desain dibebaskan sesuai dengan kehendak pada pengguna, termasuk pendidik dan juga peserta didik.

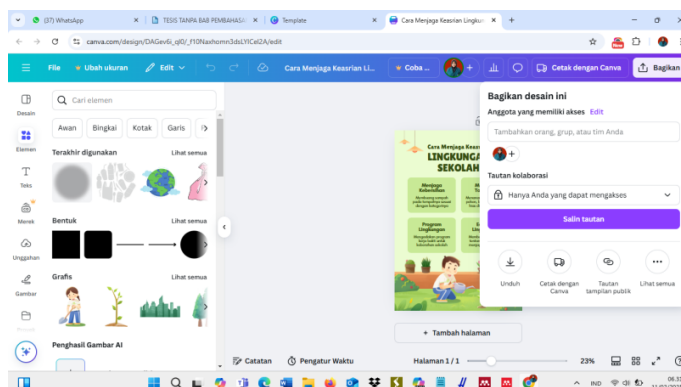
5. Kolom desain pada Canva yang dapat dimodifikasi sesuai dengan kreativitas pendidik dan peserta didik.



Gambar 4. Kolom Canvas pada Aplikasi Canva

Pada kolom kertas Canvas ini pengguna bebas mengedit dan memodifikasi segala elemen, warna, desain, ukuran, *font* dan sebagainya. Pada *tab* kiri yang ditandai dengan lingkaran merah, terdapat berbagai fitur yang dapat anda gunakan, seperti menambahkan teks, mengunggah foto, menambahkan musik, menambahkan elemen, dan mengatur ukuran.

6. Setelah dirasa cukup dalam mendesain, pengguna dapat melakukan kegiatan terakhir, yaitu menyimpan dokumen yang telah dibuat.



Gambar 5. Menyimpan Dokumen Desain pada Canva

Klik bagian 'BAGIKAN' di pojok kanan atas, setelah akan muncul beberapa pilihan simpanan dokumen seperti PPT, PDF, JPG dan dokumen cetak. Setelah itu dokumen desain sudah tersimpan dalam memori internal gawai dan sudah siap untuk digunakan.

2.3 Teks Iklan

Kurikulum Merdeka merupakan kurikulum baru yang diperkenalkan oleh pemerintah dengan harapan bahwa pendekatan ini dapat memperbaiki sistem pendidikan di Indonesia. Melalui kurikulum ini, pendidik diberi kebebasan untuk merancang pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik (Masau dan Arismunandar, 2024). Kurikulum Merdeka menitikberatkan pada penyajian materi yang esensial, yakni materi-materi yang sangat mendasar dan penting untuk dikuasai oleh peserta didik. Dengan penekanan pada materi inti tersebut, pendidik memiliki keleluasaan dan fleksibilitas yang lebih besar dalam mengelola waktu serta metode pembelajaran (Rambe dkk., 2024). Kurikulum Merdeka berfokus pada pembelajaran yang terbedakan untuk menyesuaikan

minat, kesiapan, preferensi, karakteristik, serta kebutuhan masing-masing peserta didik (Nur dan Arfandi, 2023).

Menulis adalah keterampilan berbahasa yang perlu dikuasai oleh setiap pengguna bahasa. Aktivitas ini berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan komunikasi secara tidak langsung melalui bentuk tulisan (Syafutra dan Samhati, 2016). Menulis adalah kegiatan mengungkapkan ide, gagasan, atau perasaan melalui bahasa tulis yang melibatkan penggunaan ejaan, tanda baca, pilihan kata, susunan kalimat serta pengembangan paragraf dan jenis karangan (Sukirman, 2020). Salah satu materi pembelajaran di SMP yang dapat mengasah keterampilan menulis ialah pada pembelajaran menulis teks iklan.

2.3.1 Pengertian Teks Iklan

Iklan adalah media komunikasi persuasif yang dirancang sedemikian rupa untuk menghasilkan respons dan membantu tercapainya objektivitas atau tujuan pemasaran (Widhayani, 2022). Dalam KBBI, iklan adalah pemberitahuan kepada publik tentang barang atau jasa yang ditawarkan, biasanya dimuat di media massa atau tempat umum. Iklan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu iklan komersial dan nonkomersial (Gustifitri, 2021). Dalam konteks pendidikan, kemampuan peserta didik dalam menulis teks iklan mencerminkan pemahaman peserta didik terhadap produk, jasa serta strategi komunikasi yang tepat (Hartanto dan Jatmiko, 2025). Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, materi teks iklan diajarkan pada peserta didik kelas VIII dalam Kurikulum Merdeka, iklan sendiri merupakan bentuk komunikasi yang disusun secara menarik untuk menyampaikan informasi dan memengaruhi khalayak ramai (Maharani, 2024). Teks iklan merupakan jenis teks yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau mempromosikan suatu produk kepada masyarakat dengan cara yang menarik sehingga dapat membangkitkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Ramdhani dkk., 2023).

Teks iklan merupakan jenis teks yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat dengan cara yang menarik agar dapat menarik minat calon pembeli (Ramdhani dkk., 2023). Iklan yang

digunakan di lingkungan sekolah tentunya memiliki beragam fungsi, seperti menyampaikan berbagai pesan serta memiliki tujuan dan peran sosial yang sesuai dengan budaya setempat. Kehadiran iklan di sekolah juga disesuaikan dengan konteks pendidikan dan diperuntukkan bagi seluruh warga sekolah yang berada di dalamnya (Apriyatin, 2022). Dalam konteks pendidikan, teks iklan juga dipelajari sebagai bagian dari materi ajar Bahasa Indonesia terutama pada jenjang SMP dengan fokus pada struktur dan kaidah kebahasaan yang khas, dalam konteks pembelajaran di sekolah teks iklan digunakan sebagai media untuk mengembangkan kemampuan berbahasa, berpikir kritis, dan keterampilan komunikasi peserta didik (Safi'I dkk., 2023).

2.3.2 Kaidah Kebahasaan dan Struktur Teks Iklan

Kaidah Kebahasaan merupakan aspek penting dalam sebuah iklan, bahasa yang digunakan harus mudah dipahami dan mampu memengaruhi khalayak (Maharani, 2024). Kejelasan dalam menyampaikan informasi menjadi salah satu kriteria penting dalam menulis teks iklan, bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat sekaligus memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Amalia (dalam Aslami dan ZA, 2023) teks iklan memiliki lima kaidah kebahasaan, yakni (1) memakai kalimat persuasif yaitu berisi ajakan yang dapat mempengaruhi sasaran iklan; (2) menggunakan kalimat imperatif yaitu memerintahkan kepada sasaran iklan untuk melakukan tindakan; (3) bersifat ringkas, iklan yang ringkas akan dapat meningkatkan efektivitas karena dapat lebih mudah dimengerti oleh sasaran; (4) memberikan kesan positif dalam iklan, berupa manfaat yang dapat diambil oleh pembaca atau konsumen; serta (5) memiliki pola rima, yaitu kata-kata yang terdapat dalam iklan harus memiliki rima atau pengulangan nada yang sama agar iklannya menarik dan berkesan.

Adapun tiga struktur dalam teks iklan yang membangun keseluruhan teks diuraikan sebagai berikut (Widhayani, 2002).

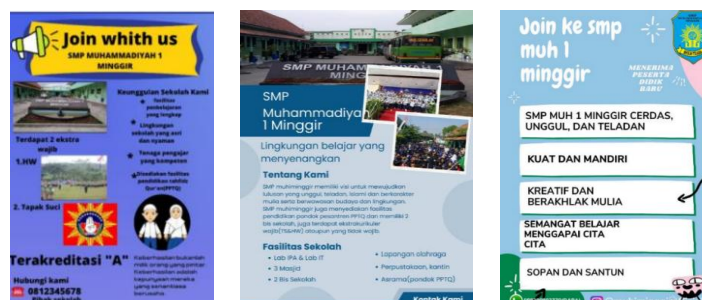
- a. Orientasi (inti sebuah iklan), iklan biasanya menampilkan keunggulan dan kelebihan dari sebuah produk/jasa yang ditawarkan. Orientasi ini menyebutkan keunggulan produk/jasa tersebut.

- b. Tubuh iklan (nama produk), untuk mengenali produk/jasa yang ditawarkan penting menuliskan nama merek/jasa yang ditawarkan.
- c. Justifikasi (pendeskripsian produk/jasa), yaitu paparan identitas barang/jasa yang akan diiklankan. Namun, tahapan ini biasanya ditambahkan dengan pengakuan dari konsumen.

Struktur teks iklan yang dikemukakan oleh (Aslami dan ZA, 2023) terdiri atas dua bagian yaitu (1) pengenalan produk yang biasanya muncul sebagai judul dan (2) pernyataan persuasif yang berisi ajakan serta penjelasan keunggulan produk untuk menarik minat pembaca atau pendengar. Struktur teks iklan yang dikemukakan oleh (Safi'i dkk., 2023) terdapat empat struktur teks yang menyempurnakan teks iklan. Pertama, pengenalan produk, pengenalan produk merupakan bagian awal dalam struktur teks iklan, melalui bagian ini pembaca dapat memperoleh gambaran mengenai kualitas, manfaat dan informasi umum yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan. Kedua, pernyataan persuasif, bagian ini berisi ajakan atau pernyataan persuasif yang ditujukan kepada pembaca, pendengar dan pemirsa agar melakukan suatu tindakan sesuai dengan yang diinginkan dalam teks iklan. Ketiga, slogan gambar produk, yang berperan dalam menarik perhatian khalayak terhadap suatu produk dan turut memengaruhi tingkat kesadaran seseorang terhadap merek (*brand awareness*). Keempat, logo/nama perusahaan, berfungsi sebagai identitas pengiklanan dan diharapkan dapat membangun citra serta sugesti positif penerima iklan.

2.3.3 Pembuatan Teks Iklan

Sebagai ilustrasi dari penerapan pembelajaran pembuatan teks iklan menggunakan aplikasi canva, berikut ditampilkan contoh desain teks iklan yang dihasilkan oleh peserta didik.



Gambar 6. Contoh Desain Teks Iklan Peserta Di

Proses pembuatan teks iklan yang dilakukan pada penelitian Marwadi dan Sodiq (2022) proses pembelajaran pembuatan teks iklan yang menggunakan media aplikasi canva menggunakan metode pembelajaran langsung yang terdiri atas tiga tahapan:

1. Orientasi, yaitu memperkenalkan diri kepada peserta didik dan menyampaikan tujuan pembelajaran yang berkaitan;
2. Tahap Pembelajaran, dilakukan dengan menjelaskan struktur dan unsur kebahasaan teks iklan sambil menunjukkan contoh iklan yang dibuat menggunakan Canva;
3. Asesmen, peserta didik diminta untuk menyusun teks iklan sebagai bentuk penilaian.

Penelitian yang dilakukan oleh Dilan (2019) mengemukakan beberapa langkah yang harus dilakukan peserta didik untuk membuat teks iklan produk yang berbeda dengan produk yang lain sebagai berikut.

1. Buatlah awalan teks iklan dengan kalimat yang mampu menarik perhatian pembaca, dengan menyoroti kebutuhan atau permasalahan yang sedang peserta didik alami. Sebagai contoh, apabila iklan yang dibuat bertujuan untuk menawarkan produk obat jerawat, maka kamu dapat memulainya dengan pertanyaan seperti, “Apakah wajah Anda berjerawat?”.
2. Berikan solusi, penyampaian solusi dalam iklan memiliki peran penting untuk menarik perhatian calon konsumen. Misalnya, dalam konteks permasalahan jerawat, iklan bisa menggunakan kalimat yang menawarkan manfaat produk secara jelas, seperti “Jamu cantik membantu mengurangi dan menghilangkan jerawat dalam waktu tiga puluh hari sehingga Anda dapat kembali tampil menawan”.
3. Tonjolkan bukti nyata, Dalam membuat iklan, jangan hanya menyampaikan janji. Agar audiens percaya, perlu ditunjukkan bukti nyata bahwa produk benar-benar bekerja. Misalnya, dengan menyertakan klaim seperti “jerawat hilang dalam 30 hari atau uang kembali” atau data yang meyakinkan seperti “11.500 orang sudah membuktikan kulitnya kembali cerah setelah menggunakan produk ini”.

4. Mengajukan harga, jika seseorang ingin mulai merawat wajahnya sejak dini, maka ia disarankan untuk segera memesan ramuan khusus yang ditawarkan dengan harga tertentu sebagai bagian dari promosi.

Sebuah iklan yang efektif umumnya menonjolkan keunikan produk agar terlihat berbeda dari produk lain yang sejenis. Iklan tersebut juga harus menyampaikan pesan yang logis serta mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, untuk menyusun iklan yang menarik dan persuasif, perlu diperhatikan struktur yang meliputi empat elemen penting, yaitu masalah yang diangkat (*problem*), janji atau solusi yang ditawarkan, bukti yang mendukung klaim tersebut, serta penawaran harga kepada calon konsumen.

Pembelajaran masih terlalu banyak dipenuhi dengan berbagai teori mengenai teks, sementara kegiatan praktik menulis, seperti teks iklan. Hal ini menyebabkan peserta didik kurang terlatih dalam berkreasi dan mengidentifikasi teks iklan (Sinaga, 2021). Agar selaras dengan perkembangan pendidikan di era saat ini, diperlukan inovasi dalam proses pembelajaran. Hal ini karena setiap sekolah memiliki pendekatan pembelajaran yang berbeda, tergantung pada materi, media, metode, atau model yang diterapkan (Widodo dkk., 2021).

2.3.4 Karakteristik Teks Iklan

Menurut Widhayani (2002), teks iklan yang baik seharusnya memenuhi sejumlah kriteria tertentu agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif oleh pembaca, kriteria tersebut sebagai berikut.

1. Menentukan target konsumen secara jelas sangat penting, baik target utama maupun cadangan. Hal ini juga memengaruhi pilihan media iklan, karena penetapan target disesuaikan dengan kualitas produk, harga, dan jangkauan pemasarannya.
2. Memiliki fokus yang jelas terhadap informasi yang ingin disampaikan mengenai produk atau jasa yang diiklankan sangatlah penting.
3. Memiliki keunikan atau daya tarik tertentu agar konsumen yang dituju tertarik dan berhenti sejenak untuk memperhatikan isi iklan. Daya tarik ini

tidak hanya berasal dari kata-kata yang menarik, tetapi juga dari tampilan desain atau tata letak iklan yang menarik perhatian.

4. Komunikasi iklan terdiri atas tiga unsur utama, yaitu (1) pengirim iklan sebagai pihak produsen atau dapat juga diwakili oleh biro iklan; (2) isi iklan, yang biasanya mencakup judul singkat (*headline*) tidak lebih dari 10 kata agar konsumen bisa langsung memahami informasi penting tentang produk atau jasa, dan (3) media komunikasi, yaitu tempat iklan ditampilkan, baik melalui media cetak, media elektronik, maupun media lainnya seperti internet dan *billboard*.
5. Iklan adalah jenis teks yang bersifat membujuk, yang menggabungkan elemen visual seperti gambar dengan kata-kata, gerakan, dan suara untuk menarik perhatian audiens.
6. Teks iklan perlu dirancang agar mampu menarik perhatian banyak orang sekaligus membangun ketertarikan konsumen. Untuk itu, materi iklan harus memiliki daya tarik yang kuat dan disampaikan dengan informasi yang benar serta dapat dipercaya. Perlu diketahui bahwa iklan bisa disampaikan melalui berbagai bentuk, seperti tanda, simbol, angka, tulisan, gerak isyarat, gambar, dan warna. Tanda sendiri dapat berupa ikon, yaitu benda nyata yang menyerupai hal yang diwakilinya, seperti foto, peta, atau gambar. Selain itu, ada juga indeks, yaitu tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dengan apa yang dimaksud, misalnya asap yang menunjukkan adanya api, atau tanda tangan yang menunjukkan identitas. Sementara itu, simbol adalah tanda yang didasarkan pada kesepakatan, aturan, atau konvensi bersama, contohnya lambang Garuda Pancasila.

2.3.5 Menentukan Unsur-Unsur Pembentuk Iklan

Memahami isi teks iklan dapat dilakukan dengan mengkaji unsur-unsur pembentuknya, yang terdiri atas: sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik, dan konteks. Adapun penjelasan dari setiap unsur sebagai berikut.

1. Sumber adalah pihak yang memiliki inisiatif dan membiayai pemasangan iklan. Sumber ini bisa berupa individu, perusahaan, atau lembaga tertentu yang ingin menyampaikan informasi, mempromosikan produk, atau

menyosialisasikan suatu gagasan kepada masyarakat luas. Peran sumber sangat penting karena peserta didik menentukan isi, bentuk, serta tujuan dari iklan tersebut.

2. Pesan, merupakan informasi utama yang ingin disampaikan melalui iklan. Pesan ini dapat berbentuk pesan verbal (seperti kata-kata ajakan, slogan, dan kalimat persuasif) maupun pesan nonverbal (seperti gambar, simbol, warna, atau suara). Tujuan dari pesan ini adalah untuk menyentuh perasaan, menggugah logika, dan mendorong tindakan dari pihak penerima.
3. Media, adalah sarana yang digunakan untuk menyalurkan pesan dari sumber ke penerima. Media dapat berupa media cetak (koran, majalah, pamflet), media elektronik (televisi, radio, internet), maupun media luar ruang (spanduk, baliho, poster). Pemilihan media sangat bergantung pada target audiens, anggaran, dan jangkauan yang diinginkan oleh pihak pengiklan.
4. Penerima, adalah individu atau kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dari iklan. Peserta didik adalah pihak yang diharapkan menerima, memahami, dan merespons pesan yang disampaikan. Penerima bisa ditentukan berdasarkan usia, jenis kelamin, latar belakang sosial, minat, atau kebutuhan tertentu yang relevan dengan produk atau pesan yang diiklankan.
5. Efek, adalah perubahan atau pengaruh yang ditimbulkan pada diri penerima setelah menerima pesan iklan. Perubahan ini bisa berupa perubahan sikap, perilaku, pola pikir, kebiasaan, hingga gaya hidup. Misalnya, setelah melihat iklan makanan sehat, penerima terdorong untuk mulai mengonsumsi makanan bergizi. Efek ini menjadi salah satu indikator keberhasilan iklan.
6. Umpan balik, adalah tanggapan atau reaksi yang diberikan oleh penerima terhadap pesan iklan. Umpan balik ini bisa berupa tindakan nyata seperti membeli produk, mendukung kampanye, atau menyebarkan informasi lebih lanjut. Dalam konteks iklan layanan masyarakat, umpan balik bisa terlihat dari meningkatnya kesadaran atau perubahan perilaku yang diharapkan.
7. Konteks, merujuk pada latar situasi atau lingkungan sosial budaya saat iklan tersebut dibuat dan ditayangkan. Konteks ini penting karena memengaruhi cara penerima memahami dan menanggapi pesan. Misalnya, iklan yang

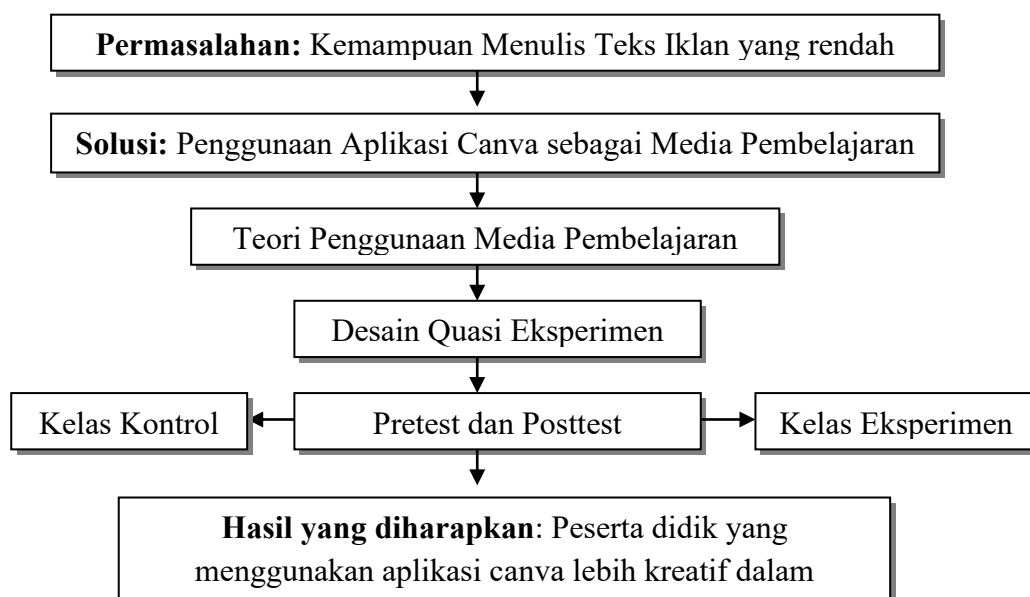
dibuat dalam suasana pandemi akan berbeda gaya dan isi pesannya dibandingkan iklan dalam kondisi normal.

Dengan memahami unsur-unsur pembentuk iklan, yaitu sumber, pesan, media, penerima, efek, umpan balik, dan konteks, peserta didik akan lebih mudah dalam menyusun teks iklan yang sesuai dengan kaidah yang berlaku. Pengetahuan ini membantu peserta didik tidak hanya mengenali struktur iklan secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya secara praktis dalam kegiatan pembelajaran.

Dalam praktik di sekolah, terutama dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, peserta didik diarahkan untuk membuat teks iklan sederhana berdasarkan topik yang ditentukan. Misalnya, peserta didik dapat diminta membuat iklan layanan masyarakat, iklan produk lokal, atau kampanye sosial. Dengan memahami peran sumber, peserta didik tahu siapa yang menjadi pengiklan. Melalui pemahaman pesan, peserta didik dapat menyusun kalimat yang efektif, menarik, dan persuasif. Peserta didik juga diajarkan memilih media yang sesuai, misalnya menggunakan kertas, poster digital, atau media sosial, bergantung konteks pembelajaran. Penerima atau sasaran iklan akan peserta didik tentukan berdasarkan tujuan iklan, sehingga peserta didik belajar menyesuaikan gaya bahasa dan visual iklan.

Efek dan umpan balik juga menjadi bahan diskusi, ketika peserta didik dapat mengevaluasi apakah iklan peserta didik mampu memengaruhi teman sekelas atau mendorong tanggapan tertentu. Sementara itu, konteks membantu peserta didik untuk menyesuaikan isi iklan dengan situasi sosial dan budaya yang relevan. Dengan demikian, pembelajaran membuat teks iklan tidak hanya melatih kemampuan menulis, tetapi juga mengembangkan keterampilan berpikir kritis, kreativitas, serta komunikasi yang selaras dengan kompetensi abad 21. Integrasi unsur-unsur iklan dalam proses belajar mendorong peserta didik untuk lebih aktif, aplikatif, dan terhubung dengan dunia nyata melalui praktik literasi visual dan verbal.

2.4 Kerangka Pikir Penelitian



Gambar 7. Kerangka Pikir Penelitian

Proses pembelajaran membutuhkan media inovatif yang mampu meningkatkan keterlibatan dan kreativitas peserta didik. Dalam pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya menulis teks iklan, peserta didik sering menghadapi kesulitan dalam menuangkan ide secara kreatif karena media pembelajaran tradisional kurang mendukung kebutuhan tersebut. Aplikasi Canva sebagai media berbasis teknologi menawarkan berbagai fitur visual dan templat desain yang dapat membantu peserta didik mengekspresikan kreativitas dalam bentuk teks visual. Pendekatan ini sejalan dengan teori konstruktivisme Piaget yang menekankan pentingnya pengalaman langsung dan eksplorasi mandiri dalam membangun pengetahuan. Dalam penelitian ini, Canva digunakan sebagai variabel bebas yang diasumsikan berpengaruh terhadap kemampuan menulis teks iklan sebagai variabel terikat. Efektivitasnya diuji melalui desain kuasi-eksperimen dengan membandingkan hasil peserta didik yang menggunakan Canva dan yang tidak menggunakannya. Secara teoritis, penggunaan Canva diperkirakan dapat menjadikan pembelajaran lebih menarik, interaktif, dan memotivasi, sehingga mampu meningkatkan kreativitas dan kualitas teks iklan yang dihasilkan peserta didik.

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir dan untuk menjawab rumusan masalah, maka hipotesis pada penelitian ini menyatakan bahwa Penggunaan Aplikasi Canva efektif dapat Meningkatkan Kemampuan Menulis Teks Iklan Peserta Didik Kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *quasi-experiment* atau eksperimen semu, yaitu satu kelompok eksperimen diberi perlakuan tertentu dan satu kelompok lain dijadikan kelompok kontrol. Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa efektif aplikasi Canva digunakan sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan peserta didik. Adapun desain penelitian yang dipilih ialah *Nonequivalent Control Group Design* dengan pendekatan *pretest* dan *posttest*.

Desain penelitian ini terdiri atas kelompok eksperimen dan kelompok kontrol yang ditentukan melalui proses pengacakan. Perbedaan antara kedua kelompok dianalisis dengan membandingkan hasil pengukuran sebelum dan sesudah diberikan perlakuan (Anantasia dan Rindrayani, 2025). Menurut Sugiyono (2024) Desain Penelitian yang akan digunakan dapat digambarkan pada tabel 1 berikut ini

Tabel 1. Desain Penelitian

Kelas Penelitian	<i>Pre-test</i>	Perlakuan	<i>Post-test</i>
Eksperimen	O1	X	O2
Kontrol	O1	C	O2

Keterangan :

O1: *Pretest* yang dilakukan sebelum pembelajaran

X: Perlakuan berupa praktik membuat teks iklan menggunakan Canva

C: Perlakuan berupa praktik membuat teks iklan secara konvensional

O2: *Posttest* yang dilakukan setelah pembelajaran

Sebelum penerapan perlakuan, kedua kelompok sampel terlebih dahulu diberikan *pretest* (O1). Pada kelompok eksperimen, pembelajaran dilakukan dengan

menggunakan aplikasi Canva (X), sementara kelompok kontrol menjalani pembelajaran dengan metode konvensional (C). Setelah itu, kedua kelompok diberikan *posttest* (O2).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan unsur atau elemen yang menjadi fokus dalam suatu penelitian dan dijadikan sebagai wilayah generalisasi. Dengan kata lain, populasi mencakup semua subjek yang akan diukur atau diamati dalam penelitian tersebut. Sementara itu, sampel adalah bagian dari populasi yang diambil secara representatif dan memiliki karakteristik yang sama dengan populasi, guna dijadikan sumber data dalam penelitian (Sugiyono, 2024).

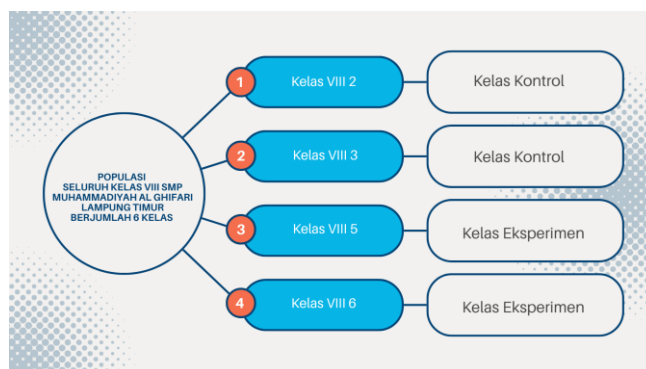
1. Populasi

Penelitian ini melibatkan seluruh peserta didik kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur sebagai populasi, dengan total sebanyak 162 peserta didik, terdiri atas 89 peserta didik laki-laki dan 73 peserta didik perempuan dengan total 6 kelas. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansinya dengan tujuan penelitian, yaitu menganalisis efektivitas penggunaan aplikasi Canva untuk meningkatkan kemampuan menulis teks iklan. Pemilihan populasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa (a) peserta didik kelas VIII mempelajari materi teks iklan dalam Kurikulum Merdeka mata pelajaran Bahasa Indonesia atau satu tahun di atasnya; dan (b) karakteristik populasi bersifat homogen (usia dan tingkat pembelajaran serupa) sehingga mengurangi tingkat bias variabel luar.

2. Sampel

Metode pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, yaitu setiap peserta didik memiliki kesempatan yang setara untuk terpilih menjadi sampel dengan syarat populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2024). Sampel penelitian ini diambil menggunakan rumus Yamane dengan *margin of error* 10%. Alasan penggunaan *simple random sampling* dalam penelitian ini karena populasi peserta didik di SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur bersifat homogen, tidak

terdapat kelas unggulan maupun perbedaan signifikan dalam hal kurikulum, kualitas pendidik, maupun sarana belajar antar kelas. Dengan demikian, pemilihan sampel secara acak dinilai tepat dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan, sehingga hasil penelitian yang diperoleh diharapkan lebih objektif dan tidak bias. Dalam praktiknya, pemilihan dilakukan melalui sistem pengundian kelas sehingga setiap kelas memiliki peluang yang setara untuk terpilih. Proses pengundian kelas yang dilakukan untuk menentukan sampel penelitian dapat digambarkan secara skematis, Adapun alur pengambilan sampel melalui undian kelas disajikan pada gambar berikut.



Gambar 7. Pengundian Sampel

3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif mengenai kemampuan menulis teks iklan peserta didik serta data pendukung berupa tanggapan peserta didik terhadap penggunaan media Canva dalam pembelajaran. Untuk memperoleh data tersebut, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu tes, observasi yang dilengkapi dengan angket, serta dokumentasi dengan penjelasan sebagai berikut.

3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah

1. Tes, dilakukan melalui *pretest* dan *posttest* untuk memperoleh data kemampuan menulis teks iklan peserta didik sebelum dan sesudah pembelajaran dengan menggunakan aplikasi Canva.

2. Observasi, dilakukan untuk mencatat aktivitas pendidik dan peserta didik selama proses pembelajaran berlangsung. Bentuk observasi dengan menggunakan angket yang disebarakan kepada peserta didik di kelas eksperimen sebagai instrumen tambahan untuk memperoleh data mengenai persepsi peserta didik terhadap penggunaan aplikasi Canva dalam pembelajaran menulis teks iklan.
3. Dokumentasi, dalam penelitian ini berupa foto dan video kegiatan pembelajaran yang berlangsung. Penggunaan dokumentasi dimaksudkan untuk memperoleh bukti visual yang nyata serta sebagai pelengkap data hasil tes, observasi, dan angket. Dengan demikian, dokumentasi dapat memperkuat keabsahan data penelitian dan menunjukkan bahwa penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang direncanakan.

3.3.2 Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yaitu berupa data kemampuan menulis teks iklan yang diperoleh dari nilai *pretest* dan *posttest*. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah tanggapan peserta didik terhadap penggunaan aplikasi Canva dalam proses pembuatan teks iklan.

3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Data yang telah diperoleh dari hasil penelitian perlu dianalisis agar dapat menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sesuai dengan jenis data yang dikumpulkan, sedangkan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan antara kelas eksperimen dan kelas kontrol setelah diberi perlakuan.

3.4.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Tabel 2. Indikator, Deskriptor, Skala Penilaian Penelitian dan Deskripsi untuk Mengukur Kemampuan Menulis Teks Iklan

No	Indikator	Deskriptor	Skala Penilaian	Deskripsi
1	Penggunaan kalimat persuasif	Teks iklan menggunakan kalimat yang mampu membujuk dan mengajak audiens untuk bertindak (memengaruhi keputusan).	1: Tidak Tepat	1 : Tidak ada kalimat persuasif
			2: Kurang Tepat	2 : Ada kalimat persuasif, tetapi kurang memengaruhi, tidak ada konteks.
			3: Tepat	3 : Kalimat persuasif cukup efektif dan sesuai tujuan.
			4 : Sangat Tepat	4 : Kalimat persuasif sangat efektif dan kuat dalam memengaruhi audiens.
2	Penggunaan kalimat imperatif	Teks iklan menggunakan kalimat imperatif yang mengarahkan audiens untuk melakukan tindakan.	1: Tidak Tepat	1 : Tidak menggunakan kalimat imperatif sama sekali
			2: Kurang Tepat	2 : Menggunakan kalimat imperatif, tetapi tidak jelas maksudnya.
			3: Tepat	3 : Menggunakan kalimat imperatif dengan baik.
			4 : Sangat Tepat	4 : Kalimat imperatif digunakan secara tepat, kuat, dan menarik

No	Indikator	Deskriptor	Skala Penilaian	Deskripsi
3	Keringkasan Teks	Teks iklan disusun secara singkat dan padat, memudahkan audiens untuk memahami informasi secara cepat.	1: Tidak Tepat	1 : Teks terlalu panjang dan bertele-tele.
			2: Kurang Tepat	2 : Teks agak panjang atau repetitif.
			3 : Tepat	3 : Teks cukup ringkas dan jelas.
			4 : Sangat Tepat	4 : Teks sangat ringkas, padat, dan mudah dipahami.
4	Kesan positif dalam bahasa	Teks iklan menciptakan kesan positif mengenai produk yang ditawarkan melalui penggunaan bahasa yang menguntungkan.	1: Tidak Tepat	1 : Bahasa netral atau memberi kesan negatif.
			2: Kurang Tepat	2 : Bahasa tidak cukup membangun citra produk.
			3 : Tepat	3 : Bahasa membangun citra positif secara umum
			4 : Sangat Tepat	4 : Bahasa sangat mendukung citra positif produk.
5	Penggunaan pola rima	Teks iklan menggunakan pola rima atau pengulangan bunyi untuk menarik perhatian dan menciptakan kesan berkesan.	1: Tidak Tepat	1 : Tidak ada rima atau pengulangan.
			2: Kurang Tepat	2 : Rima ada tapi tidak terasa menarik.
			3 : Tepat	3 : Rima cukup terdengar dan menarik

No	Indikator	Deskriptor	Skala Penilaian	Deskripsi
			4 : Sangat Tepat	4 : Rima digunakan kreatif dan sangat menarik.
6	Pengenalan produk (judul)	Judul iklan mencakup informasi yang jelas mengenai produk dan mampu menarik perhatian audiens.	1: Tidak Tepat	1 : Judul tidak mencerminkan produk sama sekali.
			2: Kurang Tepat	2 : Judul kurang menarik atau kurang jelas.
			3 : Tepat	3 : Judul cukup jelas dan cukup menarik.
			4 : Sangat Tepat	4 : Judul sangat menarik dan menggambarkan produk dengan tepat.
7	Pernyataan persuasif (Ajakan Tindakan)	Iklan mengajak audiens untuk melakukan tindakan sesuai tujuan iklan dengan menggunakan bahasa yang persuasif.	1: Tidak Tepat	1 : Tidak ada ajakan atau ajakan tidak jelas.
			2 : Kurang Tepat	2 : Ajakan ada tapi tidak meyakinkan.
			3 : Tepat	3 : Ajakan cukup jelas dan sesuai tujuan iklan.

No	Indikator	Deskriptor	Skala Penilaian	Deskripsi
			4 : Sangat Tepat	4 : Ajakan sangat meyakinkan, kuat, dan efektif.
8	Keunggulan Produk dalam deskripsi	Deskripsi produk mencakup keunggulan yang relevan dan menarik bagi audiens.	1: Tidak Tepat	1 : Tidak ada keunggulan yang disebut.
			2: Kurang Tepat	2 : Menyebut keunggulan tetapi tidak relevan atau lemah.
			3 : Tepat	3 : Keunggulan cukup jelas dan relevan.
			4 : Sangat Tepat	4 : Keunggulan disampaikan secara jelas, menarik, dan sesuai kebutuhan audiens.
9	Penggunaan slogan dan gambar produk	Slogan dan gambar yang digunakan dalam iklan efektif untuk menarik perhatian dan mendukung pesan iklan.	1: Tidak Tepat	1 : Tidak ada slogan atau gambar.
			2: Kurang Tepat	2 : Slogan atau gambar kurang menarik atau tidak sesuai konteks.

No	Indikator	Deskriptor	Skala Penilaian	Deskripsi
			3: Tepat	3 : Slogan dan gambar cukup mendukung isi iklan.
			4 : Sangat Tepat	4 : Slogan dan gambar sangat menarik dan memperkuat pesan iklan.
10	Logo atau nama perusahaan	Logo atau nama perusahaan tercantum dengan jelas dan membangun citra positif produk/merek.	1: Tidak Tepat	1 : Tidak mencantumkan logo atau nama perusahaan.
			2: Kurang Tepat	2 : Logo/nama perusahaan dicantumkan tapi tidak jelas.
			3: Tepat	3 : Logo/nama perusahaan dicantumkan dengan jelas.
			4 : Sangat Tepat	4 : Logo/nama perusahaan jelas dan mendukung citra positif produk.

(Sumber: Buku Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan dan Poster, diadaptasi dari struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan)

Tabel 3. Tanggapan Peserta Didik Terhadap Penggunaan Aplikasi Canva

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya dapat menggunakan Canva dengan mudah untuk membuat teks iklan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya merasa senang belajar menulis teks iklan dengan Canva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Canva membantu saya lebih kreatif dalam membuat teks iklan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Canva membuat saya lebih percaya diri dalam menulis teks iklan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Canva membuat saya lebih bersemangat mengikuti pelajaran menulis teks iklan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Canva membantu saya menyelesaikan tugas menulis teks iklan lebih cepat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Canva membuat teks iklan yang saya buat lebih rapi dan menarik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Canva memudahkan saya memahami cara menyusun teks iklan dengan baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Canva bermanfaat bagi saya dalam pelajaran Bahasa Indonesia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Jika ada tugas menulis teks iklan lagi, saya ingin menggunakan Canva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.4.2 Uji Prasyarat Instrumen Penelitian

Uji prasyarat instrumen penelitian ini dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui butir soal yang digunakan dalam penelitian ini adalah termasuk soal yang valid atau tidak dan soal yang reliabel atau tidak. Butir soal yang valid dan reliabel diikutsertakan dalam penelitian sementara butir soal yang tidak valid dan tidak reliabel tidak diikutsertakan dalam penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan Tingkat kevalidan yang dimiliki suatu instrumen. Instrumen dapat dikatakan valid apabila menunjukkan hasil yang sesuai dengan variabel yang tepat (Sugiyono, 2024). Untuk menguji validitas instrumen pada penelitian ini, akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Validitas Instrumen

Instrumen tes diuji menggunakan validitas isi (*content validity*) yang divalidasi melalui *expert judgment*. Instrumen diperiksa oleh tiga ahli teks iklan, yaitu pendidik Bahasa Indonesia.

2. Proses validasi meliputi:

- (1) penilaian kesesuaian indikator tes dengan variable;
- (2) penilaian kejelasan instruksi dan pertanyaan.

3. Skala Validitas

- (1) Skala 1-4 diberikan kepada ahli untuk menilai setiap butir indikator
- (2) Indeks Aiken's V digunakan untuk mengukur kesepakatan para ahli ($V > 0,70$ dianggap valid)

Tabel 4. Interpretasi Kriteria Validitas

Indeks Kesepakatan	Kategori
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi
0,06 – 0,08	Tinggi
0,41 – 0,60	Cukup
0,21 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Arikunto (2006)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Instrumen Kemampuan Menulis Teks Iklan

Butir	Penilai			S ₁	S ₂	S ₃	Σ _s	n(c-1)	v	ket
	I	II	III							
Butir -1	4	4	4	3	3	3	9	9	1	Sangat Tinggi
Butir -2	4	4	3	3	3	2	8	9	0.9	Sangat Tinggi
Butir -3	4	3	3	3	2	2	7	9	0.8	Sangat Tinggi
Butir -4	4	4	4	3	3	3	9	9	1	Sangat Tinggi
Butir -5	4	4	4	3	3	3	9	9	1	Sangat Tinggi
Butir -6	3	3	3	2	2	2	6	9	0.7	Tinggi
Butir -7	3	3	3	2	2	2	6	9	0.7	Tinggi
Butir -8	4	4	3	3	3	2	8	9	0.9	Sangat Tinggi
Butir -9	4	4	4	3	3	3	9	9	1	Sangat Tinggi
Butir -10	4	4	4	3	3	3	9	9	1	Sangat Tinggi
Butir	Penilai			S ₁	S ₂	S ₃	Σ _s	n(c-1)	v	ket
	I	II	III							
Butir 1-10	38	37	35	28	27	25	80	90	0.9	Sangat Tinggi

Keterangan Kriteria Validitas Isi

- 0,8 – 1 : Sangat Tinggi
 0,6 – 0,79 : Tinggi
 0,40 – 0,59 : Sedang
 0,020 – 0,39 : Validitas Rendah
 0,00 – 0,19 : Sangat Rendah

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsisten hasil yang diperoleh dari suatu instrumen. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dapat menghasilkan hasil yang tetap dan stabil apabila diujikan dalam kondisi yang sama. Pengujian

reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *internal consistency*, yaitu dilakukan dengan cara mencobakan interumen satu kali, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan Teknik tertentu (Sugiyono, 2024). Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* pada *IBM SPSS.26*, soal dikatakan reliabel jika taraf signifikansi $> 0,05$.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kemampuan Menulis Teks Iklan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,576	10

3.4.3 Perhitungan Nilai Kemampuan Menulis Teks Iklan

Data yang diperoleh pada penelitian ini adalah data hasil *posttest* kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan skor gain yang ternormalisasi atau *N-gain* untuk melihat perbedaan nilai *pretest* dan *posttest* antar kelas eksperimen dan kelas kontrol. Untuk mengetahui hal tersebut menurut Hake (1998) *N-gain* dapat dihitung menggunakan rumus berikut ini

$$(g) = \text{normalized gain} = \frac{\text{Skor Posttest} - \text{Skor Pretest}}{\text{Skor Ideal} - \text{Skor Pretest}}$$

Hasil perhitungan *N-gain* diinterpretasikan dengan menggunakan klasifikasi seperti pada tabel

Tabel 7. Klasifikasi *N-gain*

Rata-rata <i>Gain</i> Ternormalisasi	Klasifikasi
$(g) \geq 0,70$	Tinggi
$0,3 \leq (g) < 0,70$	Sedang
$(g) < 0,3$	Rendah

3.4.4 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui suatu sampel penelitian terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Shapiro-Wilk* dengan taraf signifikansi 0,05. menurut Sugiyono (2024) dengan ketentuan

H₀ : Data terdistribusi normal

H₁ : Data tidak terdistribusi normal

Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu

1. Apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka H₀ diterima.
2. Apabila nilai signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka H₀ ditolak.

3.4.5 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data kemampuan menulis teks iklan peserta didik memiliki varians yang sama (homogen) atau tidak. Pada penelitian ini uji homogenitas dilakukan menggunakan *Levene's Test* yang tersedia pada SPSS versi 26 dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujiannya adalah: jika nilai Sig. (p-value) $> 0,05$, maka H₀ diterima yang berarti varians data bersifat homogen. Sebaliknya, jika nilai Sig. (p-value) $< 0,05$, maka H₀ ditolak yang berarti varians data tidak homogen.

3.4.6 Uji Hipotesis

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial untuk menguji hipotesis penelitian. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis, yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data hasil belajar peserta didik berdistribusi normal atau tidak, sedangkan uji homogenitas digunakan untuk mengetahui kesamaan varians antar kelompok. Apabila hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan varians antar kelompok homogen, maka pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji statistik parametrik, yaitu uji t dua sampel independen (Independent Samples T-Test). Namun, apabila salah satu atau kedua kelompok data tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji statistik non-parametrik, yaitu uji Mann–Whitney U, sebagai alternatif yang tidak mensyaratkan asumsi normalitas data. Seluruh pengujian statistik dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS versi 26 pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

3.4.7 Analisis Data Tanggapan Peserta Didik

Analisis data tanggapan menggunakan skala *guttman*. Penilaian pada penelitian ini menggunakan pernyataan positif, dimana nilai jawaban “ya” adalah satu dan nilai jawaban “tidak” adalah nol, sedangkan pada pernyataan negatif, dimana nilai jawaban “ya” adalah nol dan nilai jawaban “tidak” adalah satu, dapat dilihat pada tabel 3.7 berikut:

Tabel 8. Klasifikasi Pernyataan Positif-Negatif

Pernyataan	Jawaban	Skor	Pernyataan	Jawaban	Skor
Positif	Ya	1	Negatif	Ya	1
	Tidak	0		Tidak	0

Sumber : Sugiyono (2024)

Hasil data tanggapan yang diperoleh kemudian dihitung persentasenya dengan menggunakan rumus berikut :

$$\text{Persentase responden} = \frac{\text{Jumlah Jawaban "ya" responden}}{\text{Jumlah seluruh jawaban responden}} \times 100\%$$

Persentase yang diperoleh selanjutnya hasil ditafsirkan dengan menggunakan kategori persentase berdasarkan kriteria penilaian tabel 8

Tabel 9. Kategori Tanggapan Peserta Didik Terhadap Penggunaan Aplikasi Canva Dalam Membuat Teks Iklan

Kriteria Persentase	Kategori
P = 0%	Semua Tidak Setuju
$0\% \leq P \leq 25\%$	Sebagian Kecil Setuju
$25\% \leq P \leq 50\%$	Hampir Setengahnya Setuju
P = 50	Setengahnya Setuju
$50\% < P \leq 100\%$	Sebagian Besar Setuju
$75\% < P \leq 100\%$	Hampir Semua Setuju
P = 100%	Semua Setuju

Sumber: Hartati (2010)

3.5 Prosedur Pelaksanaan Penelitian

1. Persiapan Penelitian

- a. Mengajukan izin penelitian kepada Kepala SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur.
- b. Menyusun instrumen penelitian (tes kemampuan menulis teks iklan berupa *pretest* dan *posttest*).
- c. Melakukan uji coba instrumen untuk menguji validitas dan reliabilitas.

2. Pelaksanaan *Pretest*

Peserta didik di kelas eksperimen dan kelas kontrol diberikan tes awal (*pretest*) untuk mengukur kemampuan menulis teks iklan.

3. Pemberian Perlakuan (*Treatment*)

a. Kelas Eksperimen: Peserta didik mengikuti pembelajaran menggunakan aplikasi Canva selama 2 pertemuan (2 jam/pertemuan). Setiap pertemuan meliputi: Pengenalan fitur-fitur Canva dan praktik membuat teks iklan.

b. Kelas Kontrol: Peserta didik belajar materi yang sama menggunakan metode konvensional (ceramah dan diskusi).

4. Pelaksanaan *Posttest*:

Peserta didik di kedua kelas diberikan tes akhir (*posttest*) untuk mengukur peningkatan kemampuan kreatif menulis teks iklan.

3.6 Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan dua variabel utama.

1. Variabel independen (X): penggunaan aplikasi canva sebagai media pembelajaran.
2. Variabel dependen (Y): kemampuan menulis teks iklan

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Canva efektif dalam meningkatkan kemampuan menulis teks iklan pada peserta didik kelas VIII SMP Muhammadiyah Al Ghifari Lampung Timur. Keefektifan tersebut ditunjukkan oleh perbedaan hasil belajar yang signifikan antara kelas eksperimen dan kelas kontrol berdasarkan hasil uji statistik non-parametrik Mann–Whitney U yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, peningkatan kemampuan menulis peserta didik pada kelas eksperimen juga didukung oleh nilai *N-gain* yang berada pada kategori sedang, sedangkan kelas kontrol berada pada kategori rendah. Hasil ini diperkuat oleh tanggapan peserta didik yang menunjukkan respons sangat positif terhadap penggunaan Canva dalam pembelajaran, karena mampu meningkatkan kreativitas, pemahaman materi, serta membuat proses pembelajaran menulis teks iklan menjadi lebih menarik dan bermakna.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas penggunaan aplikasi Canva dalam pembelajaran menulis teks iklan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi pendidik, disarankan untuk memanfaatkan aplikasi Canva sebagai salah satu alternatif media pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya dalam pembelajaran menulis teks iklan. Penggunaan Canva dapat membantu menciptakan pembelajaran yang lebih kreatif, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik di era digital. Pendidik juga diharapkan dapat

mengombinasikan Canva dengan strategi pembelajaran yang variatif agar hasil pembelajaran dapat lebih optimal.

2. Bagi peserta didik, diharapkan dapat memanfaatkan aplikasi Canva secara aktif dan kreatif dalam proses pembelajaran menulis. Peserta didik tidak hanya menggunakan Canva sebagai alat bantu visual, tetapi juga sebagai sarana untuk menuangkan ide, mengembangkan kreativitas, serta meningkatkan kemampuan menulis teks iklan secara mandiri dan inovatif.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek dan konteks penelitian, baik pada jenis teks lain dalam pembelajaran Bahasa Indonesia maupun pada mata pelajaran yang berbeda. Penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan durasi pembelajaran yang lebih panjang serta pengendalian variabel lain yang dapat memengaruhi hasil belajar, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas penggunaan media Canva dalam pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianti, D. (2024). Penggunaan aplikasi Canva dalam proses pembelajaran. *EduTech Journal*, 1(1), 9-16.
- Agustina, E. S. (2025). Analysis of learning strategy mastery to improve professional competence of Indonesian language teachers in the 5.0 era. *Paramasastra: Jurnal Ilmiah Bahasa Sastra dan Pembelajarannya*, 12(1), 123–136.
- Andriani, A., Saputri, D. A., Hopipah, R., dan Dewi, T. P. (2024). Pentingnya media pembelajaran untuk meningkatkan minat belajar peserta didik SDN 63/X Nibung Putih. *Journal on Teacher Education*, 5(3), 215–222.
- Anantasia, G., dan Rindrayani, S. R. (2025). Metodologi penelitian quasi eksperimen. [*Jurnal tidak tercantum*], 5(5), 183–192.
- Anggai, S., Waskita, A. A., dan Zain, R. M. (2024). Pelatihan desain grafis aplikasi Canva untuk meningkatkan kreativitas dan literasi digital bagi peserta didik-siswi SMK Islam Permatasari 2 Rumpin Bogor. [*Jurnal tidak tercantum*], 4(4), 535–548.
- Anggraeny, F. T., Wahanani, H. E., Akbar, F. A., Raharjo, M. I. P., dan Rizkyando, S. (2021). Peningkatan keterampilan kreativitas desain grafis digital peserta didik SMU menggunakan aplikasi Canva pada ponsel pintar. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 2(2), 86–91.
- Apriyatin, N. A. (2022). Teks iklan dalam buku sekolah elektronik (BSE) kelas VIII SMP Kurikulum 2013: Analisis kesesuaian serta ketidaksesuaian struktur dan kaidah kebahasaan. [*Sumber tidak tercantum*].
- Arsyad, A. (2023). *Media pembelajaran*. Raja Grafindo Persada.
- Aslami, R., dan ZA, M. F. (2023). Penggunaan aplikasi Nearpod dalam pembelajaran menulis teks iklan peserta didik kelas VIII MTS Negeri 3 Bogor tahun pelajaran 2022/2023. *Prosiding Samasta*.

- Baidhawi, M., Aswandikari, A., dan Burhanuddin, B. (2024). Implementasi kurikulum merdeka belajar dalam pembelajaran bahasa Indonesia berbasis kearifan lokal. *El-Tsaqafah: Jurnal Jurusan PBA*, 23(2), 307–328.
- Chaniago, P. R., dan Maulidiah, R. H. (2024). Penerapan model problem based learning (PBL) berbasis TPACK pada pembelajaran bahasa Indonesia menuju era society 5.0. *LINGUISTIK: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 9(1), 79–85.
- Dina, R., Mardiani, M., Jannah, N., dan Winata, P. (2025). Prinsip dan kriteria pemilihan media pembelajaran. *Jurnal Generasi Tarbiyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 1-10.
- Fatria, F. (2018). Penerapan media pembelajaran Google Drive dalam pembelajaran bahasa Indonesia. *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 2(1), 138–144.
- Fitriyah, A., Dzulkarami, D., dan Jannah, S. W. (2024). Penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran bahasa Indonesia MI/SD. *Jurnal Pendidikan Transformatif (JPT)*, 3(3), 51–61.
- Hafidh, M., dan Lena, M. S. (2023). Pengembangan media pembelajaran menggunakan aplikasi Canva pada pembelajaran tematik terpadu di kelas V sekolah dasar. *Muallimuna: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah*, 8(2), 112–
- Haptanti, F. S., Hikmah, M., dan Basuki, I. A. (2024). Peran media pembelajaran dalam pendidikan bahasa Indonesia. *Journal of Language, Literature, and Arts*, 4(9), 972–980.
- Hartanto, W., dan Jatmiko, H. T. P. (2025). Potret teks iklan peserta didik kelas VIII B MTS Sabilunnajah Prambon Sidoarjo. *Prosiding SENTRATAMA*, 1(1), 651–657.
- Hasibuan, A. T., dan Prastowo, A. (2019). Konsep pendidikan abad 21: Kepemimpinan dan pengembangan sumber daya manusia SD/MI. *MAGISTRA: Media Pengembangan Ilmu Pendidikan Dasar dan Keislaman*, 10(1).
- Irawan, S., dan Mukhlis, M. (2023). Keterampilan abad 21 dalam modul ajar bahasa Indonesia kurikulum merdeka di sekolah menengah kejuruan. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(1), 235–246.

- Johan, E. P. E., Rustam, R., dan Sinaga, A. (2022). Pengaruh media pembelajaran aplikasi Canva terhadap hasil menulis iklan poster di SMP Nasional Sariputra Jambi. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(2), 137–149.
- Lubis, M. U., Siagian, F. A., Zega, Z., Nuhdin, N., dan Nasution, A. F. (2023). Pengembangan kurikulum merdeka sebagai upaya peningkatan keterampilan abad 21 dalam pendidikan. *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 2(5), 691–695.
- Magdalena, I., Nadya, R., Prahastiwi, W., Sutriyani, S., dan Khoirunnisa, K. (2021). Analisis penggunaan jenis-jenis media pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar siswa di SD Negeri Bunder III.
- Mahyudi, A. (2023). Efektivitas penggunaan teknologi dalam pembelajaran bahasa Indonesia. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(2), 122–127.
- Marwadi, N., dan Sodiq, S. (2022). Pemanfaatan aplikasi Canva pada pembelajaran menyusun teks iklan kelas XII DKV 2 SMKN 13 Surabaya. *Bapala*, 9(8), 198–207.
- Mardhiati, A. (2023). Technological, pedagogical, and content knowledge (TPACK) untuk penguasaan konsep dan kemandirian belajar bahasa Indonesia siswa. *Didaktis: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 1(2), 65–70.
- Masau, D., dan Arismunandar, A. (2024). Peran guru penggerak dalam mensukseskan implementasi kurikulum merdeka di sekolah dasar. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(1), 163–168.
- Masdar, A. K. C., Nadira, L., Murnika, Y., dan Wismanto, W. (2024). Pemilihan Media Pembelajaran Yang Tepat Untuk Meningkatkan Hasil Pencapaian Belajar Peserta Didik. *Edukasi Elita: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 1(3), 76–85.
- Maulidia, L., Nafaridah, T., Ratumbuysang, M. F. N. G., dan Sari, E. M. K. (2023). Analisis keterampilan abad ke 21 melalui implementasi kurikulum merdeka belajar di SMA Negeri 2 Banjarmasin. *Prospek*, 2(2), 127–133.
- Miftah, M. (2013). Fungsi, dan peran media pembelajaran sebagai upaya peningkatan kemampuan belajar siswa. *Kwangsan: Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(2), 95–105.

- Nuraini, N., Yuliana, R., Tisnasari, S., dan Setiawan, S. (2024). Implementasi keterampilan abad 21 melalui pembelajaran berbasis proyek di SDN 1 Sukaraja. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 12(1), 97–113.
- Nur, H., dan Arfandi, A. (2023). Evaluasi implementasi kurikulum merdeka pada sekolah menengah kejuruan pusat keunggulan di Kota Sorong. *Seminar Nasional Dies Natalis 62, 1*, 412–416.
- Pahrin, R. dkk. (2023). Meningkatkan kemampuan menulis huruf tegak bersambung melalui media kartu bergambar pada peserta didik kelas II SDN 5 Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 3(57), 869–884.
- Parinduri, H. S. (2023). Manfaat Canva untuk melatih kreativitas pembuatan mind map mata kuliah alat-alat ukur dan instrumentasi. *Jurnal Inovasi Pendidikan Sains dan Terapan (INTERN)*, 2, 51–61.
- Pare, A., dan Sihotang, H. (2023). Pendidikan holistik untuk mengembangkan keterampilan abad 21 dalam menghadapi tantangan era digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 27778-27778.
- Pelangi, G., dan Syarif, U. (2020). Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia jenjang SMA/MA. *Jurnal Sasindo Unpam*, 8(2), 79–96.
- Purba, A., dan Saragih, A. (2023). Peran teknologi dalam transformasi pendidikan bahasa Indonesia di era digital. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 3(3), 43–52.
- Purba, Y. A. (2022). Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran matematika di SMPN 1 NA IX-X Aek Kota Batu. *Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika*, 6(2), 1325–1334.
- Praheto, B. E., Andayani, Rohmadi, M., dan Wardani, N. E. (2017). Peran multimedia interaktif dalam pembelajaran keterampilan berbahasa Indonesia di PGSD. *The 1st Education and Language International Conference Proceedings*, 173–177.
- Prayogi, R. (2020). Coaching clinic pembuatan media evaluasi dengan menggunakan I-Spring bagi guru Bahasa Indonesia SMA di Kecamatan Abung Semuli dan Abung Selatan Kabupaten Lampung Utara. *Griya Cendikia*, 5(2), 1-7.

- Rahayuningsih, P. (2022). Fungsi dan Peran media pembelajaran sebagai upaya peningkatan kemampuan belajar siswa. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(1).
- Rambe, R. N., Lubis, A. A., Suaimah, N., dan Siregar, P. S. (2023). Aplikasi Canva sebagai media ajar poster pada peserta didik SMP, menggunakan metode systematic literature review. *Jurnal Dunia Pendidikan*, 3(3), 197–211.
- Ramdhani, S., Astini, N., dan Rahmayani, I. (2023). Kemampuan menulis teks iklan berdasarkan struktur dan kaidah kebahasaan peserta didik kelas VIII SMPN 17 Mataram. [*Jurnal tidak tercantum*], 1, 35–43.
- Rizanta, G. A., dan Arsanti, M. (2022). Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran masa kini. *Prosiding Seminar Nasional Daring*, 2, 560–568.
- Romadhoni, A. M. (2024). Penggunaan aplikasi Canva sebagai sarana dalam belajar. *Jurnal Citra Pendidikan*, 4(1), 1561–1569.
- Rohmiasih, C., dan Sartika, S. (2023, December). Pemanfaatan media pembelajaran Canva sebagai upaya mewujudkan transformasi pendidikan. In *Prosiding Seminar Nasional Kemahasiswaan*, 1(1), 69–73.
- Safi'i, I., Apriyatin, A. N., dan Ibrahim, N. (2023). Struktur dan kaidah kebahasaan teks iklan dalam materi ajar bahasa Indonesia SMP kelas VIII. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 19(1), 139–148.
- Setyawan, C. E. (2020). Arah perencanaan pembelajaran bahasa Arab abad 21. *AL-MANAR: Jurnal Komunikasi dan Pendidikan Islam*, 9(1), 55–82.
- Sinaga, W. T. (2021). Upaya peningkatan kemampuan menulis teks iklan, slogan, poster melalui media gambar peserta didik kelas VIII SMP Negeri 2 Lintongnihuta semester 1. *NIRWASITA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(3).
- Sukirman, S. (2020). Tes kemampuan keterampilan menulis dalam pembelajaran bahasa Indonesia di sekolah. *Jurnal Konsepsi*, 9(2), 72–81.
- Susanti, P., dan Mukhlis, M. (2023). Keterampilan abad 21 pada buku teks bahasa Indonesia pada kelas 11 terbitan Kemdikbud. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan*, 17(1), 313–325.

- Syafutra, D., dan Samhati, S. (2016). Pembelajaran menulis cerita pendek peserta didik kelas XI SMA Muhammadiyah 2 Bandar Lampung. *Jurnal Kata: Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya*, 4(4).
- Syahrir, A. P., Zahirah, S. P., dan Salamah, U. (2023). Pemanfaatan aplikasi desain grafis Canva dalam pembelajaran multimedia di SMA Negeri 1 Taman. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 1, 732–742.
- Widodo, M., Suyanto, E., Kartika, A., dan Meirita, S. (2021). Pelatihan model-model pembelajaran bagi guru bahasa Indonesia di SMP Kabupaten Pesawaran. *Griya Cendikia*, 6(2), 384–389.
- Wulandari, T., dan Mudinillah, A. (2022). Efektivitas penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran IPA MI/SD. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah*, 2(1), 102–118.
- Wulansari, K., dan Sunarya, Y. (2023). Keterampilan 4C (critical thinking, creativity, communication, dan collaborative) guru bahasa Indonesia SMA dalam pembelajaran abad 21 di era industri 4.0. *Jurnal Basicedu*, 7(3), 1667–1674.
- Yanti, S., Arnilis, Y., Ningsih, S., dan Murthada, M. (2024). Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai inovasi pembelajaran mahasiswa pada mata kuliah media literasi ICT dan media pembelajaran ekonomi. *Dharmas Education Journal (DE_Journal)*, 4(3), 905-914.
- Yaumi, M. (2017). *Prinsip-prinsip desain pembelajaran: Disesuaikan dengan Kurikulum 2013 (Edisi Kedua)*. Penerbit Kencana.
- Zakaria, A. B. (2024). Pengaruh penggunaan aplikasi Canva terhadap kreativitas peserta didik dalam mendesain proyek penguatan profil pelajar Pancasila. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti*, 11(1), 164–173.