



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 4811-4818

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Hubungan antara Kemampuan Mendesain Konten dan Kreativitas Editing dengan Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial pada Mahasiswa Kota Tangerang

Nesya Angelita, Yanti Susanti, Nurfadillah

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Teknologi dan Bisnis, Universitas Yatsi Madani

angelitainesya@gmail.com, yanti.susanti@uym.ac.id, nurfdillah0408@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kemampuan mendesain konten dan kreativitas editing terhadap pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial pada mahasiswa di Kota Tangerang. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa di Kota Tangerang, sedangkan penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Yamane dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga diperoleh 213 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah incidental random sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kesediaan dan kesesuaian dengan kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data meliputi statistik deskriptif dan korelasi parsial Pearson. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kemampuan mendesain konten, kreativitas editing, dan pemanfaatan Canva Pro pada kategori relatif tinggi. Analisis korelasi parsial menunjukkan bahwa kemampuan mendesain konten tidak berhubungan secara signifikan dengan pemanfaatan Canva Pro setelah dikontrol oleh kreativitas editing ($r = 0,078$; $p = 0,261$). Sebaliknya, kreativitas editing memiliki hubungan positif dan signifikan dengan pemanfaatan Canva Pro meskipun kemampuan desain konten dikendalikan ($r = 0,351$; $p < 0,001$). Secara keseluruhan, kreativitas editing terbukti sebagai prediktor yang lebih dominan dibandingkan kemampuan mendesain konten secara umum dalam memengaruhi intensitas pemanfaatan Canva Pro. Temuan ini mencerminkan bahwa penggunaan platform desain digital berbayar tidak semata-mata ditentukan oleh penguasaan teknis desain, melainkan lebih dipengaruhi oleh dimensi kreativitas yang mencakup eksplorasi visual, kemampuan mengadaptasi tren kontemporer, serta integrasi ide-ide orisinal dalam produksi konten.

Kata kunci: Kreativitas Editing, Kemampuan Mendesain Konten, Pemanfaatan Canva Pro, Platform Desain Digital, Konten Media Sosial

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu menciptakan dan menyajikan konten (Alamsyah et al., 2024; Hasan et al., 2023), khususnya melalui media sosial. Kemajuan teknologi desain berbasis digital mendorong mahasiswa untuk tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga sebagai kreator konten yang dituntut memiliki kemampuan mendesain konten serta kreativitas dalam proses editing. Platform desain seperti Canva Pro hadir sebagai salah satu inovasi teknologi yang memudahkan pengguna dalam menghasilkan konten visual yang menarik, efektif, dan komunikatif. Pemanfaatan Canva Pro memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan ide kreatif melalui berbagai fitur desain yang mendukung proses editing secara lebih fleksibel dan efisien. Dalam konteks mahasiswa Kota Tangerang, penggunaan Canva Pro untuk media sosial menjadi relevan untuk dikaji karena berkaitan erat dengan pengembangan kemampuan desain konten, kreativitas editing, serta adaptasi terhadap kebutuhan komunikasi digital di era media sosial.

Transformasi digital merupakan suatu proses di mana individu tidak hanya mengadopsi teknologi, tetapi juga mengalami perubahan dalam cara berpikir, beraktivitas, dan mengembangkan kapabilitas baru untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan dunia digital yang semakin kompleks. Perubahan ini mencakup tidak hanya aspek teknis, tetapi juga keterlibatan aktif dalam pemanfaatan teknologi untuk tujuan komunikasi, informasi, dan produktivitas (Wahyudi et al., 2023).

Pada era modern saat ini, tersedia berbagai aplikasi digital yang dapat dimanfaatkan untuk mendesain konten visual bagi media sosial. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan adalah Canva. Canva merupakan alat bantu desain grafis daring yang memudahkan pengguna dalam membuat dan membagikan konten visual secara praktis di berbagai platform media sosial. Aplikasi ini menyediakan beragam template siap pakai, seperti poster, infografis, konten unggahan media sosial, logo, serta elemen visual lainnya, sehingga memungkinkan pengguna menghasilkan konten yang menarik dan komunikatif tanpa memerlukan keterampilan desain tingkat lanjut (Larasati & Roidah, 2023).

Secara teoretis, peran media digital dalam mendorong kreativitas telah banyak dibahas dalam berbagai literatur. Kreativitas dipahami sebagai kemampuan individu untuk menghasilkan ide-ide baru yang tidak terbatas serta memberikan solusi yang cerdas dan efektif terhadap permasalahan yang dihadapi. Kreativitas tidak hanya berkaitan dengan seni atau desain, tetapi juga berperan penting dalam konteks bisnis dan pengelolaan konten media sosial (Philip & Philip, 2025). Dalam pemanfaatan media sosial, kreativitas menjadi faktor kunci dalam menghasilkan konten yang inovatif, menarik, dan bernilai tambah. Platform desain digital seperti Canva mendukung pengembangan kreativitas melalui fitur yang fleksibel dan elemen visual yang beragam, sehingga pengguna dapat menyajikan ide secara visual dengan lebih komunikatif dan efektif.

Laksono et al. (2025) menyatakan bahwa media sosial dapat diartikan sebagai sarana digital yang digunakan dalam proses penyampaian pesan dan informasi kepada audiens secara interaktif. Media sosial juga berperan dalam menarik perhatian, membangun keterlibatan, serta memengaruhi respons dan perilaku pengguna melalui konten yang disajikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi serta menciptakan interaksi yang lebih terarah dan terkendali. Pemanfaatan media sosial yang dikelola dengan baik diharapkan mampu menghadirkan pengalaman bermedia yang menarik dan menyenangkan bagi pengguna.

Meskipun berbagai perangkat lunak premium seperti Adobe, Corel, atau Microsoft Office dapat digunakan untuk desain, hasil desain dari stok foto atau karya seni yang tersedia terkadang kurang menarik dan terlihat ketinggalan zaman. Canva hadir sebagai solusi yang semakin populer karena membantu pengguna dari berbagai kalangan, mulai dari pengusaha hingga pendidik, untuk menghasilkan desain yang lebih modern. Dengan tersedianya beragam template dan elemen desain yang praktis, Canva mudah digunakan baik oleh pemula maupun profesional. Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik konten yang efektif, mulai dari format, gaya komunikasi, hingga konteks distribusi menjadi esensial dalam membangun strategi pemasaran digital yang berdaya saing dan berdampak jangka panjang (Erwin et al., 2024).

Keunggulan Canva terletak pada kemudahannya melalui fitur drag-and-drop serta dapat diakses dari berbagai perangkat (Hasijazh et al., 2025). Canva memiliki tiga versi, yaitu Canva Basic, Canva Pro, dan Canva untuk Enterprise. Di era digital, media sosial semakin memperkuat interaksi sosial dan memungkinkan pengguna memperoleh berbagai wawasan yang relevan. Digitalisasi sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi memberikan dampak positif maupun negatif, terutama bagi kalangan remaja.

Pemanfaatan Canva Pro dalam pengelolaan konten media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis desain, tetapi juga mendorong pengembangan kreativitas editing dan kemampuan desain konten pengguna. Fitur kolaborasi, pengeditan real time, serta akses terhadap elemen desain premium memungkinkan mahasiswa untuk mengeksplorasi ide visual, memodifikasi konten secara kreatif, dan menyempurnakan hasil desain melalui proses umpan balik bersama. Proses kolaboratif tersebut memperkuat kemampuan dalam mengolah elemen visual, menentukan komposisi desain, serta menyesuaikan konten dengan karakteristik media sosial yang dinamis. Dengan demikian, semakin optimal pemanfaatan Canva Pro, semakin tinggi pula peluang peningkatan kreativitas editing dan kemampuan desain konten, khususnya dalam menghasilkan konten media sosial yang inovatif, komunikatif, dan bernilai visual tinggi. Hal ini sejalan dengan Masnawati et al. (2024) yang menegaskan bahwa kolaborasi digital berperan penting dalam meningkatkan kualitas hasil kerja kreatif melalui interaksi dan pertukaran gagasan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kemampuan mendesain konten dan kreativitas editing dengan pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial pada mahasiswa Kota Tangerang. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui sejauh mana pemanfaatan Canva Pro berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan mahasiswa dalam merancang konten media sosial yang kreatif, menarik, dan komunikatif. Pemanfaatan Canva Pro diharapkan mampu mendorong mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan desain visual serta kreativitas editing dalam mengelola konten digital sesuai dengan karakteristik media sosial. Dengan kemampuan tersebut,

mahasiswa diharapkan lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital serta mampu menghasilkan konten media sosial yang relevan, efektif, dan memiliki daya tarik visual tinggi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional melalui pendekatan *ex post facto*, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kemampuan mendesain konten dan kreativitas editing dengan pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial. Pendekatan *ex post facto* digunakan karena peneliti tidak memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel penelitian, melainkan menganalisis keterkaitan antarvariabel berdasarkan kondisi yang telah terjadi secara alami pada responden.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Tangerang dengan subjek penelitian berupa mahasiswa yang aktif menggunakan Canva Pro dalam pembuatan konten media sosial. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa di Kota Tangerang, sedangkan penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Yamane* dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga diperoleh 213 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental random sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan kesediaan dan kesesuaian dengan kriteria penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1–4, yang terdiri atas pilihan sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju. Kuesioner disebar secara daring melalui Google Form dan didistribusikan kepada responden melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Penggunaan skala genap tanpa pilihan netral dimaksudkan untuk menghindari jawaban ragu-ragu sehingga kecenderungan sikap responden terhadap pernyataan yang diberikan dapat terlihat lebih jelas.

Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,134) pada taraf signifikansi 5%. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kemampuan mendesain konten, kreativitas editing, dan pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial dinyatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai $\alpha \geq 0,70$, dan hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik.

3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan data yang terkumpul, penelitian ini melibatkan 213 mahasiswa di Kota Tangerang yang secara aktif memanfaatkan aplikasi Canva untuk pembuatan konten media sosial. Demografi responden mendominasi oleh kelompok perempuan, dengan rentang usia utama 18–23 tahun, yang mencerminkan populasi usia produktif beradaptasi tinggi terhadap inovasi teknologi digital. Dari aspek latar belakang pendidikan, responden berasal dari berbagai program studi, didominasi oleh mahasiswa Bisnis Digital, Manajemen, Akuntansi, dan Ilmu Komputer dari perguruan tinggi negeri maupun swasta di Tangerang dan sekitarnya. Sebagian besar berada pada semester menengah hingga akhir, menandakan pengalaman akademik matang dalam mengintegrasikan media digital untuk tujuan pembelajaran dan non-akademik.

Analisis pengalaman penggunaan mengungkap bahwa mayoritas responden telah memakai Canva lebih dari satu tahun, dengan hampir keseluruhan pernah mencoba versi gratis sebelum transisi ke fitur Canva Pro. Sekitar separuh responden merupakan pengguna aktif Canva Pro melalui langganan individu atau akses bersama, sementara sisanya tetap mengandalkan versi gratis sesuai kebutuhan.

Tujuan penggunaan Canva paling menonjol adalah untuk media pembelajaran dan konten media sosial (Maulid, 2024), baik secara terpisah maupun terintegrasi, yang menggarisbawahi peran aplikasi ini sebagai fasilitator kreativitas dan produktivitas akademik. Intensitas penggunaan didominasi oleh frekuensi mingguan rutin (1–5 kali), dengan sebagian mencapai lebih dari lima kali per minggu. Secara umum, karakteristik responden menunjukkan bahwa mahasiswa di Kota Tangerang memiliki tingkat keterpaparan dan pengalaman yang cukup tinggi terhadap Canva, sehingga dinilai relevan dan representatif untuk mengkaji hubungan antara kemampuan mendesain konten, kreativitas editing, dan pemanfaatan Canva Pro dalam konteks media sosial.

3.1. Hasil Penelitian

Uji statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian (Jailani & Saksitha, 2024) yang meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden serta tingkat variasi data pada variabel kemampuan mendesain konten, kreativitas editing, dan pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial sebelum dilakukan analisis statistik lanjutan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemampuan Mendesain Konten (X1)	213	7	28	23.94	4.712
Kreativitas Editing (X2)	213	7	28	23.69	4.465
Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y)	213	10	40	35.42	5.573
Valid N (listwise)	213				

Sumber: SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel Kemampuan Mendesain Konten (X1) mencatatkan nilai rata-rata sebesar 23,94 dengan tingkat sebaran data (standar deviasi) sebesar 4,712. Sementara itu, variabel Kreativitas Editing (X2) menunjukkan nilai rata-rata 23,69 dengan standar deviasi 4,465. Adapun untuk variabel dependen, yaitu Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y), diperoleh nilai rata-rata sebesar 35,42 dengan standar deviasi 5,573.

Rentang antara nilai minimum dan maksimum pada ketiga variabel tersebut mencerminkan adanya keberagaman persepsi atau jawaban dari responden. Hal ini mengindikasikan bahwa data memiliki variabilitas yang cukup dan bersifat representatif, sehingga memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis inferensial.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya item pernyataan pada angket atau instrumen penelitian ini (Anggraini et al., 2022). Validitas instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan rumus Person product moment, hasil dari analisis validitas angket yang diperoleh valid, artinya kesemua item pada angket yang digunakan menunjukkan data valid. Item tersebut dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikan 5% ($n=213$, $r_{tabel} = 0,134$). Hasil uji validitas instrumen Kemampuan Mendesain Konten (X1) dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2, sedangkan untuk hasil uji validitas instrumen Kreativitas Editing (X2) dapat dilihat pada Tabel 3, serta untuk hasil uji validitas instrumen Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y) pada Tabel 4.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Kemampuan Mendesain Konten (X1)

No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,502	0,134	Valid
2	0,520	0,134	Valid
3	0,483	0,134	Valid
4	0,493	0,134	Valid
5	0,539	0,134	Valid
6	0,485	0,134	Valid
7	0,469	0,134	Valid

Sumber: SPSS Versi 31

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Kreativitas Editing (X2)

No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,501	0,134	Valid
2	0,425	0,134	Valid
3	0,489	0,134	Valid
4	0,524	0,134	Valid
5	0,518	0,134	Valid
6	0,458	0,134	Valid
7	0,503	0,134	Valid

Sumber: SPSS Versi 31

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y)

No. Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,873	0,134	Valid
2	0,799	0,134	Valid
3	0,890	0,134	Valid
4	0,818	0,134	Valid
5	0,814	0,134	Valid
6	0,799	0,134	Valid
7	0,805	0,134	Valid
8	0,811	0,134	Valid
9	0,836	0,134	Valid
10	0,770	0,134	Valid

Sumber: SPSS Versi 31

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, diperoleh temuan empiris yang memperkuat kedudukan instrumen penelitian ini. Seluruh butir pernyataan yang menyusun variabel Kemampuan Mendesain Konten (X1), Kreativitas Editing (X2), serta Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y) secara konsisten menunjukkan nilai r hitung yang melampaui ambang batas r tabel sebesar 0,134.

Lebih lanjut, koefisien signifikansi (p-value) untuk setiap item berada di bawah angka 0,05, yang mengonfirmasi bahwa korelasi antara skor butir dengan skor total variabel bersifat signifikan secara statistik. Pencapaian parameter ini menegaskan bahwa instrumen yang digunakan memiliki derajat ketepatan (validitas) yang tinggi dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dengan kata lain, setiap pernyataan dalam kuesioner telah mampu merepresentasikan indikator-indikator kemampuan desain, kreativitas, dan penggunaan platform digital secara akurat.

Oleh karena itu, instrumen ini dinyatakan valid dan memenuhi syarat reliabilitas substantif, sehingga memiliki legitimasi untuk digunakan sebagai alat pengumpul data pada tahap analisis inferensial yang lebih kompleks, seperti uji regresi atau uji hipotesis.

Setelah uji validitas selesai dilakukan langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha cronbach*. Uji reliabilitas yang dilakukan diperoleh Kemampuan Mendesain Konten sebesar 0,948 dan *alpha cronbach* Kreativitas Editing sebesar 0,924, serta *alpha cronbach* yang diperoleh Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial sebesar 0,945. Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa data bersifat reliabel karena hasil perhitungan kecerdasan interpersonal sebesar 74,4% dan hasil perhitungan motivasi belajar sebesar 66,4%. Hasil tersebut lebih besar dari kriteria signifikansi 60% yang dikemukakan oleh (Ramadhan et al., 2023).

Pada bagian analisis korelasi, dilakukan perhitungan untuk mengetahui hubungan antara kemampuan mendesain konten (X₁) dengan pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial (Y), serta hubungan antara kreativitas editing (X₂) dengan pemanfaatan Canva Pro (Y). Selain itu, analisis juga dilakukan untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengendalikan variabel independen lainnya, sehingga diperoleh gambaran hubungan yang lebih spesifik antarvariabel penelitian.

Perhitungan hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan *Korelasi Parsial Pearson* guna mengontrol pengaruh variabel independen lainnya. Analisis ini bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian terkait keterkaitan kemampuan mendesain konten dan kreativitas editing dengan pemanfaatan Canva Pro untuk media sosial dapat dilihat pada Tabel 5 dan 6.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Parsial antara Kemampuan Mendesain Konten (X₁) dan Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y) dengan Mengendalikan Kreativitas Editing (X₂)

Control Variables		Correlations		
			Kemampuan Mendesain Konten (X ₁)	Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y)
Kreativitas Editing (X ₂)	Kemampuan Mendesain Konten (X ₁)	Correlation	1.000	.078
		Significance (2-tailed)	.	.261
		df	0	210
Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y)	Kemampuan Mendesain Konten (X ₁)	Correlation	.078	1.000
		Significance (2-tailed)	.261	.
		df	210	0

Tabel 6. Hasil Uji Korelasi Parsial antara Kreativitas Editing (X₂) dan Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y) dengan Mengendalikan Kemampuan Mendesain Konten (X₁)

Control Variables		Correlations		
			Kreativitas Editing (X ₂)	Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y)
Kemampuan Mendesain Konten (X ₁)	Kreativitas Editing (X ₂)	Correlation	1.000	.351
		Significance (2-tailed)	.	<.001
		df	0	210
Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y)	Kreativitas Editing (X ₂)	Correlation	.351	1.000
		Significance (2-tailed)	<.001	.
		df	210	0

Berdasarkan hasil uji korelasi parsial yang dipaparkan pada Tabel 5, ditemukan bahwa hubungan antara variabel Kemampuan Mendesain Konten (X₁) dengan Pemanfaatan Canva Pro untuk Media Sosial (Y) dengan menempatkan Kreativitas Editing (X₂) sebagai variabel kontrol menghasilkan koefisien korelasi sebesar $r = 0,078$ dengan nilai signifikansi $p = 0,261$ ($p > 0,05$). Temuan empiris ini mengindikasikan bahwa secara parsial, kemampuan mendesain konten tidak memiliki kontribusi linear yang signifikan terhadap intensitas pemanfaatan Canva Pro apabila pengaruh kreativitas editing dihilangkan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang mengasumsikan adanya korelasi positif antara kedua variabel tersebut tidak terdukung secara statistik, sehingga hipotesis nol (**H₀**) diterima.

Sebaliknya, merujuk pada hasil analisis korelasi parsial pada Tabel 6, diperoleh koefisien korelasi sebesar $r = 0,351$ dengan nilai signifikansi $p < 0,001$ ($p < 0,05$) pada hubungan antara Kreativitas Editing (X₂) dan Pemanfaatan Canva Pro (Y) dengan mengendalikan Kemampuan Mendesain Konten (X₁). Hasil ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan secara parsial; artinya, peningkatan kreativitas editing berkorelasi kuat dengan tingginya pemanfaatan fitur Canva Pro untuk media sosial, terlepas dari tingkat kemampuan desain dasar yang dimiliki responden. Berdasarkan data tersebut, hipotesis alternatif (H_a) untuk variabel kreativitas editing secara resmi diterima.

Secara komprehensif, temuan ini menyiratkan bahwa dalam ekosistem platform desain instan, kreativitas editing merupakan determinan yang lebih dominan dibandingkan kemampuan desain konvensional dalam memprediksi perilaku penggunaan Canva Pro. Hal ini selaras dengan fenomena digital saat ini, di mana ketersediaan template pada Canva Pro mengalihkan fokus pengguna dari kebutuhan akan keterampilan desain dasar menuju urgensi orisinalitas dalam modifikasi dan kreativitas penyuntingan. Esensi kreativitas dalam proses kurasi visual menjadi katalisator utama bagi responden dalam mengeksplorasi fitur-fitur premium guna menghasilkan konten media sosial yang representatif.

3.2. Diskusi

Penelitian ini dirancang untuk menguji keterkaitan antara kemampuan desain konten serta kreativitas pengeditan terhadap tingkat pemanfaatan Canva Pro dalam konteks media sosial di kalangan mahasiswa Kota Tangerang. Mengadopsi desain korelasional *ex post facto*, studi ini mengeksplorasi asosiasi antarvariabel tanpa intervensi atau manipulasi eksperimental oleh peneliti. Sampel terdiri dari 213 mahasiswa yang secara rutin memanfaatkan Canva guna menghasilkan konten digital pada media sosialnya.

Statistik deskriptif menggambarkan bahwa responden umumnya menunjukkan kompetensi mendesain konten dan kreativitas pengeditan pada level memadai hingga unggul, diiringi dengan adopsi Canva Pro yang tergolong optimal. Pola ini mencerminkan adaptabilitas mahasiswa Tangerang dalam mengintegrasikan platform desain grafis ke dalam rutinitas akademik maupun kegiatan non-formal, terutama produksi materi media sosial.

Sebagai prasyarat analisis inferensial, instrumen pengukuran menjalani pengujian validitas dan reliabilitas. Uji validitas *Pearson* mengonfirmasi bahwa r hitung setiap item pada ketiga variabel (kemampuan desain konten, kreativitas pengeditan, dan pemanfaatan Canva Pro) melebihi r tabel pada $\alpha = 0,05$, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* selanjutnya menghasilkan koefisien $> 0,70$ untuk masing-masing skala, menjamin konsistensi dan keandalan alat ukur dalam menangkap konstruk yang ditargetkan.

Analisis korelasi parsial mengungkap bahwa kemampuan desain konten (X_1) tidak menunjukkan asosiasi signifikan dengan pemanfaatan Canva Pro (Y) setelah mengontrol kreativitas pengeditan (X_2). Fakta ini menyiratkan bahwa penguasaan teknis dasar desain konten saja tidak cukup memicu eksploitasi maksimal fitur premium Canva Pro tanpa dukungan elemen kreatif yang mendalam. Mahasiswa dengan keterampilan desain standar cenderung tidak beralih ke versi berbayar kecuali didorong oleh tuntutan inovasi pengeditan yang lebih tinggi.

Kontras dengan hal tersebut, kreativitas pengeditan (X_2) terbukti berkorelasi positif dan signifikan dengan pemanfaatan Canva Pro (Y), bahkan setelah dikontrol variabel kemampuan desain konten. Bukti empiris ini memperkuat dominasi kreativitas pengeditan sebagai pendorong utama adopsi fitur lanjutan Canva Pro. Responden dengan kreativitas pengeditan superior lebih condong memanfaatkan aset premium seperti template eksklusif, elemen grafis proprietary, dan opsi kustomisasi canggih, yang selaras dengan kebutuhan produksi konten media sosial berkualitas tinggi.

Temuan ini selaras dengan literatur yang memposisikan kreativitas sebagai katalisator kunci dalam optimalisasi teknologi desain digital (Sijabat et al., 2024), khususnya untuk konten berbasis media sosial (Ahda et al., 2025). Berbeda dari kemampuan desain konten yang bersifat prosedural, kreativitas pengeditan melibatkan dimensi inovatif seperti eksplorasi visual, adaptasi tren kontemporer, dan sintesis ide orisinal (Julianto et al., 2025). Dengan demikian, kreativitas pengeditan muncul sebagai prediktor superior dibandingkan kemampuan desain generik dalam memengaruhi intensitas penggunaan Canva Pro.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, Analisis korelasi parsial menegaskan bahwa kemampuan desain konten (X_1) tidak menunjukkan asosiasi signifikan dengan pemanfaatan Canva Pro (Y) setelah mengontrol kreativitas pengeditan (X_2). Fakta ini mengonfirmasi keterbatasan penguasaan teknis dasar desain konten dalam memicu eksploitasi maksimal fitur premium Canva Pro tanpa dukungan elemen kreatif yang mendalam. Kontras dengan temuan tersebut, kreativitas pengeditan (X_2) terbukti berkorelasi positif dan signifikan dengan pemanfaatan Canva Pro (Y), bahkan setelah dikontrol variabel kemampuan desain konten. Bukti empiris ini mempertegas dominasi kreativitas pengeditan sebagai pendorong utama adopsi fitur lanjutan Canva Pro di kalangan mahasiswa Kota Tangerang. Secara keseluruhan, kreativitas editing terbukti sebagai prediktor yang lebih dominan dibandingkan kemampuan mendesain konten secara umum dalam memengaruhi intensitas pemanfaatan Canva Pro. Temuan ini mencerminkan bahwa penggunaan platform desain digital berbayar tidak semata-mata ditentukan oleh penguasaan teknis desain, melainkan lebih dipengaruhi oleh dimensi kreativitas yang mencakup eksplorasi visual, kemampuan mengadaptasi tren kontemporer, serta integrasi ide-ide orisinal dalam produksi konten. Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi pemanfaatan Canva Pro di kalangan mahasiswa perlu diarahkan pada penguatan kreativitas editing sebagai kompetensi inti dalam literasi digital.

Dengan demikian, pengembangan kemampuan visual kreatif dan inovasi konten menjadi faktor strategis dalam mendorong pemanfaatan teknologi desain digital secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Referensi

1. Ahda, F., Asyura, N., & Rahma, U. (2025). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 359–366.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.349>
2. Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi media dan dinamika komunikasi dalam era digital: Tantangan dan peluang ilmu komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168–181.
<https://doi.org/10.61722/jirs.v1i3.554>
3. Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
4. Erwin, E., Cindrakasih, R. R. R., Sari, A., Hita, H., Boari, Y., Judijanto, L., & Tadampali, A. C. T. (2024). Pemasaran digital: Teori dan implementasi. PT. Green Pustaka Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=8PHvEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
5. Hasan, K., Husna, A., Muchlis, M., Fitri, D., & Zulfadli, Z. (2023). Transformasi komunikasi massa era digital antara peluang dan tantangan. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 8(1), 41–55.
<https://ojs.unimal.ac.id/jpp/article/view/12608>
6. Hasijazh, N., Cahyani, A. T., & Setiadi, H. W. (2025). Studi Literatur: Pemanfaatan Canva dalam Meningkatkan Literasi Digital Guru Sekolah Dasar pada Implementasi Kurikulum Merdeka. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(03).
<https://ojs.ruangpublikasi.com/index.php/jpim/article/view/1209>
7. Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (2024). Tehnik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 79–91.
<https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/view/1147>
8. Julianto, I. N. L., Sumadewa, I. N. Y., Kasmana, K., Surahman, A., Yasa, G. P. P. A., Isnaini, W., Septarina, S. W., Ridlo, M. H. R., Hidayatullah, T., & Darmawan, A. J. (2025). Desain Komunikasi Visual Era Society 5.0. *SIDYANUSA*.
<https://books.google.co.id/books?id=trNDEQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
9. Laksono, D. S., Jondy, A. A. J., Caesar, J., Gultom, M. S., & Yuliani, T. (2025). Memaksimalkan Canva Untuk Pembuatan Konten Gambar Sebagai Promosi UMKM di Media Sosial. *Journal of Community Service Information System Synergy*, 1(1), 18–24.
<https://journal.jci.co.id/jspm/article/view/22>
10. Larasati, G., & Roidah, I. S. (2023). Penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan konten gambar sebagai upaya promosi produk umkm di media sosial. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–23.
https://jurnalkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/220
11. Masnawati, E., Mardikaningsih, R., Hariani, M., al Hasani, D. F., Irawan, A. I., & Safitri, S. M. (2024). Strategi Kolaboratif dalam Pengembangan Lingkungan Pembelajaran Kreatif. *Jurnal Pendidikan, Penelitian, Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 49–62.
<https://jurnalnala.id/index.php/nala/article/view/50>
12. Maulid, T. A. (2024). Keterampilan guru dalam membuat media pembelajaran digital dengan menggunakan artificial intelligence aplikasi Canva. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 281–294.
<https://doi.org/10.58230/27454312.485>
13. Philip, L., & Philip, M. M. L. (2025). Pengaruh Pemikiran Kreatif dalam Menciptakan Konten Viral: Studi Kasus pada Fenomena Digital yang Berkembang Pesat diMedia Sosial. *Profilm Jurnal Ilmiah Ilmu Perfilman Dan Pertelevision*, 4(1), 14–37.
<https://doi.org/10.56849/jpf.v4i1.71>
14. Ramadhan, I., Imran, I., Ulfah, M., Prancisca, S., Linda, L., Febrianti, U. R., & Wahyudi, A. (2023). Pelatihan peningkatan keterampilan belajar peserta didik menggunakan aplikasi Canva di sekolah perbatasan Indonesia-Malaysia. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(3), 525–532. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i3.8353>
15. Sijabat, P. I., Simangunsong, A., Barus, E. B., Ramadhan, A. S., & Josua, A. (2024). Pemanfaatan Dan Stimulasi Kreativitas Anak-Anak Dalam Pembuatan Karya Digital Merespon. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3).
<https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i3.3663>
16. Wahyudi, A., Assyamiri, M. B. T., Al Aluf, W., Fadhillah, M. R., Yolanda, S., & Anshori, M. I. (2023). Dampak transformasi era digital terhadap manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 99–111.
<https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2222>