

Pemanfaatan *Canva* Sebagai Media Perancangan Grafis

Penulis¹, Supradaka

Fakultas Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I
Jl. Diponegoro No.74 Jakarta Pusat 10430
padakakuliaonline@gmail.com

ABSTRAK

Canva merupakan aplikasi program *design online* yang menyediakan berbagai *tools* atau alat *editing* untuk membuat berbagai desain grafis dengan mudah tanpa perlu mendesainnya dari awal. Penelitian ini ditujukan untuk memberikan solusi dalam pemanfaatan aplikasi *Canva* sebagai media perancangan grafis bagi para desainer pemula dan pelaku *online marketing*. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori difusi Inovasi yang mengkaji proses penyebaran serta proses pengadopsian yang terjadi pada masyarakat terhadap kehadiran sebuah inovasi baru. Serta menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menafsirkan fenomena yang ada. Proses pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam. Hasil penelitian ini mendiskripsikan bahwa pemanfaatan *canva* sebagai media perancangan grafis mampu memberikan kemudahan-kemudahan dalam penggunaannya, meningkatkan kreativitas dan menghasilkan konten desain grafis dengan inovasi baru.

Kata kunci : Canva, Grafis, Difusi Inovasi, Kreativitas

ABSTRACT

Canva is an online design application that provides various tools or editing tools to easily create various graphic designs without the need to design them from scratch. This research is intended to provide solutions for using Canva application as a graphic design medium for novice designers and online marketers. This study uses an innovation diffusion theory approach which examines the dissemination process and the adoption process that occurs in society towards the presence of a new innovation. This study uses a qualitative descriptive approach to interpret the existing phenomena. The primary data collection process was carried out through in-depth interviews. The results of this study describe that the use of Canva as a graphic design medium is able to provide convenience in its use, increase creativity and produce graphic design content with new innovations.

Keywords : Canva, Graphics, Diffusion of Innovation, Creativity

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi media telah membuat komunikasi menjadi semakin mudah dan mampu menjangkau komunikasi yang sangat luas dengan jumlah pesan yang nyaris tidak terbatas. Puncak kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini adalah

teknologi internet yang mampu menghubungkan, mempertemukan dan menukarkan data dari jutaan komputer di manapun berada.

Dengan teknologi media komunikasi yang berkembang sangat cepat, cara berkomunikasi ikut berubah dengan

berbagai bentuk kreatifitasnya, khususnya dalam dunia desain dan kreativitas. Sehingga dunia kreatif menjadi pembicaraan khalayak ramai dan digeluti sebagai profesi baru oleh sebagian orang di tengah situasi persaingan bisnis yang semakin kejam. Penggunaan media baru saat ini cenderung dipilih para pelaku usaha, karena diasumsikan lebih praktis dan efisien. implikasinya para pembisnis lebih dominan memilih media baru sebagai ajang promosi produknya.

Dari kenyataan inilah mulai perlu dipikirkan ulang tentang cara-cara berpromosi yang telah ditekuni selama ini, untuk menuju cara promosi baru yang sesuai dengan tantangan perkembangan media baru. Secara tidak langsung hal tersebut akan menumbuhkan iklim kreativitas semakin berkembang.

Di era *Online Marketing*, promosi *online* menempati posisi yang penting, sehingga seminim apapun ilmu design yang dimiliki seseorang, ia harus mampu membuat postingan semenarik mungkin, karena tidak bisa dipungkiri lagi bahwa dalam dunia bisnis, desain grafis merupakan salah satu hal yang tidak bisa diabaikan, apapun jenis bisnisnya pasti sangat membutuhkan design, baik untuk logo, *packaging*, *promotion tools*, infografik maupun sekedar posting di media sosial untuk branding produk agar dikenali orang dan memikat hati para pembeli. Dengan desain yang berkualitas akan memperkuat brand dan tentunya akan lebih menarik para pelanggan, sehingga dibutuhkan ide-ide kreatif dari para desainer.

Ide kreatif merupakan suatu ketentuan yang tidak boleh ditawar-tawar lagi, karena begitu

pentingnya untuk menciptakan suatu iklan yang unik dan nyeleneh baik di televisi maupun di media sosial. Tujuannya sebagai *brand awareness* atau menarik perhatian calon pembeli. Namun, jika ingin memiliki design yang berkualitas namun tidak punya cukup skill untuk menggunakan *corel draw*, *adobe illustrator* atau *adobe photoshop* maka *canva* adalah solusinya.

Canva adalah program *Design Online* yang menyediakan berbagai *tools* atau alat editing untuk membuat berbagai desain grafis seperti poster, *flyer*, infografik, *banner*, *card invitation*, *presentation*, *facebook*, *cover* dan masih banyak lagi. Selain itu, ada juga alat editing untuk foto, diantaranya ada *photo editor*, *photo filters*, *photo frame*, *stickers*, *icon* dan desain grids.

Sejarah *Canva* dimulai pada tanggal 1 Januari 2012, *Canva* didirikan oleh Melanie Perkins yang sebelumnya juga mendirikan *Fusion Books*, penerbit buku ternama di Australia. Di tahun pertama debutnya, *Canva* melejit dengan membukukan rekor pengguna sebanyak 750.000.

Lima tahun berjalan, di tahun 2017 *Canva* mencapai fase di mana perusahaan mulai membukukan laba. Saat itu mereka sudah mempekerjakan 200 orang pegawai yang tersebar di kantor Australia dan San Fransisco. Salah satu pemasukan terbesarnya datang dari pengguna premium yang berjumlah sebanyak 294.000 pengguna. Per 2017, *Canva* mempunyai 10 juta pengguna dengan cakupan layanan hingga 169 negara.(Winarso, 2018)

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ditujukan untuk memberikan solusi dalam pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media perancangan grafis bagi para desainer pemula dan pelaku *online marketing* yang tidak memiliki pendidikan desain namun mempunyai minat pada bidang desain grafis. Serta diharapkan dapat membangun kesadaran bagi para pelaku desain akan pentingnya pengembangan diri dalam proses kekarayaaan dan melakukan inovasi dalam proses kreatif.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menafsirkan fenomena yang ada. Peneliti menggunakan metode ini karena untuk mengetahui dan mendeskripsikan tanggapan masyarakat tentang pemanfaatan aplikasi *Canva* sebagai media perancangan grafis. Data yang dikumpulkan terutama berupa kata-kata, kalimat atau gambar yang memiliki makna dan mampu memacu timbulnya pemahaman yang lebih nyata daripada sekedar angka atau frekuensi. Peneliti menekankan catatan dengan deskripsi kalimat yang rinci, lengkap, mendalam yang menggambarkan situasi yang sebenarnya guna mendukung penyajian data. Oleh sebab itu penelitian kualitatif secara umum sering disebut sebagai pendekatan kualitatif deskriptif. Peneliti berusaha menganalisis data dalam berbagai nuansa sesuai bentuk aslinya seperti pada waktu dicatat atau dikumpulkan, Yin (2000) dalam Nugrahani (2014). Populasi dari penelitian ini adalah pelajar, mahasiswa dan pelaku bisnis *online* yang tidak memiliki pendidikan tentang desain grafis.

Sedangkan proses pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap tiga orang dengan kriteria informan: satu dari kalangan pelajar SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas), satu orang Mahasiswa dan satu Ibu rumah tangga pelaku bisnis *online* yang tidak memiliki latar belakang pendidikan tentang desain grafis. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada kenyataan dilapangan bahwa aplikasi *Canva* mulai banyak digunakan pada kalangan pelajar, mahasiswa dan pelaku bisnis *online* dalam mengolah atau merancang seni grafis.

Guna memperoleh hasil yang di inginkan, wawancara dilakukan dengan lentur dan terbuka, tidak berstruktur ketat, dan tidak dalam suasana formal. Wawancara ini dilakukan berulang pada tiga orang informan yang sama, dengan pertanyaan berbentuk *open-ended*, yaitu pertanyaan tentang fakta dari peristiwa atau aktivitas, dan opini. Tujuan utama wawancara mendalam adalah untuk dapat menyajikan konstruksi saat sekarang dalam suatu konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, perasaan, motivasi, tanggapan atau persepsi, tingkat dan bentuk keterlibatan, dan sebagainya. Oleh sebab itu, dalam wawancara mendalam, informan dapat mengemukakan pendapatnya, dan pendapat itu dapat digunakan sebagai dasar bagi penelitian selanjutnya Yin (2000) dalam Nugrahani (2014).

3. LANDASAN TEORI

3.1 Difusi Inovasi

Komunikasi merupakan proses dimana partisipan membuat dan membagi sebuah informasi kepada pihak lain untuk mencapai

pada tahap saling memahami. Difusi dapat diartikan sebagai tipe komunikasi khusus dimana pesan adalah ide baru. Difusi tidak terlepas dari inovasi, karena proses utama difusi adalah diadopsinya sebuah inovasi oleh anggota sistem sosial dan anggota sistem sosial tersebut adalah individu, kelompok informal, organisasi dan sub sistem menurut Rogers dalam (Puspitasari, 2017).

Dalam bukunya *Diffusion of innovations* Rogers (1983) dalam (Puspitasari, 2017) menjelaskan proses difusi inovasi terdapat empat elemen, yaitu: a) Inovasi: adalah gagasan atau tindakan yang dianggap baru oleh seseorang atau kelompok, b) saluran Komunikasi: adalah alat untuk menyampaikan pesan inovasi dari sumber kepada penerima inovasi, saluran komunikasi terdapat dua tipe yaitu saluran komunikasi interpersonal dan saluran media masa, c) waktu: adalah proses keputusan inovasi, dimulai dari seseorang mengetahui hingga memutuskan untuk menerima inovasi atau malah menolak sebuah komunikasi, d) sistem sosial: adalah sistem yang dilaksanakan oleh masyarakat atau kelompok untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai sebuah tujuan bersama.

Proses keputusan inovasi adalah proses dimana seorang individu melewati tahap pengetahuan pertama terhadap inovasi, ini menuju pada sikap untuk memutuskan sebuah inovasi yaitu dengan mengadopsi atau malah menolak, mengimplementasikan ide-ide baru, serta mengkonfirmasi keputusan tersebut. Sementara Rogers dalam (Annur, 2013) menjelaskan proses pengambilan keputusan inovasi mencakup, a) Pengetahuan

(*knowledge*): ketika seorang individu diarahkan untuk mengetahui sebuah inovasi baru, b) Persuasi (*Persuasions*): ketika seorang individu bimbang dalam pengambilan keputusan untuk membentuk sikap baik atau tidak baik, c) Keputusan (*Decisions*): ini muncul ketika individu terlibat pada aktivitas yang mengarah pada penerimaan adopsi atau penolakan adopsi, d) Implementasi (*Implementation*): ketika seorang individu mengambil keputusan untuk menetapkan penggunaan sebuah inovasi, e) Konfirmasi (*Confirmation*): ketika individu mencari penguat terhadap keputusannya menerima adopsi atau menolak adopsi yang telah dibuat sebelumnya. Rogers (1983) dalam (Alasfor, 2016) menjelaskan difusi inovasi sebagai sebuah proses untuk mengurangi ketidakpastian, ini menyebabkan rintangan utama individu atau sistem sosial. Persepsi individu tentang karakteristik inovasi dapat memprediksikan *rate of adoption* atau tingkat kecepatan penerimaan sebuah inovasi yang di adopsi oleh anggota sistem sosial. Selanjutnya jumlah individu yang mengadopsi sebuah inovasi pada jangka waktu tertentu dapat diukur sebagai sebuah tingkat kecepatan mengadopsi sebuah inovasi. ada lima karakteristik menurut Rogers (1983) dalam (Alasfor, 2016) yaitu, a) *Relatif Advantage* (Keunggulan relatif): adalah kadar atau tingkatan sebuah inovasi yang dipersepsikan lebih baik daripada ide inovasi sebelumnya, b) *Compatibility* (Kesesuaian): adalah tingkatan sebuah inovasi yang dipersepsikan konsisten dengan nilai-nilai yang sudah ada sebelumnya, pengalaman masa lalu, serta sesuai dengan kebutuhan orang sebagai pengadopsi, c) *Complexity* (Kompleksitas):

adalah tingkatan sebuah inovasi yang dipersepsikan sulit untuk dipahami atau digunakan oleh pengadopsi, atau beberapa inovasi dianggap mudah dipahami atau digunakan oleh sebagian anggota sistem sosial, d) *Trialability* (Ketercobaan): ada delapan referensi karakteristik inovasi *trialability*, inovasi yang dapat dicoba akan diadopsi dan diimplementasikan lebih sering dan lebih cepat dari pada inovasi yang kurang dapat diimplementasikan, e)

Observability (Keterlihatan): tingkatan dimana sebuah inovasi tersebut kelihatan bagi orang lain, semakin mudah individu melihat hasil sebuah inovasi maka akan semakin besar kemungkinan untuk mereka mengadopsinya.

Canva dapat dikategorikan kedalam difusi karena *canva* merupakan inovasi baru dalam dunia desain grafis. *Canva* merupakan aplikasi program *design online* yang menyediakan berbagai *tools* atau alat *editing* untuk membuat berbagai desain grafis seperti poster, flyer, infografik, *banner*, *card invitation*, *presentation*, *facebook cover* dan masih banyak lagi. Selain itu, ada juga alat editing untuk foto, diantaranya ada *photo editor*, *photo filters*, *photo frame*, *stickers*, *icon* dan *desain grids*. *Canva* dapat membantu membuat desain tanpa perlu menginstall aplikasinya. Di dalam *tools canva* juga banyak terdapat design dan animasi yang bisa dengan mudah diedit didalamnya tanpa perlu mendesignnya dari awal.

Situs *canva* dirancang khusus untuk desain grafis, cukup mudah dipelajari bagi pemula karena fitur *drag* dan *drop*-nya yang dapat membantu membuat desain apapun dengan cepat. Hanya memerlukan satu akun saja untuk

bisa belajar membuat desain grafis sesuai keinginan dan ide sendiri. *Canva* merupakan salah satu *software editing foto online* terbaik dan bisa digunakan secara gratis walaupun ada juga yang premium, pada *website canva.com*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Adobsi

Aplikasi *Canva* merupakan sebuah *tools* untuk desain grafis yang menjembatani penggunaannya agar dapat dengan mudah merancang berbagai jenis desain secara *online* yang tersedia dalam beberapa versi, *web*, *iPhone*, dan *Android*. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pertama:

“Canva sangat mudah digunakan melalui laptop maupun hp, canva juga memiliki pilihan bentuk template yang bagus dan mudah digunakan, sehingga sangat membantu untuk menyelesaikan tugas-tugas sekolah gw, dibandingkan sebelum gw mengenal aplikasi canva ini, gampang deh pokoknya”



Gambar.1

Contoh: Pemanfaatan *Canva* untuk menyelesaikan tugas sekolah

Kutipan wawancara di atas mengidentifikasi bahwa aplikasi *Canva* mudah diadopsi oleh siapa saja, serta sesuai dengan kebutuhan orang yang mengadopsi.

4.2 Inovasi

Aplikasi *canva* mempunyai karakteristik inovasi yakni: *Observability*, kegunaan aplikasi *canva* dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Hal ini juga diakui oleh informan kedua:

“Sudah banyak iklan yang saya buat melalui aplikasi ini. Menurut saya sebagai seorang ibu rumah tangga yang sedang senang-senengnya berbisnis secara online, aplikasi canva sangat membantu, karena simpel sih, menyediakan banyak desain frame, stiker, icon, pilihan warna yang menarik, dan didukung banyak animasi, sehingga cocok untuk berinovasi dalam merancang promosi bisnis online, sehingga meningkatkan followers. Dibandingkan sebelum pakai canva.”



Gambar. 2

Contoh: Pemanfaatan *Canva* oleh ibu rumah tangga

untuk promosi bisnis online

Jumlah *followers* yang banyak dapat mengindikasikan bahwa konten yang diposting berkualitas baik dan dirasakan oleh masyarakat.

4.3 Kreativitas

Bagi seorang desainer grafis pemula, *canva* sangat membantu melatih kreativitas melalui fitur drag and dropnya, karena ketersediaan template, jenis huruf dan icon yang sangat banyak, memungkinkan untuk berkreasi sebanyak mungkin dengan cepat. Kenyataan tersebut dapat dikonfirmasi dengan hasil wawancara informan ke tiga :

“Sebagai seorang mahasiswi, saya sangat senang dengan Aplikasi canva karena menyediakan banyak gambar ilustrasi yang dibutuhkan, template yang bagus, sehingga sangat cocok buat pemula yang iseng-iseng berlatih mengolah kreativitas desain grafis, saya bisa leluasa membuat berbagai desain grafis sesuai keinginan, dan saya merasa puas karena bisa membangkitkan kreativitas saya”



Gambar. 3

Contoh : Pemanfaatan *Canva* untuk melatih kreativitas desain grafis

Complexity di dalam *tools canva* dapat ditemukan dengan banyaknya design dan animasi yang bisa dengan mudah diedit tanpa perlu merancang nya dari awal, sehingga pengguna lebih kreatif dan menghasilkan karya desain yang unik dan beragam.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan, bahwa, dalam konteks difusi inovasi, pemanfaatan *canva* sebagai media desain grafis mampu memberikan kemudahan-kemudahan dalam penggunaannya, meningkatkan kreativitas dan menghasilkan konten desain grafis dengan inovasi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alasfor, K. (2016). *Social Media Aoption Among University Instructors In Saudi Arabia*, 13– 20
- Annur, Ayu Mutiara. (2013). *Difusi dan Adopsi Inovasi Penanggulangan Kemiskinan (Studi Difusi dan Adopsi Inovasi dalam Layanan “Mbela Wong Cilik” Unit Pelayanan Terpadu Penanggulangan Kemiskinan (UPTPK) di Kabupaten Sragen*. *Journal of Rural and Development* Volume IV No. 1 Februari 2013. <https://jurnal.uns.ac.id/rural-and-development/article/view/23384>
- Nugrahani, Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam*

Penelitian Pendidikan Bahasa. Solo : Cakra Books

Puspitasari, Reni. (2017).

Difusi Inovasi E-Paper Solopos. <https://core.ac.uk/reader/148618200>

Winarso, Bambang (2018). *Menjajal Canva di Smartphone, Wow Simple Banget. (Review App, 28 Desember 2018)*. Retrieved from <https://dailysocial.id/post/menjajal-canva-di-smartphone>.