

PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN DIGITAL INTERAKTIF CANVA PADA MATA PELAJARAN DASAR DASAR PEMASARAN DI SMK NEGERI 15 JAKARTA

Gema Andika Novaldo¹, Nadya Fadillah Fidhyallah², Kusworo³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

Emai; gemaandikanovaldo_1707619072@mhs.unj.ac.id¹, nadyaffidhyallah@unj.ac.id²,
kusworo@unj.ac.id³

Informasi	Abstract
Volume : 3 Nomor : 7 Bulan : Juli Tahun : 2026 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study aimed to develop and evaluate the feasibility of an interactive digital learning media based on Canva for the Fundamentals of Marketing subject at SMK Negeri 15 Jakarta. The study employed the Research and Development (R&D) method using the ADD development model, which consists of three stages: Analisis, Desain, and Development. Data were collected through interviews, observations, expert validation questionnaires (material experts, media experts, and instructional desain experts), and student response questionnaires. The results indicated that the Canva-based interactive digital learning media was successfully developed based on the analisis of teachers' needs and students' characteristics. The developed media includes learning objectives, learning materials, instructional videos, ice-breaking activities, educational games, practice exercises, user instructions, and interactive navigation. The material expert validation obtained an average score of 3.67, categorized as Highly Valid; the media expert validation obtained an average score of 3.58, categorized as Highly Valid; and the instructional desain expert validation obtained an average score of 3.60, also categorized as Highly Valid. Furthermore, the student response questionnaire achieved an average score of 3.61, categorized as Very Good. These findings indicate that the developed media met the material, media, and instructional desain criteria and received positive responses from students. Therefore, the Canva-based interactive digital learning media was deemed feasible for use in teaching the Fundamentals of Marketing subject at SMK Negeri 15 Jakarta.</i> Keywords: Interactive Digital Learning Media, Canva, ADD, Fundamentals of Marketing, Media Feasibility.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan mengetahui kelayakan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode Research and Development dengan model pengembangan ADD yang terdiri atas tiga tahap, yaitu Analisis, Desain, dan Development. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, angket validasi ahli materi, ahli media, ahli desain, serta angket respons peserta didik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva berhasil dikembangkan berdasarkan hasil analisis kebutuhan guru dan karakteristik peserta didik. Media yang dihasilkan memuat kompetensi pembelajaran, materi, video pembelajaran, ice breaking, permainan edukatif, latihan soal, petunjuk penggunaan, dan navigasi interaktif. Hasil validasi ahli materi memperoleh skor rata-rata 3,67 dengan kategori Sangat Valid, validasi ahli media memperoleh skor rata-rata 3,58 dengan kategori Sangat Valid, dan validasi ahli desain memperoleh skor rata-rata 3,60 dengan kategori Sangat Valid. Selain itu, hasil angket respons peserta didik memperoleh skor rata-rata 3,61 dengan kategori Sangat Baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media telah memenuhi aspek materi, media, dan desain pembelajaran serta memperoleh respons positif dari peserta didik. Berdasarkan hasil penelitian, media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva dinyatakan layak digunakan sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta.

Kata Kunci: *Media Pembelajaran Digital Interaktif, Canva, ADD, Dasar-Dasar Pemasaran, Kelayakan Media.*

A. PENDAHULUAN

Pendidikan berperan penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan menjadi salah satu faktor utama kemajuan suatu bangsa (Malik et al., 2022). Sejalan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan bertujuan mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi individu yang beriman, berakhlak mulia, berilmu, kreatif, mandiri, dan bertanggung jawab (Pemerintah Republik Indonesia, 2003). Untuk mewujudkan tujuan tersebut, kurikulum menjadi komponen utama yang mengarahkan proses pembelajaran serta terus dikembangkan mengikuti kebutuhan zaman (Yuniar & Umami, 2023). Salah satu implementasi pengembangan tersebut adalah Kurikulum Merdeka yang diterapkan sebagai upaya pemulihan pembelajaran pascapandemi COVID-19 untuk mengatasi learning loss akibat pembelajaran jarak jauh (Jojo & Sihotang, 2022; Muzdalifa et al., 2022).

Meskipun demikian, hasil belajar peserta didik pada program keahlian Bisnis Ritel di SMK masih menunjukkan capaian yang belum optimal. Purba dan Nura (2022) melaporkan bahwa hanya 49,7% siswa yang mencapai Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM), sedangkan 50,3% lainnya belum tuntas. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Sianturi dan Rahmadana (2026), yaitu tingkat ketuntasan belajar hanya 34,29% pada ulangan harian pertama dan menurun menjadi 31,43% pada evaluasi berikutnya, sementara masing-masing 65,71% dan 68,57% siswa belum mencapai KKM. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses pembelajaran masih memerlukan inovasi agar mampu meningkatkan hasil belajar, keterlibatan peserta didik, serta kemampuan berpikir kritis (Agustina et al., 2026; Winarti et al., 2022).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan media pembelajaran digital interaktif. Media pembelajaran merupakan sarana penyampaian pesan yang mampu meningkatkan perhatian, motivasi, pemahaman konsep, dan keterlibatan peserta didik melalui integrasi berbagai unsur multimedia, seperti teks, gambar, audio, video, animasi, serta fitur interaktif (Nurfadhillah et al., 2021; Aziz & Marsofiyati, 2024). Pembelajaran digital interaktif memungkinkan peserta didik tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga berinteraksi langsung dengan materi melalui navigasi, video, kuis, simulasi, maupun permainan edukatif sehingga pembelajaran menjadi lebih bermakna dan berpusat pada

peserta didik. Konsep ini didukung oleh Teori Pembelajaran Sosial Vygotsky yang menekankan pentingnya interaksi dan scaffolding dalam membangun pengetahuan serta Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia Mayer yang menjelaskan bahwa kombinasi informasi visual dan verbal mampu meningkatkan pemahaman peserta didik (Tamrin et al., 2011; Idris et al., 2026). Oleh karena itu, guru dituntut lebih kreatif dalam mengembangkan media pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik peserta didik generasi digital (Salsabila & Agustian, 2021).

Salah satu platform yang dapat dimanfaatkan adalah Canva, yaitu aplikasi desain grafis berbasis web yang menyediakan berbagai template, ilustrasi, animasi, video, dan elemen visual untuk menghasilkan media pembelajaran yang menarik dan interaktif (Irmawati et al., 2023). Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di SMK Negeri 15 Jakarta pada 8 Mei 2026, penggunaan media digital seperti Canva, Quizizz, dan Kahoot telah mulai diterapkan, namun masih sebatas media presentasi sederhana. Guru juga menyampaikan bahwa hanya sebagian kecil guru yang mampu mengembangkan media Canva secara interaktif karena keterbatasan keterampilan teknologi, padatnya beban kerja, serta minimnya pelatihan. Akibatnya, pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran masih didominasi metode ceramah dengan media PowerPoint sederhana sehingga keterlibatan aktif peserta didik belum optimal.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media pembelajaran berbasis Canva memiliki tingkat kelayakan, kepraktisan, dan efektivitas yang baik (Alfandi & Cahya, 2025; Puspitasari et al., 2024; Savitri et al., 2024; Zebua et al., 2025). Penelitian lain juga mengembangkan media pembelajaran berbasis pendekatan tertentu, seperti Problem Based Learning maupun strategi metakognitif untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis (Nurhidayat et al., 2021; Hendi et al., 2020). Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya hanya berfokus pada pengujian kelayakan atau efektivitas media, diterapkan pada mata pelajaran maupun jenjang pendidikan yang berbeda, serta belum mengembangkan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva yang mengintegrasikan berbagai aktivitas pembelajaran dalam satu platform pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini mengembangkan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva menggunakan model ADD (*Analysis, Design, Development*), yaitu model pengembangan yang menyediakan tahapan sistematis mulai dari analisis kebutuhan pembelajaran, perancangan media, hingga pengembangan produk yang divalidasi oleh ahli untuk menghasilkan media yang valid dan layak digunakan (Arthawan et al., 2020; Yanti et al., 2023; Zamsiswaya et al., 2024). Research gap penelitian ini terletak pada belum

tersedianya media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva yang secara khusus dikembangkan untuk mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK dengan mengintegrasikan menu kompetensi, ice breaking, materi, video pembelajaran, latihan soal interaktif, permainan edukatif, dan navigasi interaktif dalam satu media. Novelty penelitian ini adalah pengembangan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva menggunakan model ADD yang menghasilkan media valid dan layak digunakan berdasarkan validasi ahli untuk mendukung pembelajaran yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik vokasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan (1) mengembangkan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta dan (2) menguji kelayakan media yang dikembangkan berdasarkan hasil validasi para ahli..

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) untuk mengembangkan serta menguji kelayakan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta (Zakariah & Afriani, 2020). Penelitian dilaksanakan di SMK Negeri 15 Jakarta pada April–Juni 2026. Model pengembangan yang digunakan adalah ADD (*Analisis, Desain, Development*) yang diadaptasi dari model ADDIE Branch (2009). Tahap analisis dilakukan melalui identifikasi kebutuhan pembelajaran, karakteristik peserta didik, dan permasalahan penggunaan media. Tahap desain meliputi penyusunan materi, storyboard, tampilan antarmuka, navigasi, serta elemen multimedia. Tahap *development* merupakan proses pembuatan media pembelajaran berbasis Canva yang dilanjutkan dengan validasi ahli dan revisi hingga diperoleh produk yang layak digunakan.

Populasi penelitian berjumlah 76 peserta didik kelas X Konsentrasi Keahlian Bisnis Ritel SMK Negeri 15 Jakarta. Penentuan subjek menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling (Sugiyono, 2019). Subjek penelitian terdiri atas satu guru mata pelajaran sebagai informan analisis kebutuhan, tiga validator yang meliputi ahli materi, ahli media, dan ahli desain untuk menilai kelayakan produk, serta 10 peserta didik sebagai responden uji coba terbatas media pembelajaran.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan angket. Wawancara digunakan pada tahap analisis kebutuhan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi pembelajaran,

penggunaan media, serta kebutuhan pengembangan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva (Makbul, 2021). Selanjutnya, angket digunakan untuk memperoleh data validasi pada tahap *development* dari ahli materi, ahli media, dan ahli desain, serta respons peserta didik terhadap media yang dikembangkan. Instrumen validasi mencakup aspek materi, media, dan desain, sedangkan angket peserta didik meliputi aspek kemudahan penggunaan, tampilan, navigasi, penyajian materi, dan kelayakan media (Mawarni et al., 2024).

Data wawancara dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Zulfirman, 2022). Sementara itu, data angket dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan skor rata-rata validasi untuk menentukan tingkat kevalidan media. Kriteria kevalidan mengacu pada kategori sangat valid (3,26–4,00), valid (2,51–3,25), kurang valid (1,76–2,50), dan tidak valid (1,00–1,75). Media dinyatakan layak apabila memperoleh kategori valid atau sangat valid (Fadjeri & Nurchayati, 2022; Hardin et al., 2023; Mahmuzah et al., 2024).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Tahap *analysis*

Tahap analisis bertujuan mengidentifikasi kebutuhan pengembangan media pembelajaran digital interaktif pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran melalui wawancara dengan tiga guru mata pelajaran di SMK Negeri 15 Jakarta. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Zulfirman, 2022). Pada tahap reduksi, hasil wawancara diseleksi, dikelompokkan, dan difokuskan pada informasi yang berkaitan dengan kondisi pembelajaran, penggunaan media, kendala pembelajaran, serta kebutuhan media yang akan dikembangkan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk tema-tema utama sehingga memudahkan proses interpretasi. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara dari ketiga narasumber untuk memperoleh informasi yang konsisten.

Hasil reduksi dan triangulasi data menunjukkan bahwa ketiga narasumber memiliki pandangan yang relatif sama mengenai kondisi pembelajaran. Pembelajaran masih didominasi metode ceramah dengan bantuan PowerPoint sehingga keterlibatan peserta didik belum optimal. Guru telah memanfaatkan media digital seperti Canva, Quizizz, dan Kahoot,

namun penggunaannya masih terbatas karena keterbatasan kompetensi teknologi, waktu pengembangan media, dan minimnya pelatihan. Selain itu, peserta didik dinilai lebih tertarik pada pembelajaran yang memanfaatkan media visual dan aktivitas interaktif dibandingkan penyampaian materi secara konvensional. Temuan tersebut menunjukkan perlunya media pembelajaran yang mampu meningkatkan motivasi, keaktifan, dan kemandirian belajar peserta didik.

Sebagai hasil penyajian data, temuan wawancara dikelompokkan ke dalam beberapa tema sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1: Hasil Reduksi, Triangulasi, dan Tema Analisis Kebutuhan

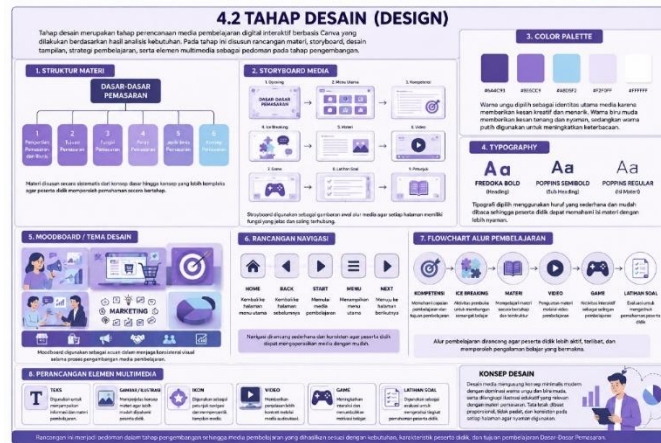
Tema	Hasil Analisis
Media pembelajaran yang digunakan	Pembelajaran masih didominasi metode ceramah dan PowerPoint, sedangkan Canva, Quizizz, dan Kahoot belum dimanfaatkan secara optimal.
Kendala penggunaan media	Guru mengalami keterbatasan kompetensi teknologi, waktu, dan pelatihan dalam mengembangkan media digital interaktif.
Pengaruh media terhadap pembelajaran	Media interaktif dinilai mampu meningkatkan perhatian, motivasi, keterlibatan, dan pemahaman peserta didik.
Kebutuhan media	Dibutuhkan media yang menarik, mudah digunakan, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik SMK.
Fitur yang diharapkan	Media memuat kompetensi, materi, video pembelajaran, <i>ice breaking</i> , latihan soal, permainan edukatif, dan navigasi yang mudah digunakan.

Berdasarkan keseluruhan proses analisis, diperoleh kesimpulan bahwa pengembangan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva diperlukan untuk mendukung pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran. Media dirancang mengintegrasikan berbagai elemen multimedia dan aktivitas pembelajaran dalam satu platform sehingga mampu mengatasi keterbatasan media yang digunakan sebelumnya serta meningkatkan kualitas pembelajaran. Hasil analisis kebutuhan ini menjadi dasar pada tahap desain dalam model ADD.

2. Tahap Desain

Tahap desain dilakukan berdasarkan hasil analisis kebutuhan pada tahap sebelumnya sebagai dasar perancangan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva. Perancangan mengacu pada kebutuhan guru dan karakteristik peserta didik yang

menginginkan media pembelajaran yang menarik, mudah digunakan, serta dilengkapi aktivitas interaktif. Oleh karena itu, rancangan media disusun secara sistematis meliputi struktur materi, storyboard, konsep visual, navigasi, alur pembelajaran, dan elemen multimedia yang akan diimplementasikan pada tahap *development*.



Gambar 1. *Moodboard* Perancangan Media Pembelajaran Digital Interaktif Berbasis Canva

Perancangan materi disusun mengacu pada Capaian Pembelajaran (CP) dan Tujuan Pembelajaran mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran Fase E kelas X. Materi disajikan secara bertahap mulai dari pengertian pemasaran dan bisnis, tujuan pemasaran, fungsi pemasaran, peran pemasaran, jenis-jenis pemasaran, hingga konsep pemasaran agar peserta didik memperoleh pemahaman secara sistematis. Selanjutnya, storyboard disusun sebagai acuan pengembangan media yang terdiri atas halaman pembuka, menu utama, kompetensi, *ice breaking*, materi, video pembelajaran, permainan edukatif, latihan soal, dan petunjuk penggunaan.

Konsep visual media mengusing tema minimalis modern dengan memadukan ilustrasi edukatif, ikon bertema pemasaran, dan tata letak yang sederhana agar informasi mudah dipahami. Konsistensi visual diterapkan melalui penggunaan kombinasi warna ungu, biru muda, putih, dan abu-abu muda, serta tipografi Fredoka Bold untuk judul dan Poppins untuk subjudul maupun isi materi sehingga meningkatkan keterbacaan pada media digital. Selain itu, sistem navigasi dirancang menggunakan tombol Home, Menu, Back, Next, dan Start yang saling terhubung melalui *hyperlink* sehingga memudahkan pengguna berpindah antarhalaman.

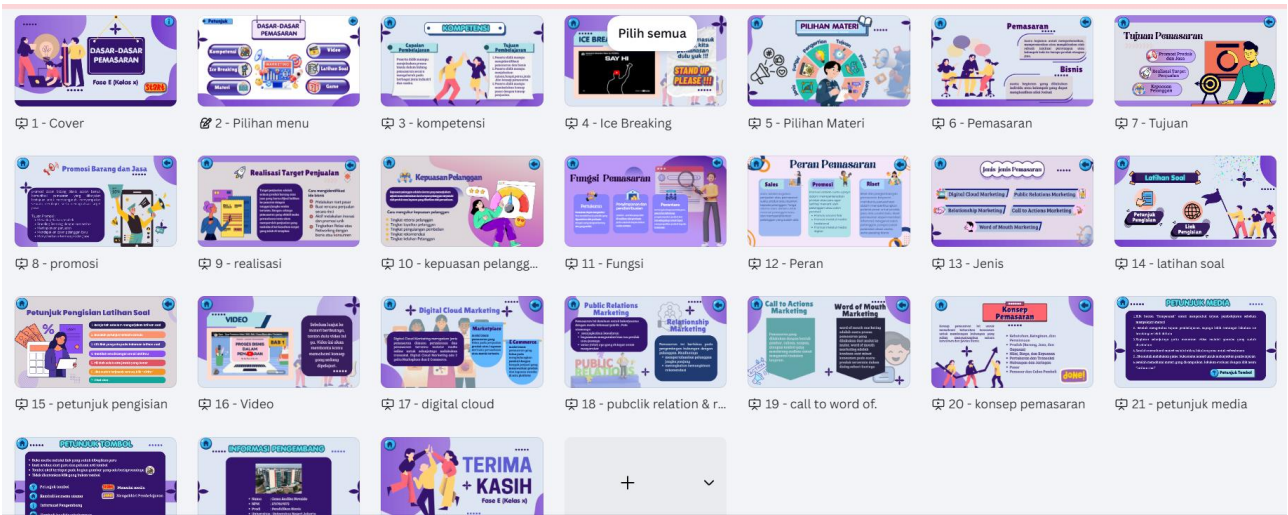
Media juga dirancang mengikuti alur pembelajaran yang dimulai dari penyampaian kompetensi, dilanjutkan dengan *ice breaking*, penyajian materi, video pembelajaran, permainan edukatif, dan latihan soal sebagai evaluasi. Seluruh komponen tersebut dipadukan dengan berbagai elemen multimedia berupa teks, ilustrasi, ikon, video, dan aktivitas interaktif

untuk menghasilkan pengalaman belajar yang lebih menarik, komunikatif, dan berpusat pada peserta didik. Rancangan pada tahap desain selanjutnya menjadi pedoman dalam proses pengembangan media pada tahap *development*.

3. Tahap *Development*

Tahap *development* merupakan proses merealisasikan rancangan media yang telah disusun pada tahap desain menjadi produk media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva. Pengembangan dilakukan menggunakan platform Canva dengan mengimplementasikan seluruh komponen yang telah dirancang, meliputi struktur materi, tampilan visual, navigasi, serta elemen multimedia. Media dikembangkan menggunakan berbagai fitur Canva seperti penyusunan slide, ilustrasi, ikon, tombol navigasi berbasis *hyperlink*, serta integrasi video pembelajaran dan latihan soal sehingga menghasilkan media yang interaktif dan mudah dioperasikan oleh guru maupun peserta didik.

Media pembelajaran terdiri atas halaman pembuka, menu utama, kompetensi pembelajaran, *ice breaking*, materi, video pembelajaran, permainan edukatif (*game*), latihan soal, serta petunjuk penggunaan. Materi disajikan secara ringkas disertai ilustrasi visual yang relevan agar memudahkan peserta didik memahami konsep Dasar-Dasar Pemasaran. Selain itu, media dilengkapi tombol Home, Menu, Back, dan Next untuk memudahkan navigasi antarmenu sehingga pembelajaran berlangsung lebih fleksibel dan berpusat pada peserta didik. Temuan ini sejalan dengan Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia Mayer yang menyatakan bahwa kombinasi teks, gambar, dan multimedia mampu mengurangi beban kognitif serta meningkatkan pemahaman peserta didik. Selain itu, aktivitas interaktif dalam media juga mendukung teori Vygotsky yang menekankan pentingnya interaksi dalam proses pembelajaran.



Gambar 2. Tampilan Media Pembelajaran Digital Interaktif Berbasis Canva

Setelah media selesai dikembangkan, dilakukan validasi untuk mengetahui tingkat kelayakan produk. Validasi melibatkan tiga validator yang terdiri atas ahli materi, ahli media, dan ahli desain pembelajaran, serta uji respons terhadap sepuluh peserta didik kelas X SMK Negeri 15 Jakarta. Penilaian dilakukan menggunakan instrumen angket sesuai indikator pada masing-masing aspek.

Tabel 2: Rekapitulasi Hasil Validasi Media Pembelajaran Digital Interaktif Berbasis Canva

Validator	Skor Rata-rata	Kategori
Ahli Materi	3,67	Sangat Valid
Ahli Media	3,58	Sangat Valid
Ahli Desain	3,60	Sangat Valid
Respon Peserta Didik	3,61	Sangat Baik

Hasil validasi ahli materi menunjukkan skor rata-rata 3,67 dengan kategori sangat valid. Penilaian tertinggi terdapat pada aspek kesesuaian materi dengan capaian pembelajaran serta keruntutan penyajian materi (4,00), sedangkan aspek ketepatan konsep, kelengkapan materi, kejelasan bahasa, dan kesesuaian soal evaluasi memperoleh rata-rata 3,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa materi yang disajikan telah sesuai dengan capaian pembelajaran, sistematis, dan layak digunakan dalam pembelajaran.

Validasi ahli media memperoleh skor rata-rata 3,58 dengan kategori sangat valid. Aspek tata letak media dan keterbacaan teks memperoleh nilai tertinggi (4,00), sedangkan kualitas ilustrasi, pemilihan warna, serta kemudahan navigasi memperoleh rata-rata 3,50. Indikator komponen media interaktif memperoleh rata-rata 3,00 dengan kategori valid,

sehingga secara keseluruhan media dinilai memenuhi aspek tampilan, navigasi, dan interaktivitas.

Hasil validasi ahli desain menunjukkan skor rata-rata 3,60 dengan kategori sangat valid. Aspek kesesuaian tujuan pembelajaran dan keterpaduan komponen desain memperoleh rata-rata 4,00, sedangkan kesesuaian materi dan strategi pembelajaran serta kualitas tampilan memperoleh nilai 3,50. Aspek efektivitas implementasi memperoleh rata-rata 3,00 (valid). Temuan ini menunjukkan bahwa media telah dirancang secara sistematis dan sesuai dengan tujuan pembelajaran.

Selain validasi ahli, media juga diuji kepada sepuluh peserta didik untuk mengetahui tanggapan pengguna. Hasil angket menunjukkan skor rata-rata 3,61 dengan kategori sangat baik. Peserta didik memberikan penilaian positif terhadap tampilan media, kemudahan penggunaan, penyajian materi, serta kebermanfaatan media dalam membantu memahami materi Dasar-Dasar Pemasaran. Hasil ini menunjukkan bahwa media dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan mendukung proses pembelajaran yang lebih menarik serta interaktif.

Secara keseluruhan, hasil validasi menunjukkan bahwa media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva memenuhi kriteria kelayakan dari aspek materi (3,67), media (3,58), desain (3,60), dan respons peserta didik (3,61). Dengan demikian, media yang dikembangkan dinyatakan sangat valid dan layak digunakan sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta.

Pembahasan

1. Pengembangan Media Pembelajaran Digital Interaktif Berbasis Canva pada Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta

Pengembangan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva pada penelitian ini menggunakan model ADD yang terdiri atas tahap analisis, desain, dan *development*. Pemilihan model tersebut memberikan alur pengembangan yang sistematis, dimulai dari identifikasi kebutuhan pembelajaran, perancangan media, hingga pengembangan produk yang siap divalidasi. Pada tahap analisis, hasil wawancara menunjukkan bahwa proses pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran masih didominasi penggunaan PowerPoint, buku paket, modul, dan video pembelajaran. Pemanfaatan media digital interaktif belum optimal karena guru menghadapi keterbatasan kompetensi dalam mengembangkan media berbasis teknologi, keterbatasan waktu akibat beban administrasi, serta minimnya pengalaman menggunakan aplikasi seperti Canva. Di sisi lain, guru mengharapkan media pembelajaran

yang sederhana, menarik, mudah digunakan, dan dilengkapi aktivitas interaktif seperti video, permainan edukatif, serta latihan soal.

Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam tahap desain, yaitu merancang media yang sesuai dengan kebutuhan guru dan karakteristik peserta didik. Media dirancang berdasarkan capaian pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran Fase E dengan menyusun struktur materi secara sistematis, storyboard, konsep visual, navigasi, serta elemen multimedia. Penggunaan ilustrasi, kombinasi warna yang konsisten, tipografi yang mudah dibaca, serta tombol navigasi dirancang untuk menciptakan media yang menarik sekaligus mudah dioperasikan oleh guru maupun peserta didik. Selain itu, media mengintegrasikan berbagai aktivitas pembelajaran, seperti *ice breaking*, video pembelajaran, permainan edukatif, dan latihan soal sehingga pembelajaran tidak hanya berpusat pada penyampaian materi, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif peserta didik.

Tahap *development* menghasilkan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva yang memadukan materi, ilustrasi, video, permainan edukatif, latihan soal, dan navigasi interaktif dalam satu platform. Integrasi berbagai komponen tersebut memberikan pengalaman belajar yang lebih variatif dibandingkan penggunaan media konvensional karena peserta didik dapat berinteraksi langsung dengan materi pembelajaran. Pengembangan media juga memperhatikan prinsip *user friendly* melalui penyediaan navigasi yang sederhana dan petunjuk penggunaan sehingga media mudah dimanfaatkan oleh guru maupun peserta didik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alfandi dan Cahya (2025), Puspitasari et al. (2024), serta Wulandari dan Sutarna (2025) yang menunjukkan bahwa Canva dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran interaktif karena mampu mengintegrasikan berbagai unsur visual dan aktivitas pembelajaran dalam satu platform.

Namun, penelitian ini memiliki kebaruan berupa pengembangan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK yang mengintegrasikan kompetensi pembelajaran, *ice breaking*, materi, video pembelajaran, permainan edukatif, latihan soal, dan navigasi interaktif dalam satu media menggunakan model ADD. Dengan demikian, media yang dikembangkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian materi, tetapi juga sebagai media pembelajaran yang mampu meningkatkan interaksi dan keterlibatan peserta didik selama proses pembelajaran.

2. Kelayakan Media Pembelajaran Digital Interaktif Berbasis Canva pada Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta

Kelayakan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva ditentukan melalui validasi ahli materi, ahli media, ahli desain pembelajaran, serta respons peserta didik. Hasil validasi menunjukkan bahwa media memperoleh skor rata-rata **3,67** dari ahli materi, **3,58** dari ahli media, dan **3,60** dari ahli desain, yang seluruhnya berada pada kategori **sangat valid**. Selain itu, hasil uji respons peserta didik memperoleh skor rata-rata **3,61** dengan kategori **sangat baik**. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media telah memenuhi aspek isi, tampilan, desain pembelajaran, serta kemudahan penggunaan sehingga layak digunakan dalam pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran.

Dari aspek materi, nilai yang diperoleh menunjukkan bahwa isi media telah sesuai dengan capaian pembelajaran, disusun secara sistematis, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta didukung evaluasi yang relevan dengan materi. Dari aspek media, tampilan visual, tata letak, pemilihan warna, tipografi, dan navigasi dinilai telah mendukung kenyamanan pengguna dalam mengakses materi pembelajaran. Sementara itu, dari aspek desain pembelajaran, media telah menunjukkan keterpaduan antara tujuan pembelajaran, materi, aktivitas belajar, dan evaluasi sehingga mampu mendukung proses pembelajaran secara sistematis.

Respons peserta didik yang berada pada kategori sangat baik menunjukkan bahwa media memiliki tampilan yang menarik, mudah digunakan, serta membantu memahami materi Dasar-Dasar Pemasaran. Pengintegrasian video pembelajaran, permainan edukatif, dan latihan soal memberikan pengalaman belajar yang lebih interaktif sehingga meningkatkan ketertarikan peserta didik selama mengikuti pembelajaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa media tidak hanya layak menurut penilaian para ahli, tetapi juga diterima dengan baik oleh pengguna sebagai sasaran utama pengembangan media.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Puspitasari et al. (2024), Alfandi dan Cahya (2025), Ato dan Putra (2025), serta Widuri et al. (2024) yang melaporkan bahwa media pembelajaran berbasis Canva memperoleh kategori sangat layak berdasarkan validasi ahli dan respons positif dari peserta didik. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa Canva merupakan platform yang efektif untuk mengembangkan media pembelajaran digital yang menarik, mudah digunakan, dan mampu mendukung keterlibatan peserta didik dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva yang

dikembangkan pada penelitian ini dinyatakan layak digunakan sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengembangkan media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva pada mata pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta menggunakan model pengembangan ADD yang meliputi tahap analisis, desain, dan *development*. Tahap analisis menunjukkan adanya kebutuhan akan media pembelajaran yang lebih menarik, interaktif, mudah digunakan, serta sesuai dengan karakteristik peserta didik. Berdasarkan hasil analisis tersebut, pada tahap desain disusun rancangan media yang memuat kompetensi pembelajaran, materi, video pembelajaran, *ice breaking*, permainan edukatif, latihan soal, dan petunjuk penggunaan.

Selanjutnya, pada tahap *development*, seluruh rancangan diimplementasikan ke dalam platform Canva dengan memanfaatkan fitur *hyperlink*, animasi, ilustrasi, video, dan navigasi interaktif sehingga menghasilkan media pembelajaran yang terintegrasi dan mudah dioperasikan. Kelayakan media yang dikembangkan ditunjukkan melalui hasil validasi oleh ahli materi, ahli media, ahli desain, serta respons peserta didik. Validasi ahli materi memperoleh skor rata-rata 3,67, ahli media 3,58, dan ahli desain 3,60 yang seluruhnya berada pada kategori sangat valid, sedangkan respons peserta didik memperoleh skor rata-rata 3,61 dengan kategori sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media telah memenuhi aspek kelayakan materi, desain pembelajaran, tampilan, interaktivitas, serta kemudahan penggunaan sehingga layak digunakan dalam pembelajaran Dasar-Dasar Pemasaran di SMK Negeri 15 Jakarta.

Hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa media pembelajaran digital interaktif berbasis Canva dapat menjadi alternatif bagi guru dalam mengembangkan pembelajaran yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan karakteristik peserta didik di era digital. Selain memberikan pengalaman belajar yang lebih variatif bagi peserta didik, media ini juga dapat mendukung pemanfaatan teknologi digital dalam proses pembelajaran di SMK. Namun, penelitian ini masih terbatas pada tahap *development* dan uji kelayakan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengimplementasikan media pada skala yang lebih luas serta menguji efektivitasnya terhadap hasil belajar, motivasi, keterlibatan, maupun kemampuan berpikir kritis peserta didik.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Bila, T. N., Rambe, Y. M., Namira, Z. A., & Yuda, W. (2025). Penerapan linear programming metode simpleks dan POM-QM untuk menentukan jumlah produksi roti dan cake optimal pada Toko Aneka Bakery & Cake. Jurnal CoInT, *1*(1). <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JCoInT/article/view/8553>[reference:12]
- Agustina, D., Fatoni, A., & Wahyudi, W. E. (2026). OPTIMALISASI MODEL PEMBELAJARAN RADEC TERHADAP HASIL BELAJAR PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DAN BUDI PEKERTI. TA'LIMUNA: Jurnal Pendidikan Islam, 15(1), 37–48.
- Alfandi, M. R., & Cahya, S. B. (2025). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Canva Dan Liveworksheet Pada Mata Pelajaran Dasar-Dasar Pemasaran Kelas X Bd Smkn 1 Jombang. J-KIP (Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan), 6(3), 791.
- Arikunto, S. (2021). Dasar-Dasar Evaluasi Pendidikan Edisi 3. Bumi Aksara.
- Arsyad, A. (2019). Media Pembelajaran. Rajagrafindo Persada.
- Arthawan, I. P. A. Y., Suyasa, P. W. A., & Wahyuni, D. S. (2020). Pengembangan Konten Pembelajaran dengan Model Blended Learning pada Mata Pelajaran Informatika. KARMAPATI, 9(3), 172–184.
- Aziz, M. R., & Marsofiyati. (2024). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Menggunakan Adobe Animate untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa tentang Materi IPA. Cendikia: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran, 2(6), 257–274.
- Branch, R. M. (2009). Instructional Design: The ADDIE Approach. Springer.
- Fadjeri, A., & Nurchayati, A. D. (2022). Pengujian Validitas pada Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis ICT. Jurnal Pendidikan Surya Edukasi, 8(1), 26–33.
- Hardin, H., Allo, E. L., & Zubair, S. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbantuan Platform Media Sosial. Prosiding Seminar Nasional LP2M Universitas Negeri Makassar, 6. <https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/54379>
- Hapsari, G. P. P., & Zulherman. (2021). *Pengembangan media video animasi berbasis aplikasi Canva untuk meningkatkan motivasi dan prestasi belajar siswa*. Jurnal Basicedu, 5(4), 2384–2394.
- Hendi, A., Caswita, & Haenilah, E. Y. (2020). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Strategi Metakognitif untuk Meningkatkan Berpikir Kritis Siswa. Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan Matematika, 4(2), 823–834.
- Idris, I., Wahid, A. N., Kusuma, T. D., & Sahono, M. N. (2026). Analisis Peran dan Efektivitas Multimedia dalam Transformasi Pembelajaran Modern. Router: Jurnal Teknik Informatika dan Terapan, 4(2), 1–13.
- Irmawati, Baktiar, M., & Hutapea, B. (2023). Pemanfaatan E-Modul Bahan Ajar Berbasis Aplikasi Canva pada Prodi Pendidikan Matematika dalam Proses Pembelajaran Jarak Jauh. Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer, 3(1), 145–152.

- Jojo, A., & Sihotang, H. (2022). Analisis Kurikulum Merdeka dalam Mengatasi Learning Loss di Masa Pandemi Covid-19. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(4), 5150–5161.
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian*. UIN Alauddin Makassar.
- Mahmuzah, R., Zahara, Y., Ningtiyas, F. A., Sinaga, N. A., Saragih, N. J., & Aufa, Z. Y. (2024). Analisis Validitas Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Android Terintegrasi Smart Apps Creator Bermuatan Literasi Numerasi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 25(2), 322–343.
- Malik, R. M., Jalal, A., & Waliyanti, I. K. (2022). Analisis Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa pada Materi Matriks Ditinjau dari Minat Belajar Siswa SMA. *Jurnal Pendidikan Guru Matematika*, 2(3), 219–235.
- Mawarni, E., Yulianti, & Sulistyowati, P. (2024). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Canva pada Materi Implementasi Nilai-Nilai Pancasila. *Jurnal Basicedu*, 8(4), 2660–2671.
- Muzdalifa, E. (2022). Learning Loss sebagai Dampak Pembelajaran Online Saat Kembali Tatap Muka Pasca Pandemi Covid-19. *GUAU: Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, 2(1).
- Nurfadhillah, S., Ningsih, D. A., Ramadhania, P. R., & Sifa, U. N. (2021). Peranan Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa SD Negeri Kohod III. *PENSA: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 243–255.
- Nurhidayat, F., Saptono, A., & Herlith. (2021). Pengembangan E-Modul Berbasis Problem Based Learning untuk Membedakan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran dan Akuntansi*, 2(3), 1–8.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Purba, D., & Nura, A. (2022). Pengaruh Pemanfaatan E-Learning dan Motivasi Belajar terhadap Hasil Belajar Siswa SMK Negeri 7 Medan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 79–95.
- Puspitasari, D. K., Faslah, R., & Adha, M. A. (2024). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Aplikasi Canva pada Mata Pelajaran Teknologi Perkantoran Kelas X di SMK Tunas Pembangunan. *Cendikia: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 2(9), 714–723.
- Salsabila, U. H., & Agustian, N. (2021). Peran Teknologi Pendidikan dalam Pembelajaran. *Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan*, 3(1), 123–133.
- Savitri, O., Sudarman, & Sutrisno. (2024). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Canva pada Mata Pelajaran Ekonomi Kelas X SMA Negeri 16 Samarinda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 1072–1085.
- Sianturi, P., & Rahmadana, M. F. (2026). Pengaruh Model Pembelajaran Problem Based Learning (PBL) dan Kreativitas Belajar terhadap Hasil Belajar. *ARZUSIN: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Dasar*, 6(2), 1061–1082.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Tamrin, M., Sirate, S. F., & Yusuf, M. (2011). Teori Belajar Vygotsky dalam Pembelajaran atematika. *Sigma*, 3(1), 40–47.
- Widuri, Fatimah, A. E., & Azrina Purba. (2024). Development of Interactive Learning Media Based Problem Based Learning Using the Canva Application to Improve Student Learning Outcomes. *Journal of Information Technology and Computer Science*, 7(3), 799–806.
- Wulandari, A. P., Salsabila, A. A., Cahyani, K., Nurazizah, T. S., & Ulfiah, Z. (2023). Pentingnya Media Pembelajaran dalam Proses Belajar Mengajar. *Journal on Education*, 5(2), 3928–3936.
- Yanti, N. S., Sesmiarni, Z., Zakir, S., & Efriyanti, L. (2023). Perancangan Media Pembelajaran Informatika Berbasis Android Menggunakan Smart Apps Creator 3 di MTsN 6 Agam. *JATI*, 7(1), 687–692.
- Yuniar, R. H., & Umami, N. R. (2023). Implementasi Pembelajaran Kurikulum Merdeka SMP Negeri 1 Rejotangan. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(8), 786–795.
- Zamsiswaya, Syawaluddin, & Syahrizul. (2024). Pengembangan Model ADDIE (Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3).
- Zebua, P., Harefa, E. B., Telaumbanua, A., & Telaumbanua, A. (2025). Pengembangan Media Pembelajaran Berbantuan Canva pada Materi Alat Perlindungan Diri di SMK Negeri 2 Gunungsitoli. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(1), 5370–5379., *6*(1), 1380–1393. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i1.2628>