

**ANALISIS KONTRIBUSI MEDIA PEMBELAJARAN BERBANTUAN CANVA
TERHADAP DORONGAN (MOTIVASI) BELAJAR SISWA PADA UNIT
PEMBELAJARAN SISTEM DAN ALAT PEMBAYARAN DI SMA**

Nazwa Aulia¹, Revita Yuni², Cintya Putri Nasution³,

Dia Aulia Harahap⁴, Tiara Marsya Aulya⁵

^{1,2,3,4,5}Pendidikan Ekonomi, FE, Universitas Negeri Medan,

¹nazwaau2006@gmail.com, ²revitayuni25@gmail.com, ³putricintya623@gmail.com,

⁴diaaulia720@gmail.com, ⁵tiaramarsyaaulia@gmail.com

ABSTRACT

Low student learning motivation in economics subjects, particularly on payment systems and means of payment, remains a problem in senior high school learning. Therefore, digital learning media that can present material visually and interactively are needed. This study aims to analyze the effect of Canva-based learning media on students' learning motivation and to provide empirical evidence regarding the integration of creative digital platforms in economics learning. This research employed a quantitative approach with an exploratory research design. The research sample consisted of 61 students who participated in learning activities using Canva-based media. Data were collected through a Likert-scale questionnaire that had been tested for validity using Product Moment correlation and for reliability using Cronbach's Alpha coefficient. Data analysis was conducted through classical assumption tests and simple linear regression analysis. The results show that Canva-based learning media have a positive and significant effect on students' learning motivation. The correlation value $R = 0.802$ indicates a very strong relationship, while the coefficient of determination $R^2 = 0.643$ shows that 64.3% of the variance in learning motivation is explained by the use of Canva media. The regression coefficient $\beta = 0.752$; sig. 0.000 confirms increased student motivation, while 35.7% is influenced by factors outside Canva media.

Keywords: canva-based learning media, learning motivation, economics learning, payment systems

ABSTRAK

Rendahnya motivasi belajar siswa pada materi ekonomi, khususnya topik sistem pembayaran dan alat pembayaran, masih menjadi permasalahan dalam pembelajaran di Sekolah Menengah Atas. Oleh karena itu, diperlukan media pembelajaran digital yang mampu menyajikan materi secara visual dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media pembelajaran berbasis Canva terhadap motivasi belajar siswa serta memberikan bukti empiris mengenai integrasi platform digital kreatif dalam pembelajaran ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksploratif. Sampel penelitian terdiri atas 61 siswa yang mengikuti pembelajaran menggunakan media berbasis Canva. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert yang telah diuji validitasnya menggunakan korelasi Product Moment dan

diuji reliabilitasnya dengan koefisien Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik dan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media pembelajaran berbasis Canva berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi belajar siswa. Nilai korelasi $R = 0,802$ menunjukkan hubungan yang sangat kuat, sedangkan koefisien determinasi $R^2 = 0,643$ menunjukkan bahwa 64,3% variasi motivasi belajar dijelaskan oleh penggunaan media Canva. Koefisien regresi $\beta = 0,752$; sig. 0,000 menegaskan peningkatan motivasi belajar siswa, sementara 35,7% dipengaruhi faktor lain di luar media Canva.

Kata kunci: media pembelajaran canva, motivasi belajar, pembelajaran ekonomi, sistem pembayaran

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat telah merubah cara belajar di sekolah, khususnya di tingkat sekolah menengah atas. Alat bantu pembelajaran kini tidak dianggap sekadar alat visual, tetapi sebagai elemen penting dalam proses belajar yang dapat meningkatkan keterlibatan dan memperkuat motivasi siswa. Pendapat ini cukup sesuai dengan yang disampaikan oleh (Sulastri Hutasoit et al., 2025) yang dimana mengungkapkan bahwa alat untuk pembelajaran bukan hanya alat untuk menyampaikan materi, tetapi juga sebagai pendorong rasa ingin tahu dan motivasi siswa, serta mampu menciptakan suasana belajar yang lebih menarik dan interaktif. Penelitian lainnya yaitu (Agustina et al., 2025), juga menjelaskan bahwa

penggabungan media digital yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi siswa dalam belajar. Sejalan dengan temuan tersebut, (Ismail Rahman et al., 2024) juga menekankan bahwa media pembelajaran berbasis digital berkontribusi positif terhadap kualitas proses belajar, terutama dalam peningkatan pemahaman dan minat siswa.

Penelitian ini dirancang untuk mempelajari bagaimana penerapan media pembelajaran berbasis Canva berdampak pada motivasi siswa untuk belajar tentang sistem mata pelajaran pembayaran dan instrumen pembayaran di SMA. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menyelidiki apakah media digital yang dikembangkan secara visual, interaktif, dan terstruktur dapat

berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan partisipasi dan motivasi siswa, terutama pada materi ekonomi yang seringkali dianggap abstrak atau kurang menarik bagi siswa.

Penelitian diangkat dari fenomena bahwa banyak guru mulai memanfaatkan platform desain digital seperti Canva untuk membuat media pembelajaran yang lebih menarik, tetapi bukti empiris mengenai efektivitasnya khususnya terhadap motivasi belajar masih relatif terbatas. Media digital interaktif, menurut penelitian (Media, 2025) memberikan kontribusi secara signifikan terhadap peningkatan keinginan siswa untuk belajar di SMA. Dalam konteks pembelajaran ekonomi, khususnya topik sistem pembayaran dan instrumen pembayaran yang kaya akan konsep teknis, media yang menarik secara visual diyakini mampu menciptakan lingkungan belajar yang lebih suportif. Namun demikian, kajian Keller melalui ARCS Motivation Theory menunjukkan bahwa kehadiran media menarik saja tidak otomatis meningkatkan motivasi; elemen kejelasan isi, relevansi, dan interaktivitas tetap menjadi penentu utama efektivitas

media pembelajaran (Keller, 2010; diperkuat oleh temuan (Agustina et al., 2025) Posisi kajian ini menjadi penting ketika memperhatikan perdebatan akademik terkait efektivitas media digital. Di satu sisi, sejumlah penelitian menyatakan bahwa media interaktif mampu meningkatkan atensi, keterlibatan, dan pemahaman siswa (Rusdi dkk., 2023). Hipotesis yang kemudian muncul dan menjadi bahan perdebatan adalah bahwa media pembelajaran berbasis Canva dapat meningkatkan motivasi belajar hanya jika media tersebut memuat unsur interaktif, alur materi yang jelas, serta relevansi yang kuat dengan pengalaman siswa. Penelitian ini mencoba menguji asumsi kritis tersebut dalam konteks pembelajaran ekonomi di SMA.

Latar belakang penelitian ini semakin kuat karena proses penyusunan media pembelajaran dilakukan secara sistematis. Maka dari itulah peneliti mengembangkan sebuah media pembelajaran yang interaktif berbantuan Canva yang memuat penjelasan materi, visualisasi konsep, hingga evaluasi interaktif. Temuan Springer (2025) juga mendukung bahwa desain

multimedia yang baik meningkatkan efektivitas pemrosesan informasi. Kuesioner ini dirancang untuk memberi gambaran empiris tentang bagaimana siswa merespons media yang disajikan apakah media tersebut menarik, mudah dipahami, relevan, dan mampu meningkatkan motivasi mereka.

Kajian teori dalam pendahuluan ini mencakup beberapa konsep fundamental. Platform digital Canva termasuk dalam kategori media pembelajaran kreatif digital karena dapat menyampaikan informasi melalui presentasi visual dan interaktif. Perspektif ini sejalan dengan pandangan (Syafitri, 2019), yang menyatakan bahwa media pembelajaran berperan krusial dalam proses transformasi pengetahuan, sementara Canva merupakan salah satu wujud media yang efektif dalam mempertajam pesan dan memfasilitasi pemahaman siswa melalui arsitektur visualnya. Konsep motivasi belajar yang mencakup motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Teori ARCS (*Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction*) sangat relevan dalam menjelaskan bagaimana fitur Canva dapat menarik perhatian dan meningkatkan persepsi

relevansi. Teori pembelajaran kognitif yang menekankan bahwa visualisasi konsep dapat mengurangi beban kognitif sehingga siswa lebih mudah memahami materi (Kumar et al., 2022). Dengan mengintegrasikan teori-teori ini, penelitian ini menempatkan diri dalam diskusi ilmiah modern tentang hubungan antara teknologi dan motivasi belajar.

Dalam konteks penggunaan teknologinya, Canva memberikan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan guru maupun siswa untuk membuat desain pembelajaran tanpa harus memulai dari nol. Hal ini semakin memperkuat alasan digunakannya Canva sebagai media utama dalam penelitian ini. Pertama, materi sistem pembayaran dan alat pembayaran adalah materi esensial dalam pendidikan ekonomi sehingga penyajiannya perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi keuangan modern. Kedua, penggunaan Canva sebagai media pembelajaran masih relatif baru diteliti dalam konteks motivasi belajar, sehingga penelitian ini berpotensi memperkaya literatur ilmiah sekaligus memberikan bukti empiris bagi guru ekonomi dalam memilih media pembelajaran yang tepat. Lebih

lanjut, (Sukardi et al., 2025) menyatakan bahwa pada era digital dan teknologi informasi dewasa ini, pemanfaatan media pembelajaran bukan hanya sekedar pelengkap, melainkan merupakan komponen penting dalam meningkatkan kualitas proses pembelajaran, karena mampu menyediakan materi yang menarik, fleksibel, dan interaktif..

Sasaran utama dari studi ini adalah untuk menganalisis dengan seksama apakah penggunaan media pengajaran yang berbasis canva mampu meningkatkan motivasi belajar siswa secara nyata mengenai sistem dan alat pembayaran. Penelitian ini juga mengevaluasi respons siswa terhadap kualitas media melalui kuesioner yang mengukur kelayakan dan efektivitasnya.

B. Metode Penelitian

Kajian ini menerapkan metodologi kuantitatif dengan rencana eksplanatori, disertai dengan orientasi utama yang bertujuan untuk menyelidiki keterkaitan kausal antara penerapan media pembelajaran berbasis Canva dan motivasi siswa dalam belajar. Metodologi ini konsisten dengan perspektif Wardana

(2024), yang menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif eksplanatori dimaksudkan untuk mengukur interaksi antarvariabel melalui alat terstruktur dan evaluasi statistic. Rancangan ini sesuai karena kajian ini tidak sekedar menggambarkan fenomena penggunaan media, melainkan juga mengeksplorasi pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan memanfaatkan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui instrumen kuesioner.

Populasi dalam kajian ini mencakup mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu yang telah mengakses atau memanfaatkan media pembelajaran berbasis Canva. Sampel penelitian terdiri atas 61 mahasiswa yang direkrut melalui teknik purposive sampling, yakni seleksi partisipan berdasarkan kriteria spesifik yang telah ditetapkan. Pengumpulan data dilakukan melalui dua tahap. Pertama, penyebaran media pembelajaran berbasis Canva yang memuat materi sistem pembayaran dan alat pembayaran dalam bentuk visual, infografis, serta elemen interaktif. Kedua, penyebaran kuesioner skala Likert 1-5 untuk menilai efektivitas media dan motivasi belajar. Validitas alat diukur

menggunakan korelasi product moment, sedangkan untuk mengukur multikolinearitas menggunakan Cronbach Alpha.

Evaluasi informasi dilaksanakan berdasarkan hasil uji asumsi klasik, yang terbagi kedalam uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas sebagai syarat dasar untuk analisis regresi. Metode evaluasi utama mencakup penerapan regresi linier sederhana guna menilai dampak media pembelajaran berbantuan Canva (X) terhadap motivasi pembelajaran siswa (Y). Evaluasi dilakukan dengan memastikan bantuan perangkat lunak SPSS untuk kualifikasi koefisien, tingkat signifikansi, dan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh secara presisi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas Angket

Menurut Sugiharto & Sitinjak (2006), validitas diartikan sebagai kemampuan suatu variabel untuk digunakan dalam mengukur elemen-elemen yang sebenarnya sedang diukur. Proses validasi adalah metode yang diterapkan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian alat

ukur dalam penelitian. Koefisien korelasi yang diperoleh dari perhitungan korelasi digunakan untuk menilai validitas suatu soal dan menentukan kesesuaiannya untuk digunakan. Untuk menilai kecocokan suatu item soal, pengujian signifikansi biasanya diterapkan pada koefisien korelasi dengan tingkat signifikansi 0,05. Hal ini berarti item soal dianggap valid apabila mencapai tingkat signifikansi tersebut terhadap skor total. Jika nilai $r_{hitung} \geq$ nilai r_{tabel} (dalam uji dua skor dimana tingkat signifikansi adalah 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa suatu instrumen atau item pertanyaan tersebut terbukti mempunyai korelasi atau hubungan signifikan dengan skor total (dan dapat dinyatakan valid). Di bawah ini adalah tabel hasil validitas dari pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada 61 responden, dengan total 20 pertanyaan.

Tabel 1. Hasil Validitas Angket

Butir Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
P1	0,760	0,252	Valid
P2	0,749	0,252	Valid
P3	0,767	0,252	Valid
P4	0,745	0,252	Valid
P5	0,661	0,252	Valid
P6	0,743	0,252	Valid
P7	0,521	0,252	Valid
P8	0,610	0,252	Valid

P9	0,567	0,252	Valid
P10	0,792	0,252	Valid
P11	0,648	0,252	Valid
P12	0,544	0,252	Valid
P13	0,674	0,252	Valid
P14	0,734	0,252	Valid
P15	0,603	0,252	Valid
P16	0,732	0,252	Valid
P17	0,640	0,252	Valid
P18	0,722	0,252	Valid
P19	0,609	0,252	Valid
P20	0,744	0,252	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas angket yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS V.25, kuesioner dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga tabel tersebut memenuhi persyaratan dan menghasilkan data yang valid. Artinya, dari 20 butir pertanyaan yang disajikan, yang terdiri dari 10 pertanyaan untuk variabel independen (Media Pembelajaran Canva) dan 10 pertanyaan untuk variabel dependen (Motivasi Belajar), semuanya dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya tanpa ada satu pun pertanyaan yang dihilangkan.

Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2020), tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk menilai kuesioner sebagai alat untuk mengukur variabel. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban dari individu menunjukkan

konsistensi sepanjang waktu. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengevaluasi konsistensi dari alat ukur ketika menilai suatu fenomena atau kejadian.

Berdasarkan pendapat Sumadi Suryabrata (2004:28), reliabilitas mencerminkan seberapa besar ketergantungan yang ada pada hasil pengukuran yang dihasilkan oleh instrumen. Hasil pengukuran mesti dapat dipercaya, artinya mencapai tingkat konsistensi dan kestabilan yang memadai.

Kriteria untuk Menentukan Keputusan:

- Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 menunjukkan bahwa konstruk (variabel) dapat diandalkan
- Cronbach Alpha kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa konstruk (variabel) tidak dapat diandalkan

Tabel interpretasi nilai r untuk korelasi product moment.

Tabel 2. Interpretasi Nilai r Alpha

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 1,9999	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2020)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Statistics Variabel X dan Y

Cronbach's	N of Items
------------	------------

Alpha	
,938	20

Dapat terlihat pada hasil *Reliability Statistics* di atas melalui alat uji SPSS V.25, diperoleh nilai *Cronbach Alpha* 0,938 dari jumlah item 20 butir pertanyaan. Nilai ini jika dikaitkan dengan kriteria pengambilan keputusan (Sugiyono, 2020), bahwasannya nilai cronbach alpha tiap variabelnya > 0,60. Oleh karena itu, dengan nilai 0,938 yang melebihi 0,60, dapat dinyatakan bahwa instrumen penelitian yang diberikan berada dalam tingkat reliabilitas yang tinggi dan menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik.

Uji Asumsi Klasik

(a). Uji Normalitas Data

Berdasarkan Ghazali (2021:196), pengujian normalitas dilakukan untuk menentukan apakah variabel kesalahan atau residual dalam model regresi mengikuti pola distribusi yang normal. Data yang menunjukkan distribusi yang normal dinilai valid serta dapat dipercaya dalam analisis statistik.

Hipotesis:

Ho: Data memiliki distribusi normal

H1: Data tidak memiliki distribusi normal

Kriteria untuk mengambil keputusan:

- Jika nilai Asymp. Sig (2 tailed) < 0,05, maka data dari model angket tidak menghasilkan nilai yang mengikuti distribusi normal, sehingga Ho ditolak.
- Jika nilai Asymp. Sig. (2 tailed) > 0,05, maka data dari model angket menghasilkan nilai yang distribusinya normal, sehingga Ho diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		61
Normal Parameters ^a ,b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,0450074
		5
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,071
	Negative	-,076
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan temuan dari uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang terlihat, nilai Asymp. Sig. (dua sisi) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa nilai Sig. yang mencapai 0,200, yang melampaui batas 0,05, menunjukkan bahwa data tersebut mengikuti distribusi normal.

(b). Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terindikasi ketika nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai Faktor Inflasi Varians (VIF) lebih dari 10. Di sisi lain, tidak adanya multikolinearitas terindikasi oleh nilai toleransi lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstand ardized Coeffie nts ized Coeffie t	Si g.
	B	Std. Erro r
	Bet a	
1 (Consta nt)	2, 4 0 6	1,64 4
Media Pembel ajaran Canva	,0 0 3	,040 1

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, nilai toleransi melebihi 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa data tidak mengalami gejala *multikolinearitas*.

(c). Uji Heteroskedastisitas

Jika nilai Sig. > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika nilai Sig. < 0,05, maka kesimpulannya terjadi gejala heterosketastisitas.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Mode l	Unstand ardized Coefficient s	Standard Error	Beta	t	Sign.	Colline arity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1 0, 7 2 5	3, 03 6		3, 53 2 1	,0 0		
Media Pembelajaran	,7 5 2	,0 73	,8 02	1 0, 00 3 1 1	,0 00 0 0 0	1, 00 00 0 0	1, 0 0 0

Berdasarkan hasil uji *heteroskedastisitas*, nilai signifikan (Sig.) yang didapatkan berada di atas 0,05, tepatnya 0,936 untuk alat pembelajaran Canva. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa angka Sig. 0,936 lebih besar daripada 0,05, yang menunjukkan bahwa data tidak menunjukkan *heteroskedastisitas*. Dari tiga uji prasyarat regresi linier sederhana, data kuesioner mengenai pengaruh media pembelajaran Canva terhadap keinginan siswa untuk belajar menunjukkan distribusi normal, tidak ada tanda *multikolinearitas*, dan tidak ada tanda *heteroskedastisitas*.

Uji Regresi Linear Sederhana

a. Hipotesis yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0: Tidak ada dampak yang positif dan signifikan dari variabel media pembelajaran Canva terhadap motivasi belajar siswa dalam mata pelajaran Sistem Pembayaran dan Alat Pembayaran di tingkat sekolah menengah atas.

H1: Terdapat dampak yang positif dan signifikan dari variabel media pembelajaran Canva terhadap motivasi belajar siswa dalam mata pelajaran Sistem Pembayaran dan Alat Pembayaran di tingkat sekolah menengah atas.

Taraf Signifikansinya 5% (0,05)
 Teknik Analisis dan kriteria pengambilan keputusan

Terima Ho/Tolak H₁, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau jika nilai Sig. > 0,05

Tolak Ho/Terima H₁, jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau jika nilai Sig. < 0,05

Hasil perhitungan SPSS V.25

Tabel 7. Ringkasan Model (Model Summary) Regresi Linear Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of the Estimate
1	,802 ^a	,643	,637	3,071

Berdasarkan tabel Ringkasan Model, nilai R sebesar 0.802 diindikasikan sebagai korelasi yang sangat kuat dan positif antara media pembelajaran Canva dengan variabel yang diteliti. Nilai R Square sebesar 0.643 ditunjukkan sebagai koefisien determinasi yang menggambarkan proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Dengan demikian, sebesar 64,3% perubahan pada motivasi belajar siswa dinyatakan dapat dijelaskan oleh penggunaan media pembelajaran Canva, sedangkan 35,7% sisanya dianggap berasal dari faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji ANOVA Regresi Linear Sederhana

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1002,463	1	1002,463	106,314	,000 ^b
Residual	556,324	5	111,265		
Total	1558,787	6			

Secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan model regresi sederhana yang melibatkan

variabel. Media Pembelajaran Canva terhadap Motivasi belajar siswa, hal ini di buktikan lewat $F_{hitung} > F_{tabel}$, Yaitu $106,314 > 4,00$ serta nilai Sig $0,000 < 0,05$, maka berkesimpulan H_0 ditolak

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Regresi (t-test) Variabel Media Canva terhadap Motivasi Belajar

Model	Unst anda rdize		Standardized Coefficients Reta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	10,725	3,003		3,571	,000
(Constant)					
Media Pembelajaran Canva	,752	,073	,802	10,311	,000

Terdapat hubungan linier positif antara penggunaan media pembelajaran Canva dan tingkat motivasi belajar, yang ditunjukkan oleh persamaan regresi: $\text{Motivasi Belajar} = 10,725 + 0,752 \times (\text{Penggunaan Media Pembelajaran Canva})$. Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa ketika variabel independen bernilai nol, rata-rata motivasi belajar berada pada

angka 10,725. Selain itu, koefisien regresi bernilai positif (0,752), yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam penggunaan media pembelajaran Canva akan meningkatkan motivasi belajar sebesar 0,752 unit, dengan asumsi variabel lain tetap terkendali. Secara parsial, hasil regresi sederhana dengan variabel media pembelajaran Canva menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap motivasi belajar siswa. Temuan ini diperkuat oleh nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} ($10,311 > 1,670$) serta nilai signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak dan hipotesis penelitian terbukti valid.

Pembahasan

Hasil studi menunjukkan bahwa alat pembelajaran yang menggunakan Canva memiliki dampak yang signifikan dan kuat terhadap semangat belajar siswa terkait materi sistem pembayaran dan alat pembayaran. Temuan ini dikuatkan dari hasil validasi yang mengindikasikan bahwa seluruh 20 pernyataan dalam kuesioner terbukti valid, mengingat nilai r_{hitung} untuk masing-masing item melampaui r_{tabel}

0,252. Validitas semua pernyataan tersebut memberikan indikasi bahwa instrumen yang dipakai benar-benar mengukur elemen media pembelajaran Canva dan motivasi siswa dengan tepat sesuai dengan tujuan penelitian. Selain aspek validitas, instrumen tersebut terbukti memiliki reliabilitas karena nilai Cronbach Alpha yang mencapai 0,938 menunjukkan kualitas konsistensi yang sangat tinggi. Ini berarti bahwa respons yang diberikan oleh para responden menunjukkan pola yang konsisten, sehingga data ini bisa diandalkan untuk interpretasi penelitian yang akurat. Keberhasilan dalam memenuhi ketiga syarat statistik ini menunjukkan bahwa data tersebut layak untuk dianalisis lebih jauh menggunakan regresi linear sederhana dan hasil yang diperoleh dapat ditafsirkan dengan tingkat keyakinan yang tinggi. Temuan utama ini selaras dengan penelitian (Amaliyah & Marlina, 2023) yang menegaskan bahwa instrumen pembelajaran digital cenderung valid dan reliabel dalam menilai motivasi belajar siswa saat visual dan penyajian tersusun dengan baik.

Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan ini mengindikasikan

adanya keterkaitan yang sangat kuat dan positif antara pemanfaatan media pembelajaran Canva dengan motivasi belajar siswa, yang tercermin dalam nilai korelasi (R) sebesar 0,802. Selain hubungan yang kokoh ini, sumbangan media Canva terhadap motivasi belajar juga tergolong besar, dibuktikan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) yang mencapai 0,643. Artinya, 64,3% perubahan dalam motivasi belajar siswa dipengaruhi oleh kualitas penggunaan media pembelajaran Canva, sedangkan 35,7% lainnya dipengaruhi variabel-variabel lain yang bukan termasuk dalam kajian ini, seperti metode pengajaran guru, karakter siswa secara individual, atau konteks belajar. Penelitian tentang pembelajaran digital oleh Prasetya et al. (2025) juga menegaskan bahwa media digital interaktif dapat meningkatkan motivasi belajar hingga lebih dari 60% melalui peningkatan keterlibatan visual dan interaksi.

Hasil tersebut didukung oleh hasil analisis F yang memperlihatkan nilai F_{hitung} sebesar 106,314 dengan nilai sig. 0,000, yang menandakan bahwa model regresi secara sekaligus memiliki signifikansi dan dapat digunakan untuk

mengungkapkan hubungan antara dua variabel. Analisis t juga menunjukkan bahwa penggunaan media Canva memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi belajar dengan t_{hitung} sebesar 10,311 yang jauh lebih tinggi dibandingkan t_{tabel} yang sebesar 1,670. Ini menegaskan bahwa hipotesis penelitian yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari media pembelajaran Canva terhadap motivasi belajar siswa diterima secara statistik. Berdasarkan rumus regresi $Y = 10,725 + 0,752X$, dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam pemanfaatan media Canva akan meningkatkan motivasi belajar siswa sebesar 0,752 poin.

Temuan tersebut sejalan dengan meta-analisis yang dilakukan oleh (Ahsan Nadya et al., 2024), yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dengan memvisualisasikan materi ekonomi dapat secara signifikan meningkatkan motivasi belajar melalui penyajian informasi yang lebih jelas dan visual yang lebih menarik. Mengacu pada teori ARCS dari Keller, penggunaan Canva mampu meningkatkan motivasi belajar siswa karena media ini efektif dalam menarik perhatian

melalui tampilan visual yang menarik, meningkatkan relevansi dengan menghadirkan materi yang dekat dengan kehidupan siswa. Canva dapat menciptakan suatu pengalaman belajar yang lebih mandiri dan interaktif, sehingga siswa merasa lebih berdaya dalam menguasai materi yang disajikan. Di samping itu, teori beban kognitif (*Cognitive Load Theory*) mengemukakan bahwa Canva berfungsi mengurangi beban kognitif, karena visualisasi konsep ekonomi yang rumit disajikan dalam bentuk infografis dan layout yang teratur, sehingga peserta didik lebih mudah memproses dan menginternalisasi informasi.

Studi yang dilakukan oleh (Brankaert et al., 2009), berdasarkan *Self-Determination Theory* menunjukkan bahwa dukungan digital yang dirancang secara optimal mampu meningkatkan rasa kompetensi serta otonomi siswa, sehingga mendorong peningkatan motivasi intrinsik secara signifikan. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan ini sejalan dengan penelitian (Agustina et al., 2025) yang menyatakan bahwa penggunaan media digital yang kreatif dapat

memperkuat keterlibatan dan motivasi belajar. Penelitian (Ismail Rahman et al., 2024) juga memberikan hasil yang konsisten, yakni bahwa pemanfaatan media visual dalam proses pembelajaran dapat meningkatkan perhatian dan pemahaman siswa karena penyajian materi yang lebih menarik dan mudah dicerna. Keselarasan hasil-hasil penelitian tersebut dengan temuan pada penelitian ini memperkuat validitas penelitian dan menegaskan bahwa Canva merupakan media pembelajaran yang relevan dan efektif dalam pembelajaran modern. Tinjauan pustaka yang dilakukan oleh (Alqomah et al., 2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan media kreatif dalam pembelajaran digital mampu meningkatkan keterlibatan dan motivasi secara signifikan dalam konteks pendidikan modern. Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang kuat, temuan tersebut tetap perlu ditelaah secara kritis. Pengaruh persentase sebesar 64,3% memang menunjukkan kontribusi yang besar, namun masih terdapat 35,7% variabel lain yang ikut mempengaruhi motivasi belajar siswa. Ini berarti bahwa keberhasilan dalam belajar

tidak hanya bergantung pada pemanfaatan Canva, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara guru dan siswa, kesiapan peserta didik, lingkungan tempat belajar, serta metode pengajaran lain yang mungkin diterapkan bersamaan. Di samping itu, seberapa efektif Canva juga sangat bergantung pada cara guru merancang media tersebut. Canva tidak boleh digunakan sembarangan tanpa mempertimbangkan prinsip desain instruksional.

D. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa platform Canva memiliki dampak nyata dan bermanfaat terhadap motivasi belajar siswa. Media Canva terbukti mampu menarik perhatian siswa melalui visual yang menarik, meningkatkan relevansi dan pemahaman materi, serta menyediakan pengalaman belajar yang lebih menarik. Penerapan alat pembelajaran berbasis Canva bukan hanya opsi alternatif, tetapi dapat dijadikan strategi penting dalam pembelajaran ekonomi, terutama untuk materi yang bersifat abstrak seperti sistem pembayaran dan alat pembayaran.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa saran

Pertama, penggunaan media pembelajaran berbasis Canva perlu disertai perencanaan desain instruksional yang baik agar penyajian materi tidak menimbulkan beban kognitif berlebih bagi siswa. Oleh karena itu, pendidik perlu dibekali pelatihan desain pembelajaran digital agar media yang digunakan efektif dan sesuai dengan karakteristik peserta didik.

Kedua, sekolah diharapkan menyediakan sarana dan prasarana teknologi yang memadai, seperti akses internet dan perangkat pendukung, guna menunjang penerapan media pembelajaran digital berbasis Canva secara optimal bagi seluruh siswa.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, S. P., Ramayani, N., & Eka Putri, D. A. (2025). Strategi Integrasi Teknologi Digital dalam Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 603–611.

Ahsan Nadya, Salman Shiddiq, & Gusmaneli Gusmaneli. (2024).

Efektivitas Penggunaan Teknologi dalam Meningkatkan Strategi Pembelajaran Interaktif di Kelas. *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2(2), 334–341.

Alqomah, P., Aradea, R., & Toyib, M. (2024). Pengaruh media pembelajaran berbasis aplikasi canva terhadap motivasi dan hasil belajar siswa pada mata pelajaran ekonomi di sma negeri 1 sembawa. *Journal of Education and Learning*, 5(2), 11–14.

Amaliyah, P., & Marlina, Y. (2023). Pengaruh Pembelajaran Berbasis Media Pembelajaran Terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Inovasi Pendidikan MH Thamrin*, 7(1), 27–35.

Brankaert, R., Ouden, E. Den, Buchenau, M., Suri, J. F., de Valk, L., Bekker, T., Eggen, B., Hutchinson, H., Mackay, W., Westerlund, B., Bederson, B. B., Druin, A., Plaisant, C., Beaudouin-Lafon, M., Conversy, S., Evans, H., Hansen, H., Roussel, N., Eiderbäck, B., ... Bozarth, M. A. (2009). Experiential Probes: probing for emerging behavior patterns in everyday life. *International Journal of Design*, 9(1), 2880–2888. Ghozali, I.

- (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail Rahman, Nurhadifah Amaliyah, Anni Mafruha Amaliyah, Musdalifa, & Dinda Claudia Risal Denggo. (2024). Pengaruh Media Pembelajaran Digital Terhadap Motivasi Belajar Siswa: Kajian Studi Literatur. *Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 2(2), 77–86.
- Kumar, K., et al. (2022). Virtual reality learning media with innovative learning materials to enhance individual learning outcomes based on Cognitive Load Theory. *Journal of Computers & Education Open*.
- Media, J. K. (2025). *Issn: 2089-8444*. 14, 88–95.
- Prasetya, D., Permana, A., & Wijaya, H. (2025). *Peningkatan motivasi belajar melalui media digital interaktif: Sebuah studi longitudinal*. *Jurnal Teknologi Pendidikan Masa Depan*, 45(3), 210-225.
- Springer, S. (2025). Enhancing the Cognitive Load Theory and Multimedia Learning Framework with AI Insight. *Learning Analytics Review*
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sukardi, K., Sahade, & Hasyim, S. H. (2025). *Jurnal Media Pembelajaran* 8. 1785–1797.
- Sulastri Hutasoit, E., Tamara Hutaeruk, E. R., Yuni, R., Willem Iskandar Psr, J. V, Estate, M., & Sei Tuan Kab Deli Serdang, P. (2025). Pengaruh Media Pembelajaran Canva Terhadap Motivasi Belajar Siswa Dalam Materi Ajar Pasar Sma Negeri 13 Medan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 317–323.
- Suryabrata, S. (2004). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Syafitri, Y. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Video*. 2(2), 26–32.