



SOSIALIASI PENTINGNYA FITUR *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DI CANVA DALAM MENINGKATAN KREATIVITAS

Oleh

Ferdi Antonio¹, Betty Rahayu², Sri Sudiarti³, Roy Setiawan⁴, Fitriansyah⁵

¹Universitas Pelita Harapan, Indonesia,

²Universitas Darul Ulum, Indonesia

³Universitas Cipasung Tasikmalaya, Indonesia

⁴Universitas Kristen Petra, Indonesia

⁵Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

E-mail: ¹ferdi.antonio@gmail.com, ²bettyrahayu.se@gmail.com,

³srisudiarti@uncip.ac.id, ⁴roy@petra.ac.id, ⁵fit217@umkt.ac.id

Article History:

Received: 19-09-2025

Revised: 16-10-2025

Accepted: 22-10-2025

Keywords:

*Artificial Intelligence,
Canva, Kreativitas,
Pekerja Kreatif*

Abstract: Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terciptanya kesadaran pentingnya fitur *artificial intelligence* di Canva dalam meningkatkan kreativitas bagi pekerja kreatif. Sasaran pada kegiatan sosialisasi ini adalah pekerja kreatif yang berpotensi memanfaatkan fitur *artificial intelligence* di Canva. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disampaikan dalam bentuk sosialisasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa fitur *artificial intelligence* di Canva bagi pekerja kreatif memberikan manfaat dalam hal kreativitas seperti *magic media*, *magic grab*, *magic expand*, *magic edit*, dan *magic design*.

PENDAHULUAN

Ekonomi digital adalah sistem ekonomi di mana kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi barang serta jasa sangat bergantung pada teknologi digital seperti *internet*, *artificial intelligence*, dan teknologi informasi dan komunikasi (Adiningsih, 2019). Konsep ini menciptakan model bisnis baru yang memungkinkan interaksi global dan efisien tanpa batas geografis, contohnya adalah *e-commerce*, *fintech*, dan layanan berbagi tumpangan.

Manajemen talenta kreativitas adalah proses strategis mengelola individu kreatif dalam organisasi untuk mendorong inovasi (Dessler, 2015). Ini melibatkan identifikasi, pengembangan, dan retensi karyawan yang memiliki potensi kreatif, dengan tujuan untuk mencapai tujuan bisnis melalui pemikiran inovatif dan solusi baru. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata, dengan cara menghubungkan atau mengolah kembali hal-hal yang sudah ada. Ini melibatkan kemampuan berpikir fleksibel, orisinal, dan mampu menemukan banyak kemungkinan jawaban atau solusi untuk suatu masalah.

Canva adalah aplikasi desain grafis yang digunakan untuk membuat grafis media sosial, presentasi, poster, dokumen dan konten visual lainnya. Aplikasi ini juga menyediakan beragam contoh desain untuk digunakan. Canva terdiri dari dua jenis layanan, yakni gratis dan berbayar.

Pemanfaatan fitur *artificial intelligence* di Canva dapat membantu pekerja kreatif meningkatkan efisiensi dan kreativitas dalam menghasilkan konten visual (Chaffey dan

Chadwick, 2019). Konten visual adalah segala jenis konten yang menggunakan elemen visual seperti gambar, grafik, video, dan animasi untuk menyampaikan informasi atau pesan. Konten ini sangat efektif dalam menarik perhatian audiens dan membantu mereka memahami informasi lebih baik, sehingga menjadi elemen kunci dalam pemasaran digital (Pandiangan, 2023; Sudirman et al., 2023). Fitur *artificial intelligence* yang terintegrasi dalam alat bernama *magic studio*, memungkinkan otomatisasi tugas-tugas yang berulang dan membantu memvisualisasikan ide dengan lebih cepat.

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah terciptanya kesadaran pentingnya fitur *artificial intelligence* di *Canva* dalam meningkatkan kreativitas bagi pekerja kreatif.

METODE

Sasaran pada kegiatan sosialisasi ini adalah pekerja kreatif yang berpotensi memanfaatkan fitur *artificial intelligence* di *Canva*. Sasaran kegiatan sosialisasi adalah kelompok atau individu yang menjadi target komunikasi untuk menerima informasi atau pesan tertentu (Fransisco et al., 2024; Lumbanraja et al., 2024; Marcella et al., 2024; Pandiangan et al., 2024). Penentuan sasaran sangat penting agar kegiatan sosialisasi efektif dan tepat sasaran (Sihombing et al., 2024; Wijaya et al., 2024; Yoppy et al., 2023).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disampaikan dalam bentuk sosialisasi. Penyampaian bentuk sosialisasi dapat bervariasi, disesuaikan dengan tujuan, sasaran, dan konteksnya, baik secara langsung maupun melalui media (Pandiangan, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan *Artificial Intelligence* dan *Canva*

Perkembangan *artificial intelligence* dimulai sejak tahun 1950-an dan telah berkembang pesat, dari tugas-tugas sederhana menjadi sistem yang kompleks seperti analisis data besar, pengenalan suara, dan otomatisasi proses. Saat ini, *artificial intelligence* terintegrasi dalam banyak sektor, seperti kesehatan, pendidikan, dan transportasi, serta menjadi topik penting untuk pengembangan masa depan yang lebih etis dan terintegrasi. *Artificial intelligence* adalah teknologi yang memungkinkan mesin untuk meniru kemampuan kognitif manusia seperti belajar, memecahkan masalah, dan membuat keputusan. *Artificial intelligence* berfungsi dengan menganalisis data dalam jumlah besar untuk mengidentifikasi pola, membuat prediksi, dan melakukan tugas-tugas yang sebelumnya hanya bisa dilakukan oleh manusia, seperti pengenalan gambar, pemrosesan bahasa alami, dan pengoperasian otonom (Kusumadewi, 2013). *Artificial intelligence* memberikan manfaat besar bagi manajemen, seperti meningkatkan efisiensi dengan mengotomatiskan tugas rutin, mendukung pengambilan keputusan yang lebih akurat melalui analisis data besar, serta mendorong inovasi dan pemahaman pelanggan yang lebih mendalam (Pandiangan, 2024). *Artificial intelligence* dapat membantu para manajer untuk fokus pada tugas strategis dan berkualitas tinggi, sambil meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan (Pandiangan et al., 2025; Tambunan et al., 2025).

Canva adalah aplikasi desain grafis yang digunakan untuk membuat grafis media sosial, presentasi, poster, dokumen dan konten visual lainnya. Aplikasi ini juga menyediakan beragam contoh desain untuk digunakan. Canva terdiri dari dua jenis layanan, yakni gratis dan berbayar. Manfaat Canva antara lain adalah kemudahan untuk membuat desain profesional tanpa keahlian khusus, menghemat biaya karena banyak template gratis dan fitur

hemat biaya, serta fleksibilitas dalam membuat berbagai jenis konten seperti grafis media sosial, presentasi, *curriculum vitae*, dan video. Aplikasi ini juga mendukung kolaborasi tim, konsistensi merek melalui fitur brand kit, dan dapat dimanfaatkan secara efektif untuk keperluan pendidikan (Pandiangan et al., 2023; Ratnawita et al., 2023).

Pekerja Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang mengutamakan ide, kreativitas, dan pengetahuan manusia untuk menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomi. Konsep ini didukung oleh industri kreatif yang mencakup berbagai sektor seperti seni, desain, teknologi informasi, kuliner, dan fashion, serta bergantung pada inovasi dan pemanfaatan kekayaan intelektual dan budaya (Gultom et al., 2024; Kurdhi et al., 2023; Mariani et al., 2023). Pekerja kreatif adalah individu yang mengandalkan kreativitas, ide, dan keterampilan artistik untuk menciptakan konten, ide, produk, atau jasa baru di berbagai industri (Tambunan et al., 2024; Tambunan dan Pandiangan, 2024). Pekerja kreatif sering bekerja di bidang seperti desain grafis, penulisan, multimedia, seni, pemasaran digital, dan hiburan, serta bisa bekerja sebagai karyawan atau pekerja lepas (*freelancer*), contohnya termasuk desainer grafis, penulis konten, animator, fotografer, sutradara, dan musisi.

Pemanfaatan Fitur Artificial Intelligence di Canva bagi Pekerja Kreatif

Fitur *artificial intelligence* di Canva bagi pekerja kreatif memberikan manfaat dalam hal kreativitas seperti *magic media*, *magic grab*, *magic expand*, *magic edit*, dan *magic design*.

1.Magic Media

Fitur yang memungkinkan mengubah teks menjadi gambar yang adalah mengubah deskripsi teks menjadi gambar atau ilustrasi yang unik. Fitur ini sangat berguna bagi ilustrator atau desainer yang membutuhkan visual spesifik dan tidak ingin menggunakan gambar stok yang umum. Lalu ada mengubah teks menjadi video yang adalah membuat video pendek yang sesuai dengan deskripsi teks yang diberikan. Berguna untuk pembuat konten yang membutuhkan visual bergerak dengan cepat.



Gambar 1. Magic Media

2.Magic Grab

Fitur yang memungkinkan memisahkan subjek utama dari latar belakang dalam sebuah foto. Pekerja kreatif dapat dengan mudah memindahkan, mengedit, atau mengubah ukuran subjek tanpa mengganggu elemen lain.

Gambar 2. *Magic Grab*

3. *Magic Expand*

Fitur yang memungkinkan memperluas atau melengkapi area kosong di sekitar gambar secara otomatis dengan detail baru yang dihasilkan *artificial intelligence*. Fitur ini berguna untuk memperbaiki *framing* yang kurang pas atau mengubah rasio aspek gambar.

Gambar 3. *Magic Expand*

4. *Magic Edit*

Fitur yang memungkinkan mengubah atau menambahkan elemen baru dalam sebuah gambar dengan cara yang mulus. Misalnya, mengubah warna objek tertentu atau mengganti salah satu elemen dalam foto.

Gambar 4. *Magic Edit*

5.Magic Design

Fitur yang memungkinkan membuat desain grafis atau presentasi lengkap secara otomatis, hanya dengan memberikan ide atau deskripsi singkat.



Gambar 5. Magic Design

KESIMPULAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa fitur *artificial intelligence* di Canva bagi pekerja kreatif memberikan manfaat dalam hal kreativitas seperti *magic media*, *magic grab*, *magic expand*, *magic edit*, dan *magic design*.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Adiningsih, Sri. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing*. Edinburg Gate: Pearson.
- [3] Dessler, Gary. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- [4] Fransisco, F., Prasetyo, K., Surya, S., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Faktor-Faktor Fundamental Terhadap Earning Per Share Pada Perusahaan Perbankan BUMN. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5837-5844.
- [5] Gultom, J. A., Pandiangan, S. M. T., Silitonga, M., Sinurat, W., & Naibaho, R. (2024). PENGARUH PELATIHAN KERJA KARYAWAN TERHADAP PENINGKATAN KUALITAS PRODUK. *ATDS SAINTECH JOURNAL OF ENGINEERING*, 5(1), 14-18.
- [6] Gultom, J. A., Silitonga, M., Pandiangan, S. M. T., & Sinurat, W. (2024). ANALISIS SERVEQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANAYLISIS (IPA) UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL SEPEDA MOTOR. *ATDS SAINTECH JOURNAL OF ENGINEERING*, 5(2), 56-68.
- [7] Kurdhi, N. A., Sunarta, D. A., SH, M., Nur, N., Jenita, S. E., Hatta, I. H. R., ... & Rahman, A. (2023). *Statistika Ekonomi*. Cendikia Mulia Mandiri.
- [8] Kusumadewi, Sri. (2013). *Artificial Intelligence (Teknik dan Aplikasinya)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [9] Lumbanraja, P. C., Lumbanraja, P. L., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Covid-19 Pandemic: Is there any impact on the Agribusiness Index?. *Research of Finance and Banking*, 2(2), 87-96.

- [10] Marcella, V., Hutahaeen, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Determinant of Transfer Pricing Practices for Property and Real Estate Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange Period 2020-2022. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(6), 1986-1993.
- [11] Mariani Alimuddin, S. E., Jana Sandra, S. E., Sarce Babra Awom, S. E., Pandiangan, S. M. T., Solehudin, M. M., Ahmad, S. E., ... & SE, M. (2023). *Pengantar Ekonomika*. Cendikia Mulia Mandiri.
- [12] Pandiangan, S. M. T. (2022). Analysis of Factors Affecting Interest in Buying a House. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(6), 2615-2620.
- [13] Pandiangan, S. M. T. (2023). Effect of Packaging Design and E-Satisfaction on Repurchase Intention with Quality of Service as an Intervening Variable to the Politeknik Unggulan Cipta Mandiri Students Using E-Commerce Applications. *Journal of Production, Operations Management and Economics (JPOME)*, 3(4), 51-58.
- [14] Pandiangan, S. M. T. (2024). Effect of Income and Expenditure on Foreign Visitors at Indonesian Commercial Tourist Attractions. *Journal of Social Responsibility, Tourism, and Hospitality (JSRTH)*, 4(2), 1-7.
- [15] Pandiangan, S. M. T., Gultom, J. A., Ariani, D., Dharmawan, D., & Butar-Butar, R. S. (2023). Effect of Problem-Based Learning Model on Learning Outcomes in Microeconomic Course. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 7(2), 5572-5575.
- [16] Pandiangan, S. M. T., Pattiasina, V., Mawadah, B., & Dharmawan, D. Suratminingsih.(2023). Effectiveness of Problem-Based Learning Model on Critical Thinking Ability in Financial Management Course. *Edumaspul. Jurnal Pendidikan*, 7(2), 5576-5580.
- [17] Pandiangan, S. M. T., Tambunan, H. N., Gultom, J. A., & Hutahaeen, T. F. (2024). Analysis of Asset Management Ratio and Solvency Management Ratio. *Journal of Corporate Finance Management and Banking System (JCFMBS)*, 4(2), 25-36.
- [18] Pandiangan, S. M. T., Fachrurazi, I., & Kevin, N. Yulia, & Dharmawan, Donny.(2024). *Increasing Learning Achievement through the Application of Inquiry Methods in Entrepreneurship Courses*. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 8(1), 2471-2476.
- [19] Pandiangan, S. M. T., Sintesa, N., MM, C. P., Tarmin Abdulghani, S. T., MT, C., Ayi Muhiban, S. E., ... & Ak, M. (2024). *PENGANTAR BISNIS DIGITAL*. Cendikia Mulia Mandiri.
- [20] Pandiangan, S. M. T., Lumbanraja, P. C., Lumbanraja, P. L., Gultom, J. A., & LC, M. A. (2024). Effect of Service Quality on Hotel Guest Loyalty with Hotel Guest Satisfaction as an Intervening Variable in Five-Star Hotel. *Journal of Social Responsibility, Tourism, and Hospitality (JSRTH)*, 4(3), 33-41.
- [21] Pandiangan, S. M. T., Sigalingging, L., Nafisa, L., Tasrim, T., & Santosa, S. (2025). PELATIHAN PENGGUNAAN FITUR SPSS KEPADA WIRAUSAHA SEBAGAI SARANA PROMOSI BISNIS. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(8), 1585-1592.
- [22] Pandiangan, S. M. T., Dharmawan, D., Hariyanto, M., Pujiastuti, E., & Zalogo, E. F. (2025). Resilience Management in Generation Z Entrepreneurs in Medan City. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 5(1), 19-26.
- [23] Ratnawita, P., Tua, S. M., Pratomo, A. B., Saputra, E. K., & Nuryanto, U. W. (2023). Analysis of the Experience of Teachers on Student Achievement in Economics at Private High School. *Edumaspul. Jurnal Pendidikan*, 7(1), 522-526.
- [24] Sihombing, R. S. Z., Tutik, D. W., Nathalie, N., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T.



- (2024). Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, Pertumbuhan Dan Profitabilitas Terhadap Earning Per Share Terhadap PT. Bank BRI Tbk Pada Tahun 2018-2021. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8085-8093.
- [25] Sudirman, S., Taryana, T., Suprihartini, Y., Maulida, E., & Pandiangan, S. M. T. (2023). Effect of Lecturer Service Quality and Infrastructure Quality on Student Satisfaction. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(9), 3577-3582.
- [26] Tambunan, H. N., Pandiangan, S. M. T., & Candra, S. Mei Veronika Sri Endang, & Hendarti, Ricca.(2024). Upaya Peningkatan Perekonomian dengan Memanfaatkan Potensi Ibu Rumah Tangga di Era Digital pada Kelurahan Durian, Kecamatan Medan Timur. E-Amal: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4 (1), 1-6.
- [27] Tambunan, H. N., & Pandiangan, S. M. T. (2024). Pengaruh Kegunaan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 650-658.
- [28] Tambunan, H. N., Haribowo, R., Akbar, A., Munizu, M., & Pandiangan, S. M. T. (2025). Operational Management for Business Production Processes. *International Journal of Education, Social Studies, and Management (IJESSM)*, 5(1), 161-169.
- [29] Tambunan, H. N., Hutasoit, D. T. M., Julyarman, N., Nathaniel, R., Fakhri, C., & Pandiangan, S. M. T. (2025). Talent Management Strategy to Face the Challenges of the Industrial Revolution 5.0 Era. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 5(2), 1109-1120.
- [30] Wijaya, A., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2024). PENGARUH FEE AUDIT, AUDIT TENURE, REPUTASI AUDITOR, KOMITE AUDIT, DAN ROTASI AUDIT TERHADAP KUALITAS AUDIT PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2022. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 4426-4438.
- [31] Yoppy, I., Hartono, I. A., Hutahean, T. F., & Pandiangan, S. M. T. (2023). Influence Profitability, Policy debt, Policy Dividend, Investment Decision, And Firm Size to Company Value Manufacture Sub Sector Food And Drink Which Registered In the Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economics Social and Technology*, 2(3), 175-183.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN