

ANALISIS PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @CANVAINDONESIA DALAM PENGEMBANGAN KEMAMPUAN KREATOR PEMULA

ANALYSIS OF THE UTILIZATION OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA INFORMATION SYSTEM @CANVAINDONESIA IN DEVELOPING BEGINNER CREATORS' SKILLS

¹Muhammad Alfath*, ²Hudi Santoso, ³Leonard Dharmawan

^{1,2,3}Sekolah Vokasi IPB University

alfathmuhammad@apps.ipb.ac.id, hudi.santoso@apps.ipb.ac.id, leonarddharmawan@apps.ipb.ac.id

Received:
15 November 2025

Revised:
27 November 2025

Accepted:
29 November 2025

Published:
7 Februari 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia dan pengembangan kemampuan kreator pemula dalam membuat konten digital. Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya pemanfaatan media sosial sebagai sistem informasi berbasis digital yang mendukung proses pembelajaran non-formal dan pengembangan kompetensi kreatif. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan rancangan korelasional, melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berskala Likert lima poin yang disusun berdasarkan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) untuk variabel independen dan Theory of Planned Behavior (TPB) untuk variabel dependen. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh dimensi AIDA berada pada kategori tinggi, dengan nilai tertinggi pada aspek *Desire* (78,3%) dan *Interest* (71,3%), menandakan efektivitas konten edukatif dalam menarik perhatian dan mendorong tindakan pengguna. Uji korelasi Spearman menghasilkan nilai $\rho = 0,765$ dengan signifikansi $p < 0,001$, yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kedua variabel. Temuan ini menegaskan bahwa semakin optimal pemanfaatan sistem informasi melalui konten edukatif @canvaindonesia, semakin tinggi pula pengembangan kemampuan kreator pemula dalam aspek kognitif, afektif, dan perilaku. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem informasi berbasis media sosial memiliki potensi signifikan dalam mendukung pembelajaran non-formal dan peningkatan *self efficacy* kreator digital.

Kata Kunci : AIDA, Kreator Pemula, Media Sosial, Sistem Informasi, Teori Perilaku Terencana.

ABSTRACT

This study aims to analyze the relationship between the utilization of the Instagram social media information system @canvaindonesia and the development of beginner creators' abilities in producing digital content. The research is motivated by the growing use of social media as a digital-based information system that supports non-formal learning and creative competence development. A quantitative correlational approach was employed with 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire based on the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action) for the independent variable and the Theory of Planned Behavior (TPB) for the dependent variable. Descriptive analysis revealed that all AIDA dimensions scored high, with the highest values on Desire (78.3%) and Interest (71.3%), indicating the effectiveness of educational content in attracting attention and encouraging user actions. The Spearman correlation test produced a coefficient of $\rho = 0.765$ with a significance level of $p < 0.001$, indicating a strong and positive relationship between the two variables. These findings confirm that the more optimally users utilize @canvaindonesia's educational content, the higher their cognitive, affective, and behavioral skill development. The study concludes that social media-based information systems have significant potential to support non-formal learning and enhance digital creators' self efficacy.

Keywords : AIDA, Beginner Creator, Information System, Social Media, Theory of Planned Behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara individu memperoleh, memproses, dan memanfaatkan pengetahuan. Salah satu inovasi yang muncul dari perkembangan teknologi informasi adalah media sosial yang menghadirkan berbagai macam *platform*. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sistem informasi berbasis digital yang memungkinkan transfer pengetahuan secara cepat dan efektif (Mundzir, 2024). Instagram menjadi salah satu platform paling efektif dalam mendistribusikan informasi visual dan edukatif, termasuk bagi pengguna yang ingin mengembangkan kemampuan kreatif dan teknis. Instagram menempati peringkat kelima sebagai aplikasi dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia, dengan kecenderungan penggunaan untuk hiburan, bisnis, dan pembelajaran non-formal (We Are One, 2025).

Pemanfaatan media sosial sebagai sistem informasi membuka peluang baru dalam mendukung proses pembelajaran inovatif serta menciptakan bentuk interaksi baru yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh masyarakat secara luas (Nasution et al., 2025). Akun-akun edukatif seperti @canvaindonesia menjadi contoh bagaimana sistem berbasis media sosial berfungsi sebagai platform penyebaran informasi digital yang menyajikan *knowledge base* bagi pengguna. Melalui konten interaktif seperti tips, tutorial, dan panduan praktis, pengguna dapat mengakses pengetahuan desain grafis tanpa batas waktu maupun ruang. Akun instagram @canvaindonesia bukan sekadar kanal komunikasi, melainkan sistem informasi yang mengintegrasikan penyebaran data, interaksi pengguna, dan pembentukan perilaku belajar digital.

Penelitian Farman et al., (2024) menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi Canva yang mudah dioperasikan memberikan kemudahan bagi individu tanpa keahlian desain untuk menghasilkan karya visual yang tampak profesional. Peningkatan kemampuan ini telah dikonfirmasi melalui berbagai studi yang berfokus pada Canva sebagai sistem informasi desain yang efektif (Septiawati et al., 2025). Penelitian lainnya juga mendukung bahwa interaksi dengan Canva berkorelasi positif dengan perolehan *hard skill* desain, khususnya dalam konteks peningkatan produktivitas (Farman et al., 2024). Konten edukatif di Instagram juga terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi digital dan kesadaran audiens (Rochani & Sarungu, 2025), sementara strategi kreatif diakui krusial untuk memelihara *engagement* dan memenuhi kebutuhan panduan *hard skill* bagi kreator (Awalina & Santoso, 2024). Sebagian besar studi tersebut masih memisahkan antara kajian alat (Canva) dan media/luaran kognitif (kesadaran atau *engagement*), serta masih didominasi oleh konteks pelatihan langsung atau kurikulum formal.

Keterbatasan penelitian tersebut membuka peluang untuk mengkaji lebih jauh bagaimana sistem informasi berbasis media sosial dapat memfasilitasi perubahan perilaku dan peningkatan kemampuan individu. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan sistem, menyerap informasi (*adoption of knowledge*), serta mengaplikasikannya dalam praktik pembuatan konten. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Nasution et al., (2025) yang menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam mendukung proses pembelajaran kreatif. Melalui platform seperti TikTok, YouTube, Facebook, dan Instagram, pengguna termasuk mahasiswa dapat memperoleh informasi dengan cepat, mengeksplorasi ide baru, serta mengembangkan keterampilan melalui praktik langsung. Penelitian tersebut menegaskan bahwa media sosial bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga ruang pembelajaran yang memungkinkan ekspresi diri, peningkatan kreativitas, dan pembangunan portofolio digital. Hasil penelitian tersebut mendiskripsikan pentingnya menelaah lebih jauh bagaimana pemanfaatan sistem informasi berbasis media sosial dapat berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan kreator, khususnya dalam konteks pembuatan konten digital. Hingga kini belum banyak penelitian yang menelaah hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial dan peningkatan kemampuan kreator.

Fokus penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia dan pengembangan kemampuan kreator pemula dalam membuat konten digital. Penelitian ini memiliki dua rumusan masalah utama: (1) Bagaimana hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia dengan pengembangan kemampuan kreator pemula dalam membuat konten? dan (2) Seberapa kuat tingkat hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia dan pengembangan kemampuan kreator pemula berdasarkan hasil uji korelasi Spearman? Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang peran sistem informasi dalam mendukung pembelajaran non-formal dan peningkatan kompetensi digital di era transformasi teknologi.

METODE

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif didasarkan pada aliran positivisme yang melihat realitas sebagai entitas yang nyata, dapat diamati, dapat diukur, dan menunjukkan keterkaitan kausal. Metode ini diterapkan untuk mengkaji populasi atau contoh spesifik dengan cara mengumpulkan informasi melalui alat penelitian terstruktur, lalu dianalisis menggunakan teknik statistik untuk memverifikasi hipotesis yang sudah ditentukan (Amruddin et al., 2022). Sejalan dengan prinsip tersebut, studi ini menerapkan pendekatan berbasis angka (kuantitatif) sebab berpusat pada pengukuran hubungan

antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia dan pengembangan kemampuan kreator pemula secara objektif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data numerik yang dapat diolah dan diinterpretasikan secara empiris untuk menggambarkan kekuatan serta arah hubungan antarvariabel penelitian. Studi ini menerapkan pendekatan korelasional yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia dan pengembangan kemampuan kreator pemula dalam membuat konten digital. Penelitian korelasional banyak digunakan dalam bidang pendidikan, sosial, dan ekonomi untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara dua variabel atau lebih pada suatu objek atau subjek penelitian (Saat & Mania, 2020). Mengacu pada pandangan tersebut, penelitian ini berupaya mengidentifikasi tingkat hubungan dan arah keterkaitan antara pemanfaatan sistem informasi berbasis media sosial dengan pengembangan kemampuan individu. Cara ini dipilih lantaran memungkinkan peneliti mengukur hubungan antarvariabel secara numerik dan objektif berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner berskala Likert.

Populasi dan Sampel

Keseluruhan subjek dalam studi ini merupakan semua *followers* akun Instagram @canvaindonesia, yang mencapai kurang lebih 138.000 orang pada September 2025. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penunjukan responden yang memenuhi kriteria khusus yang berkaitan dengan tujuan studi. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara sengaja oleh peneliti berdasarkan pertimbangan ssstertentu terhadap karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga tidak dilakukan secara acak seperti pada teknik (Saat & Mania, 2020). Pemilihan responden dalam penelitian ini difokuskan pada individu yang memenuhi kriteria:

1. Pengikut akun @canvaindonesia.
2. Pernah menggunakan aplikasi Canva untuk membuat konten digital.
3. Pernah menemukan atau berinteraksi dengan konten edukatif dari akun @canvaindonesia.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, dengan *margin of error* ditetapkan pada angka 10%. Populasi penelitian berjumlah sekitar 138.000 pengikut akun Instagram @canvaindonesia (per september 2025). Berdasarkan rumus:

$$n = \frac{138.000}{1 + 138.000(0,1)^2} = \frac{138.000}{1 + 1,380} = \frac{138.000}{1,381} = 99,9$$

Sampel yang digunakan pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden setelah proses pembulatan. Jumlah ini dinilai telah memenuhi syarat minimum representativitas untuk analisis korelasional dalam penelitian kuantitatif sosial dengan populasi besar.

Variabel Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel utama. Variabel X (Independen) yaitu Pemanfaatan Sistem Informasi Media Sosial Instagram @canvaindonesia yang diukur dengan model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dari Kotler & Keller. Variabel Y (Dependen) yaitu Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula yang diukur dengan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Icek Ajzen yang mencakup indikator Sikap terhadap Perilaku (*Attitude toward Behavior*), Norma Subjektif (*Subjective Norm*), dan Kendali Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*).

Menurut Kotler dan Keller dalam Kurniawati et al (2022), teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, and Action*) menggambarkan tahapan psikologis yang dilalui individu ketika merespons suatu pesan atau informasi. Dalam kerangka AIDA, sebuah pesan dianggap efektif apabila mampu meraih *Attention* (perhatian), menumbuhkan *Interest* (ketertarikan), membangun *Desire* (keinginan), dan mengarahkan individu pada *Action* (tindakan). Model ini menekankan pentingnya kualitas penyampaian pesan dalam memengaruhi persepsi serta tindakan audiens terhadap suatu informasi (Kurniawati et al., 2022).

Teori *Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen menjelaskan bahwa perilaku seseorang dapat diprediksi melalui sikap terhadap perilaku (*intention*) yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kendali perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Ajzen menegaskan bahwa ketiga komponen tersebut secara empiris mampu menjelaskan varians perilaku aktual dengan akurasi yang tinggi. Seseorang akan cenderung melakukan suatu tindakan apabila ia memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut, mendapatkan dukungan sosial dari lingkungan, serta merasa memiliki kemampuan dan kesempatan untuk melakukannya (Ajzen, 1991).

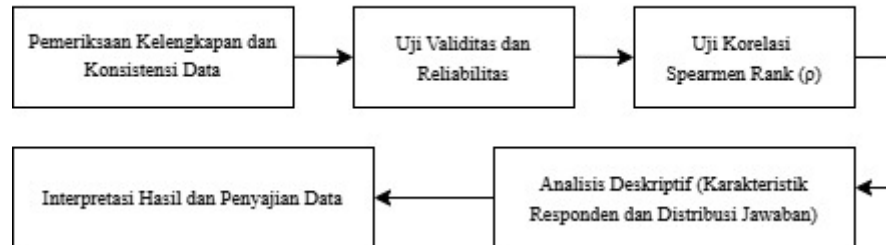
Instrumen dan Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner berbasis daring (Google Form) dengan skala Likert lima poin, mulai dari nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari model AIDA dan TPB yang telah diadaptasi ke dalam konteks sistem informasi media sosial. Instrumen penelitian ini telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas sebelum disebarkan, guna memastikan bahwa setiap butir pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat dan konsisten. Langkah ini penting untuk menjaga kualitas data dan menghindari bias pengukuran yang dapat

memengaruhi hasil analisis. Data sekunder ini berfungsi sebagai dasar untuk memperkuat landasan teoritis dan membantu dalam menafsirkan hasil penelitian secara lebih komprehensif.

Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk memastikan akurasi dan efisiensi dalam proses analisis statistik. Penggunaan perangkat lunak ini memungkinkan pengujian validitas, reliabilitas, serta hubungan antarvariabel dilakukan secara sistematis dan terukur. Penelitian ini melakukan pengolahan dan analisis data melalui rangkaian langkah yang dilakukan secara bertahap, yang penyajiannya dalam bentuk visual terdapat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Diagram Tahapan Pengolahan Data

Proses pengolahan data diawali dengan pemeriksaan kelengkapan dan konsistensi jawaban responden untuk memastikan data layak dianalisis. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian guna memastikan setiap butir pertanyaan mampu mengukur konstruk variabel secara konsisten dan akurat Tahap analisis utama menggunakan uji korelasi Spearman Rank (ρ) untuk mengetahui arah dan tingkat hubungan antara variabel independen, yaitu pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia, dan variabel dependen, yaitu pengembangan kemampuan kreator pemula. Uji Spearman dipilih karena data berskala ordinal dengan asumsi tidak berdistribusi normal, sehingga dianggap paling sesuai untuk mengukur kekuatan hubungan antarvariabel dalam penelitian ini. Penelitian ini juga melakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variasi jawaban pada setiap indikator penelitian sebagai pelengkap dalam memahami hasil uji korelasi.

Penyajian Data

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel yang menggambarkan hubungan antarvariabel secara kuantitatif. Deskripsi naratif digunakan untuk menafsirkan temuan berdasarkan teori AIDA dan TPB dalam konteks sistem informasi media sosial. Penyajian ini bertujuan memberikan pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana pemanfaatan sistem informasi Instagram berkontribusi terhadap pengembangan kemampuan kreator pemula.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Sistem Informasi

Analisis deskriptif terhadap Variabel X (Pemanfaatan Sistem Informasi) yang diukur melalui Model AIDA menunjukkan kecenderungan respons positif dan sangat tinggi dari 100 responden (Tabel 1).

Tabel 1. Rangkuman Deskriptif Pemanfaatan Sistem Informasi (@canvaindonesia)

Dimensi (Item)	Item Pertanyaan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P_{pos}	Rata-rata Dimensi
<i>Attention</i>	Tampilan visual konten @canvaindonesia menarik perhatian saya saat melihatnya di Instagram.	48%	30%	78%	71,5%
	Saya lebih fokus ketika melihat postingan dari @canvaindonesia dibandingkan akun serupa.	34%	31%	65%	
<i>Interest</i>	Konten yang dibagikan @canvaindonesia menumbuhkan rasa ingin tahu saya.	46%	27%	73%	71,3%

Dimensi (Item)	Item Pertanyaan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P_{pos}	Rata-rata Dimensi
<i>Desire</i>	Saya merasa tertarik untuk mengikuti konten yang diunggah @canvaindonesia.	45%	21%	66%	78,3%
	Informasi yang ditampilkan @canvaindonesia membuat saya ingin membaca lebih lanjut.	49%	26%	75%	
	Konten dari @canvaindonesia membuat saya ingin mencoba tips yang dibagikan.	50%	35%	85%	
	Saya merasa terdorong untuk mempraktikkan ide dari konten @canvaindonesia.	42%	34%	76%	
<i>Action</i>	Saya ingin menerapkan konten @canvaindonesia dalam pembuatan konten saya.	38%	36%	74%	68,0%
	Saya mengikuti langkah-langkah atau tips yang diberikan dalam konten @canvaindonesia.	38%	31%	69%	
	Saya pernah mencoba membuat konten berdasarkan inspirasi dari @canvaindonesia.	34%	29%	63%	
	Saya mengadaptasi ide dari konten @canvaindonesia ke dalam karya saya sendiri.	44%	28%	72%	

Cukup tingginya persentase pada dimensi *Action* (68,0%) menunjukkan bahwa konten edukatif yang didistribusikan melalui Instagram @canvaindonesia tidak hanya berhenti pada tahap kognitif atau afektif, melainkan telah secara efektif mendorong perilaku nyata dari kreator pemula untuk mempraktikkan keterampilan yang disajikan. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil yang dikemukakan oleh Ramadhan et al., (2024), yang menjelaskan bahwa pada fase *Action* dalam model AIDA adalah tahap akhir dari model AIDA. Namun, hasil penelitian lain menunjukkan pola yang tidak sepenuhnya sejalan. Studi oleh Cahyadi & Sirait (2025) menemukan bahwa elemen *Interest* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Instagram Panda Ramen, meskipun *Attention*, *Desire*, dan *Action* berpengaruh positif. Perbedaan ini menegaskan bahwa setiap tahap AIDA tidak selalu berperan sama kuatnya pada semua konteks. Dalam penelitian ini, tingginya skor *Action* menunjukkan bahwa konten edukatif lebih efektif mendorong tindakan langsung daripada membangun ketertarikan mendalam, sehingga memperlihatkan bagaimana efektivitas tiap fase AIDA dapat bergantung pada karakteristik konten dan tujuan komunikasinya.

Keberhasilan komunikasi informasi ditandai dengan munculnya tindakan nyata dari audiens sebagai respons terhadap pesan yang disampaikan. Dalam studi tersebut, Habiskerja.com berhasil mendorong pembaca untuk mengikuti kelas *Content Creator* melalui strategi *call to action* (CTA) yang efektif, menunjukkan bahwa pesan yang disusun dengan baik mampu mengonversi perhatian menjadi tindakan konkret (Ramadhan et al., 2024). Penelitian Afiffah et al. (2022) juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip AIDA mampu menghasilkan perubahan nyata dalam kualitas konten yang dibuat oleh anggota KUBE Cakrawala. Perbaikan tersebut terlihat dari pemenuhan unsur-unsur penting seperti penggunaan *headline* yang menarik, tata letak yang rapi, visual produk yang kuat, serta penyampaian informasi yang lebih jelas dan informatif. Selain aspek visual, efektivitas penerapan AIDA juga tercermin pada hasil jangkauan media sosial yang meningkat secara signifikan, misalnya peningkatan angka kunjungan pada

akun Instagram setelah konten promosi pertama kali dipublikasikan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dirancang sesuai prinsip AIDA tidak hanya memperbaiki kualitas pesan, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens dan mendorong keterlibatan pengguna secara langsung (Afiffah et al., 2022).

Kesamaan pola ini juga terlihat pada temuan penelitian terhadap akun @canvaindonesia, di mana konten edukatif yang dibagikan tidak hanya menghasilkan respons kognitif berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga memicu tindakan nyata dari kreator pemula untuk mempraktikkan keterampilan desain yang dipelajari. Sama seperti perubahan pada konten dan jangkauan pemasaran KUBE Cakrawala, respon kreator pemula terhadap konten @canvaindonesia menunjukkan bahwa fase *action* dalam model AIDA berperan sebagai indikator keberhasilan komunikasi informasi. Studi Ramadhan et al. (2024) maupun temuan Afiffah et al. (2022) bersama hasil penelitian ini menegaskan bahwa konten yang disusun berdasarkan model AIDA mampu mengonversi perhatian dan ketertarikan menjadi perilaku konkret, baik dalam bentuk peningkatan kualitas konten promosi maupun praktik langsung keterampilan desain oleh kreator pemula. Fase *action* menjadi bentuk nyata bahwa sistem informasi berbasis media sosial dapat mengubah proses pembelajaran digital menjadi tindakan yang aplikatif dan terukur.

Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula

Hasil deskriptif Variabel Y (Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula) yang diukur menggunakan Model *Theory of Planned Behavior* (TPB) juga menunjukkan kecenderungan skor yang dominan pada kategori positif (Tabel 2).

Tabel 2. Rangkuman Deskriptif Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula

Dimensi (Item)	Item Pertanyaan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P_{pos}	Rata-rata Dimensi
<i>Attitude toward Behavior</i>	Saya menilai konten Instagram @canvaindonesia bermanfaat untuk mendukung pembuatan konten.	49%	38%	87%	80,3%
	Konten yang dibagikan @canvaindonesia sesuai dengan kebutuhan saya sebagai mahasiswa dalam membuat konten.	43%	36%	79%	
	Konten @canvaindonesia membantu meningkatkan kreativitas saya dalam membuat konten.	48%	27%	75%	
<i>Subjective Norm</i>	Teman-teman saya mendukung penggunaan ide dari konten @canvaindonesia dalam pembuatan konten.	40%	23%	63%	66,3%
	Lingkungan perkuliahan saya mendorong saya untuk memanfaatkan konten @canvaindonesia.	40%	36%	76%	
	Saya merasa dorongan dari orang sekitar membuat saya lebih mempertimbangkan konten @canvaindonesia.	31%	29%	60%	
<i>Perceived Behavioral Control</i>	Saya merasa mampu menerapkan tips dari konten @canvaindonesia dalam membuat konten.	46%	30%	76%	80,3%

Dimensi (Item)	Item Pertanyaan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P _{pos}	Rata-rata Dimensi
	Saya merasa mudah menggunakan ide yang diberikan @canvaindonesia.	47%	33%	80%	
	Saya dapat menyesuaikan tips @canvaindonesia dengan keterampilan yang saya miliki.	47%	38%	85%	

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Maylina & Mustikasari (2025), yang menjelaskan bahwa intensitas penerimaan informasi dengan tingkat atensi tinggi dapat membentuk *behavioral belief* atau keyakinan terhadap suatu perilaku. Keyakinan ini kemudian berkontribusi terhadap pembentukan sikap (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kendali perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*), yang pada akhirnya memengaruhi niat seseorang dalam bertindak. Sejalan dengan pandangan tersebut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya nilai pada dimensi *Attitude toward Behavior* (80,3%) dan *Perceived Behavioral Control* (80,3%) menggambarkan bahwa kreator pemula tidak hanya memahami konten edukatif dari @canvaindonesia secara kognitif, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai pembelajaran tersebut ke dalam niat dan keyakinan perilaku. Artinya, semakin besar atensi pengguna terhadap konten edukatif yang disajikan, semakin kuat pula pembentukan sikap positif dan rasa percaya diri dalam mengaplikasikan keterampilan desain secara mandiri—sebuah manifestasi nyata dari pengembangan kemampuan kreator digital di era sistem informasi berbasis media sosial.

Berdasarkan konsistensi skor deskriptif yang sama-sama tinggi pada seluruh dimensi kedua variabel, terdapat indikasi hubungan yang positif dan searah antara Pemanfaatan Sistem Informasi @canvaindonesia (X) dan Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula (Y). Pemanfaatan yang berhasil (Skor *Action* yang tinggi) berfungsi sebagai pemicu (*trigger*) perilaku. Konten yang memicu tindakan praktik nyata akan memberikan *feedback* positif kepada individu, sehingga memperkuat *Attitude toward Behavior* (melalui pengalaman positif) dan meningkatkan *Perceived Behavioral Control* (melalui validasi kemampuan), sesuai dengan kerangka TPB. Ketika kreator pemula secara sukarela mempraktikkan ide dari @canvaindonesia (*Action*), hal ini secara simultan membangun rasa kompetensi dan *self-efficacy*. Peningkatan *self-efficacy* ini adalah inti dari *Perceived Behavioral Control*, yang pada gilirannya merupakan determinan utama dari intensi perilaku dalam TPB (Ajzen, 1991).

Hasil ini konsisten dengan model AIDA dari Kotler dan Keller yang menekankan bahwa tindakan (*Action*) merupakan tahap akhir dari efektivitas komunikasi informasi. Temuan ini juga sejalan dengan Ajzen yang menjelaskan bahwa peningkatan pengalaman positif dan kontrol perilaku yang dirasakan dapat memperkuat niat serta tindakan aktual individu. Namun, tidak semua penelitian menunjukkan pola yang sepenuhnya serupa. Studi dari Savitri & Wirama (2024) pada auditor BPK RI menemukan bahwa salah satu komponen TPB, yaitu norma subjektif, tidak berpengaruh terhadap niat perilaku. Artinya, tekanan sosial atau pendapat orang lain tidak selalu menjadi penentu kuat bagi setiap jenis perilaku. Hasil tersebut menunjukkan bahwa efektivitas setiap komponen TPB dapat berbeda tergantung pada konteks perilaku dan karakteristik kelompok yang diteliti. Ketidaksejajaran ini menggarisbawahi bahwa meskipun teori AIDA dan TPB telah terbukti kuat di banyak penelitian, penerapannya tetap bergantung pada konteks. Penelitian Savitri & Wirama, perilaku disfungsional auditor lebih dipengaruhi oleh sikap dan kontrol perilaku dibanding norma subjektif. Sementara dalam penelitian ini, kreator pemula justru menunjukkan pengaruh positif dari ketiga komponen TPB, karena proses belajar kreatif biasanya dipengaruhi oleh lingkungan belajar, komunitas, dan pengalaman positif saat mencoba membuat konten. Temuan penelitian ini tetap relevan, sekaligus menegaskan bahwa hubungan dalam TPB perlu dilihat secara kontekstual sesuai jenis perilaku dan karakteristik populasi yang dikaji.

Penelitian ini membuktikan bahwa hubungan antara pemanfaatan sistem informasi dan pengembangan kemampuan kreator pemula bersifat positif, sistematis, dan saling memperkuat melalui proses kognitif dan perilaku yang berkelanjutan.

Tingkat Hubungan antara Pemanfaatan Sistem Informasi dan Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula

Analisis korelasi dalam bidang statistik berfungsi mengukur kekuatan hubungan linear antara dua variabel atau lebih. Korelasi Spearman merupakan uji statistik non-parametrik yang dipakai untuk melihat hubungan variabel ordinal pada situasi di mana data tidak terdistribusi secara normal (Nurhalijah, Cahyati, Romadhona, Maulani, 2024). Mengacu pada prinsip tersebut, penelitian ini menerapkan uji korelasi

Spearman Rank untuk menilai kekuatan serta arah hubungan antara pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia (Variabel X) dan pengembangan kemampuan kreator pemula (Variabel Y). Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (ρ) sebesar 0,765 dengan tingkat signifikansi $< 0,001$, yang menandakan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kedua variabel tersebut. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan uji Spearman tepat untuk menggambarkan hubungan bermakna pada data ordinal yang diperoleh dari instrumen berskala Likert dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Spearman Variabel X dan Y

Correlations					
				X	Y
Spearman's rho	X	Pemanfaatan Sistem	Correlation Coefficient	1.000	.765**
		Informasi Media Sosial	Sig. (2-tailed)	.	.000
		Instagram @canvaindonesia	N	100	100
Y	Y	Pengembangan	Correlation Coefficient	.765**	1.000
		Kemampuan Kreator	Sig. (2-tailed)	.000	.
		Pemula	N	100	100

Nilai korelasi Spearman (ρ) sebesar 0,765 menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat serta berhubungan secara positif antara variabel Pemanfaatan Sistem Informasi Media Sosial Instagram @canvaindonesia (X) dan Pengembangan Kemampuan Kreator Pemula (Y). Nilai positif tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan pada variabel X diikuti oleh peningkatan pada variabel Y, atau dengan kata lain, semakin optimal pemanfaatan sistem informasi berbasis media sosial, semakin tinggi pula pengembangan kemampuan kreator dalam membuat konten digital.

Hasil korelasi peringkat (Spearman's rho) merepresentasikan tingkat kekuatan dan arah hubungan dua variabel, dengan nilai korelasi berada pada rentang -1 sampai $+1$. Koefisien positif (+) berarti kedua variabel memiliki hubungan searah, sementara koefisien negatif ($-$) menunjukkan adanya hubungan yang berlawanan. Berdasarkan pedoman Guilford Empirical Rules (Nurkhodijah & Abadi, 2025), interpretasi besaran koefisien korelasi diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4. Kategori Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
$0,00 < r < 0,20$	Hubungan sangat lemah (diabaikan, dianggap tidak ada)
$0,20 < r < 0,40$	Hubungan rendah
$0,40 < r < 0,70$	Hubungan sedang/cukup
$0,70 < r < 0,90$	Hubungan kuat/tinggi
$0,90 < r < 1,00$	Hubungan sangat kuat/tinggi

Nilai signifikansi $p < 0,001$ ($< 0,01$) menegaskan bahwa hubungan itu bersifat signifikan secara statistik, sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan yang jelas antara pemanfaatan sistem informasi media sosial dan perkembangan kemampuan kreator pemula.

Temuan ini memperkuat hasil analisis deskriptif sebelumnya, di mana tingginya skor pada dimensi *Action* (68,0%) dari model AIDA berkorelasi dengan peningkatan *Attitude toward Behavior* (80,3%) dan *Perceived Behavioral Control* (80,3%) pada model TPB. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering kreator pemula memanfaatkan informasi dan tutorial dari @canvaindonesia, semakin besar pula keyakinan dan kemampuan mereka dalam menerapkan keterampilan desain digital secara mandiri.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Ajzen yang menegaskan bahwa *perceived behavioral control* berperan penting dalam membentuk intensi dan perilaku aktual individu. Dalam konteks sistem informasi, hubungan ini menggambarkan bahwa interaksi aktif pengguna terhadap konten edukatif digital tidak hanya memperluas pengetahuan (*knowledge acquisition*), tetapi juga meningkatkan *self-efficacy* dan kompetensi kreatif. Selain itu, hasil ini juga mendukung teori AIDA (Kotler & Keller dalam Kurniawati et al., 2022), di mana tahap *Action* mencerminkan konversi informasi menjadi tindakan nyata sebuah indikator keberhasilan sistem informasi dalam mendorong perilaku pembelajaran.

KESIMPULAN

Pemanfaatan sistem informasi media sosial Instagram @canvaindonesia menunjukkan kecenderungan positif dalam mendukung pengembangan kemampuan kreator pemula. Analisis deskriptif memperlihatkan bahwa seluruh dimensi model AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) berada pada kategori tinggi, yang mencerminkan efektivitas konten edukatif dalam menarik perhatian, menumbuhkan minat, memotivasi keinginan belajar, serta mendorong tindakan nyata pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa @canvaindonesia berperan tidak hanya sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sistem informasi interaktif yang mampu memfasilitasi pembelajaran non-formal dan membangun perilaku kreatif melalui praktik langsung. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara pemanfaatan sistem informasi media sosial dan pengembangan kemampuan kreator pemula, dengan nilai korelasi Spearman sebesar $\rho = 0,765$ dan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin intens pengguna memanfaatkan konten edukatif dari @canvaindonesia, semakin tinggi pula peningkatan kompetensi kreatif dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Hasil tersebut sejalan dengan teori AIDA dan TPB, di mana konversi informasi menjadi tindakan nyata merupakan indikator keberhasilan sistem informasi dalam mendorong perubahan perilaku dan peningkatan *self-efficacy* individu.

Rekomendasi

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian pada berbagai platform media sosial dengan karakteristik pengguna yang berbeda untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas sistem informasi digital. Selain itu, studi longitudinal disarankan untuk menilai pengaruh jangka panjang pemanfaatan media sosial edukatif terhadap perkembangan kemampuan kreator, serta menelusuri faktor-faktor eksternal seperti motivasi intrinsik dan dukungan komunitas dalam memperkuat hasil pembelajaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., Kusumah, T. M., & Fauzi, A. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 623–630. <https://doi.org/10.54082/jamsi.286>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Ariantini, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Educacao e Sociedade*. [https://repository.umb.ac.id/59/1/BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF ANOVA.pdf](https://repository.umb.ac.id/59/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUANTITATIF%20ANOVA.pdf)
- Awalina, S. P., & Santoso, H. (2024). *Analisis Strategi Kreatif Content Creator dalam Meningkatkan Engagement Konten Wisata Kuliner di Instagram @Kelilingbogor.id*.
- Cahyadi, I. A., & Sirait, T. (2025). Pengaruh Model AIDA Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Panda Ramen. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 5(7), 2138–2153. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v5i7.32353>
- Farman, I., Hidayat, M., & Marela, L. A. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Canva dalam Peningkatan Kemampuan Desain Grafis Mahasiswa. *TEKNOS: Jurnal Pendidikan Dan Teknologi*, 1(1), 22–30. <http://jurnal-fkip-uim.ac.id/index.php/teknos/article/download/207/130>
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Alifi, M. I., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8 (9)(June), 347–353.
- Maylina, S. I., & Mustikasari, R. P. (2025). *KETERKAITAN ANTARA PAPARAN EDUKASI SEKSUAL PADA INSTAGRAM @TABU.ID DENGAN NIAT PERUBAHAN PERILAKU SEKSUAL PENGIKUTNYA*. August.
- Mundzir, M. (2024). *Efektivitas Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Interaktif di Kalangan Mahasiswa*.
- Nasution, J. S., Harahap, A. L., Hasibuan, F. I., Gajah, Z. H., Negeri, I., & Utara, S. (2025). *Manfaat Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Kreativitas Mahasiswa di Era Digital*. 3(1), 43–49.
- Nurhalijah, Cahyati, Romadhona, Maulani, R. (2024). Analisis Korelasi Spearman Untuk Mengetahui Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Dan Tingkat Produktivitas Akademis Mahasiswa Agribisnis. *Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Nurkhodijah, S., & Abadi, A. P. (2025). Hubungan Resiliensi Matematis dengan Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Kelas VIII. *JagoMIPA: Jurnal Pendidikan Matematika Dan IPA*, 5(3), 977–984. <https://doi.org/10.53299/jagomipa.v5i3.1873>
- Ramadhan, K. M., Dadang S. Anshori, & Ahmad Fuadin. (2024). Bahasa Iklan Dengan Teknik Copywriting

- AIDA di habiskerja.com. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(1), 618–630.
<https://doi.org/10.30605/onoma.v10i1.3334>
- Rochani, F. R., & Sarungu, L. M. (2025). Analisis Isi Konten Edukasi Instagram@ Cfds_Ugm Dalam Membantu Literasi Digital Followers. *Solidaritas*, X(X), 1–14.
<https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/12286%0Ahttps://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/download/12286/6274>
- Saat, S., & Mania, S. (2020). Pengantar Metodologi Penelitian Panduan Bagi Peneliti Pemula. In *Pusaka Almada*.
- Savitri, N. M. K. D., & Wirama, D. G. (2024). Komponen Theory of Planned Behavior pada Perilaku Disfungsional Auditor BPK RI Perwakilan Bali. *E-Jurnal Akuntansi*, 34(8), 2014.
<https://doi.org/10.24843/eja.2024.v34.i08.p09>
- Septiawati, A., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Pemanfaatan Aplikasi Canva Dalam Pengembangan Kreativitas Mahasiswa. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 2199–2206.
- We Are One. (2025). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>