

Kemasan Produk Kreatif di Era Digital: Pelatihan Canva Bagi Pelajar SMA

Creative Product Packaging in the Digital Age: Canva Training for High School Students

Jusbaeni^{1*}, Umara Hasmarani Rizqiyah², Nahridzah Mahjubuh Shiber³,
Husnirrahman J⁴, Syahrul⁵

¹⁻⁵Universitas Negeri Makassar, Indonesia

*Korespondensi penulis: jusbaeni@unm.ac.id¹

Article History:

Naskah Masuk: 17 September 2025;

Revisi: 18 Oktober 2025;

Diterima: 15 November 2025;

Terbit: 22 November 2025;

Keywords: Digital Design; Creative Economy; Product Packaging; Student Creativity; Digital Literacy

Abstract. The development of digital technology has had a significant impact on education and the creative economy. The ability to process visual designs has become an important skill for the younger generation to face the challenges of the digital age. This community service activity aims to improve students' digital design skills and creativity through Canva training as a practical learning medium. The training was conducted at SMAN 22 Gowa, involving six students from grades X and XI. The implementation method used an interactive workshop approach and hands-on practice (learning by doing) that emphasised project-based learning experiences. The results of the activity showed an increase in students' ability to understand the basic principles of packaging design, apply visual elements appropriately, and produce creative and communicative design works. This activity also fostered self-confidence, collaborative spirit, and awareness of the importance of digital literacy. Thus, this training successfully contributed positively to the development of creative skills and the readiness of students to face the world of entrepreneurship and technology-based creative industries (Bell, 2010; Guo et al., 2020; Supriyadi, 2023; Wicaksono & Indriani, 2022).

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak signifikan terhadap dunia pendidikan dan ekonomi kreatif. Kemampuan mengolah desain visual menjadi keterampilan penting bagi generasi muda untuk menghadapi tantangan era digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan desain digital dan kreativitas pelajar melalui pelatihan Canva sebagai media pembelajaran praktis. Pelatihan dilaksanakan di SMAN 22 Gowa dengan melibatkan 6 pelajar dari kelas X dan XI. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan workshop interaktif dan praktik langsung (learning by doing) yang menekankan pengalaman belajar berbasis proyek. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan pelajar dalam memahami prinsip dasar desain kemasan, mengaplikasikan elemen visual secara tepat, dan menghasilkan karya desain yang kreatif serta komunikatif. Kegiatan ini juga menumbuhkan kepercayaan diri, semangat kolaboratif, serta kesadaran akan pentingnya literasi digital. Dengan demikian, pelatihan ini berhasil memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan kreatif dan kesiapan pelajar dalam menghadapi dunia kewirausahaan dan industri kreatif berbasis teknologi (Bell, 2010; Guo et al., 2020; Supriyadi, 2023; Wicaksono & Indriani, 2022).

Kata kunci: Desain Digital; Ekonomi Kreatif; Kemasan Produk; Kreativitas Pelajar; Literasi Digital

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan perubahan besar terhadap pola komunikasi, promosi, dan penciptaan produk kreatif di berbagai sektor kehidupan. Di era ini, kemampuan mengolah desain visual tidak hanya menjadi kebutuhan pelaku industri, tetapi juga menjadi bagian penting dalam membangun identitas produk dan daya saing ekonomi kreatif.

Literasi digital yang baik memungkinkan individu untuk berinovasi dalam mengemas produk lokal secara menarik dan bernilai jual tinggi (Gilster, 1997; Wheeler, 2017; Supriyadi, 2023).

Pelajar tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) merupakan generasi muda yang berada pada fase potensial untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif dan keterampilan digital. Namun, sebagian besar pelajar di wilayah Kabupaten Gowa belum memiliki kesempatan dan pengetahuan yang cukup untuk mendesain kemasan produk secara mandiri (Yuliani & Ningsih, 2023). Kondisi ini menyebabkan banyak ide kreatif yang tidak tersampaikan secara optimal karena keterbatasan kemampuan visualisasi dan teknologi.

Kabupaten Gowa memiliki potensi ekonomi kreatif yang cukup besar. Berdasarkan data BPS dan laporan LPPD Kabupaten Gowa Tahun 2024, sektor ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan daerah. Fakta ini menggambarkan bahwa ekosistem ekonomi lokal tengah tumbuh dan memerlukan dukungan sumber daya manusia yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Lim & Wang, 2016).

Dalam konteks ini, pelatihan desain kemasan produk kreatif menggunakan Canva bagi pelajar SMAN 22 Gowa menjadi langkah strategis dalam memperkenalkan keterampilan desain digital yang aplikatif. Canva, sebagai platform desain berbasis daring, memungkinkan pelajar berkreasi tanpa memerlukan kemampuan teknis yang kompleks (Mayer, 2014). Melalui pelatihan ini, peserta belajar membuat desain kemasan, memahami prinsip komunikasi visual, estetika, dan strategi branding yang mendukung pemasaran produk di era digital (Klimchuk & Krasovec, 2013; Wheeler, 2017).

Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital, kreativitas visual, dan semangat kewirausahaan di kalangan pelajar. Lebih jauh lagi, program ini menjadi bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung kebijakan nasional dari “Merdeka Belajar” ke “Kampus Berdampak” serta mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif lokal berbasis pendidikan dan teknologi.

2. METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan edukatif-partisipatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam praktik langsung penggunaan Canva untuk menghasilkan karya desain kemasan produk kreatif. Metode ini dipilih untuk mendorong pembelajaran kontekstual dan aplikatif sesuai dengan karakteristik peserta yang berasal dari lingkungan pendidikan menengah atas.

Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan di SMAN 22 Gowa, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut memiliki potensi besar dalam pengembangan kreativitas pelajar, terutama pada kegiatan ekstrakurikuler kewirausahaan dan desain grafis. Sasaran kegiatan adalah pelajar kelas X dan XI, dengan jumlah peserta sebanyak 6 orang, yang memiliki minat pada bidang kreativitas, desain, dan kewirausahaan.



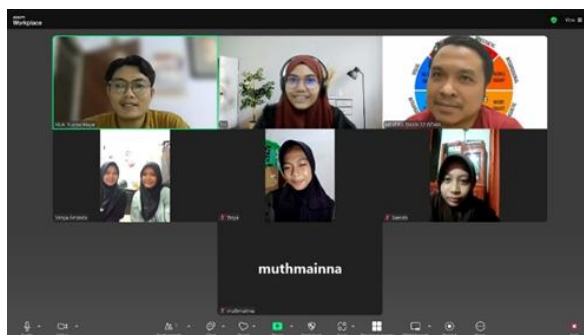
Gambar 1. SMAN 22 Gowa, Jl. Pelita Tamannyeleng, Tamanyeleng, Kec. Barombong, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

Tahapan Kegiatan

dengan sasaran pelajar kelas X dan XI berjumlah 6 orang yang memiliki minat pada bidang kreativitas dan kewirausahaan. Pelaksanaan terdiri dari tiga tahap: (1) persiapan dan koordinasi, (2) workshop interaktif, dan (3) pendampingan dan evaluasi karya. Setiap tahap difokuskan pada penerapan prinsip *learning by doing* (Mayer, 2014; Yuliani & Ningsih, 2023).

Tahap Persiapan

Tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak sekolah untuk menentukan waktu pelaksanaan, menyiapkan sarana pelatihan (laptop, LCD, jaringan internet), serta menyiapkan modul pelatihan berbasis praktik. Materi dirancang sederhana dan interaktif agar mudah dipahami oleh pelajar dengan tingkat kemampuan digital yang beragam.



Gambar 2. Koordinasi dengan siswa dan pihak sekolah via *zoom meeting*.

Tahap Pelaksanaan Workshop

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif selama satu hari. Peserta diperkenalkan dengan dasar-dasar desain grafis dan prinsip komunikasi visual, dilanjutkan dengan praktik langsung menggunakan platform Canva. Dalam sesi ini, pelajar diajak membuat desain kemasan produk sederhana, seperti label botol minuman, kemasan makanan ringan, atau produk lokal khas Gowa. Setiap peserta menghasilkan minimal satu desain akhir yang dipresentasikan di akhir kegiatan.

Tahap Pendampingan dan Evaluasi Karya

Setelah pelatihan, peserta didampingi dalam menyempurnakan desainnya berdasarkan aspek estetika, keterbacaan, dan kesesuaian konsep produk. Penilaian dilakukan berdasarkan kreativitas, kerapian, serta kemampuan mengintegrasikan identitas produk dengan desain visual yang dibuat. Evaluasi bersifat kualitatif, dengan pendekatan apresiatif untuk menumbuhkan kepercayaan diri dan minat berkelanjutan terhadap dunia desain.

Pendekatan dan Strategi Pelaksanaan

Metode yang digunakan adalah kombinasi antara ceramah interaktif, demonstrasi langsung, dan praktik desain digital. Pendekatan *learning by doing* diterapkan agar peserta memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan konsep desain kemasan produk. Dalam sesi praktik, peserta diajak mengeksplorasi berbagai fitur Canva seperti penggunaan template, warna, tipografi, ikon, dan elemen visual lainnya.

Luaran dan Indikator Keberhasilan

Luaran dari kegiatan ini meliputi:

- a. Peningkatan pemahaman pelajar terhadap prinsip dasar desain kemasan produk.
- b. Terbentuknya keterampilan dasar dalam menggunakan Canva sebagai media desain digital.
- c. Hasil karya berupa desain kemasan produk kreatif digital yang dibuat oleh peserta.

Keberhasilan kegiatan diukur melalui keterlibatan aktif peserta, kualitas hasil karya desain, serta respon positif dari pihak sekolah terhadap keberlanjutan program pelatihan desain kreatif di lingkungan SMAN 22 Gowa.

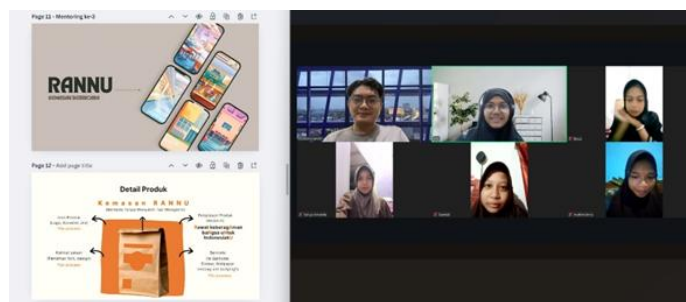
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan berjudul “Kemasan Produk Kreatif di Era Digital: Pelatihan Canva bagi Pelajar SMA” dilaksanakan di SMAN 22 Gowa, Kabupaten Gowa, dengan melibatkan 6 pelajar dari kelas X dan XI. Kegiatan ini berlangsung selama satu hari dalam bentuk workshop interaktif

dan praktik langsung menggunakan aplikasi Canva. Pelatihan berjalan lancar dengan antusiasme tinggi dari peserta dan dukungan penuh dari pihak sekolah.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dimulai dengan sesi pengenalan konsep dasar desain kemasan dan peran pentingnya dalam meningkatkan daya tarik produk. Tim pelaksana memberikan materi mengenai unsur-unsur visual, seperti komposisi, warna, tipografi, serta bagaimana kesesuaian elemen-elemen tersebut memengaruhi persepsi terhadap produk. Peserta kemudian diperkenalkan dengan platform Canva, mulai dari fitur template, pengaturan warna, penggabungan teks dan gambar, hingga prinsip dasar layout yang efektif.



Gambar 3. Sesi pengenalan konsep dasar desain kemasan via *zoom meeting*.

Pada sesi praktik, peserta diminta membuat desain kemasan produk sederhana berdasarkan ide produk lokal di sekitar Gowa, seperti makanan ringan tradisional, minuman herbal, atau produk hasil kegiatan kewirausahaan sekolah. Sesi ini mendorong peserta untuk menuangkan kreativitas dan memahami bagaimana kemasan dapat mencerminkan identitas produk. Setelah tahap pembuatan, hasil karya dipresentasikan dan mendapat umpan balik dari tim pelaksana dan rekan peserta lainnya.



Gambar 4. Proses ideasi; *Brain storming*.

Hasil dan Capaian Kegiatan

Beberapa hasil utama yang diperoleh dari kegiatan ini antara lain:

- a. Peningkatan Literasi Digital dan Keterampilan Desain, Seluruh peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dalam penggunaan platform Canva. Sebanyak 85% peserta

mampu menyelesaikan desain kemasan dengan tampilan visual yang menarik dan sesuai konsep.



Gambar 5. Proses desain; *prototyping*.

- b. Peningkatan Kreativitas dan Rasa Percaya Diri, Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki pengalaman menggunakan aplikasi desain digital. Setelah mengikuti pelatihan, mereka mampu menampilkan hasil karya orisinal dan kreatif, serta lebih percaya diri dalam menunjukkan hasilnya di depan teman-teman dan guru.



Gambar 6. Proses desain; *prototyping*.

- c. Produk Luaran Pelajar, tercipta 6 desain kemasan produk digital yang menggambarkan beragam gaya, mulai dari desain modern minimalis hingga ekspresif dan berwarna. Beberapa peserta menampilkan konsep kemasan yang sesuai dengan karakter produk lokal, seperti label makanan khas daerah dan desain promosi wirausaha siswa.



Gambar 7. Hasil pola desain kemasan.



Gambar 8. Hasil cetak desain kemasan.

- d. Dampak terhadap Sekolah dan Pembelajaran, Pihak sekolah menyambut baik kegiatan ini karena memberikan pengalaman nyata bagi pelajar untuk berkreasi menggunakan teknologi digital. Kegiatan ini juga memperkuat penerapan *project-based learning* di lingkungan sekolah dan membuka peluang pengembangan kegiatan kewirausahaan siswa di masa depan.

Analisis dan Pembahasan

Hasil pelatihan memperlihatkan peningkatan signifikan dalam kreativitas, rasa percaya diri, serta kemampuan komunikasi visual. Melalui pendekatan *learning by doing*, peserta lebih aktif dan inovatif dalam menciptakan desain yang relevan dengan produk lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Mayer (2014) bahwa pembelajaran multimedia mendukung proses kognitif dalam desain visual. Pelatihan di SMAN 22 Gowa berlangsung interaktif dengan antusiasme tinggi. Peserta menunjukkan peningkatan literasi digital dan kemampuan desain (Wicaksono & Indriani, 2022; Yuliani & Ningsih, 2023). Sebagian besar peserta menyelesaikan desain kemasan dengan tampilan visual yang menarik dan sesuai konsep.

Pendekatan belajar melalui praktik langsung (*learning by doing*) terbukti membuat siswa lebih terlibat dan antusias selama pelatihan. Mereka tidak hanya memahami teori desain, tetapi juga memperoleh pengalaman konkret dalam mengemas ide menjadi bentuk visual yang komunikatif. Selain itu, kegiatan ini memperkuat nilai kolaboratif dan apresiatif antar siswa, karena setiap karya dipresentasikan dan dievaluasi bersama secara terbuka.



Gambar 8. Hasil cetak desain kemasan.

Program ini juga berkontribusi terhadap penerapan project-based learning di sekolah, yang terbukti meningkatkan keterlibatan siswa dan kualitas hasil belajar (Bell, 2010; Boss & Larmer, 2018; Guo et al., 2020). Pelajar menunjukkan semangat berkolaborasi dan berinovasi, sejalan dengan tren pendidikan digital modern (Supriyadi, 2023; Lim & Wang, 2016). Beberapa peserta menunjukkan minat untuk mengembangkan keterampilan desain sebagai bagian dari aktivitas ekstrakurikuler atau usaha kecil mandiri. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mendorong munculnya semangat kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan digital di kalangan pelajar, sekaligus memperkuat kesiapan mereka menghadapi tantangan dunia kerja dan industri kreatif di masa depan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelatihan Canva bagi pelajar SMAN 22 Gowa berhasil meningkatkan keterampilan desain digital, kreativitas, dan literasi visual siswa. Peserta mampu memahami prinsip desain kemasan, menerapkan elemen visual dengan baik, dan menunjukkan kepercayaan diri dalam menampilkan karya mereka. Program ini juga memperkuat penerapan project-based learning dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif lokal berbasis pendidikan dan teknologi (Lim & Wang, 2016; Wheeler, 2017).

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pelajar dalam menggunakan Canva untuk membuat desain kemasan yang menarik dan komunikatif. Peserta mampu memahami prinsip dasar desain, menerapkan elemen visual dengan baik, serta menunjukkan keberanian dalam menampilkan hasil karya mereka. Selain memberikan keterampilan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan sikap kreatif, kolaboratif, dan percaya diri di kalangan pelajar.

Dari sisi kelembagaan, kegiatan ini berkontribusi positif terhadap pengembangan pembelajaran berbasis proyek di lingkungan sekolah serta mendukung arah kebijakan pendidikan kreatif dan digital yang sejalan dengan semangat Merdeka Belajar. Program ini juga membuka peluang bagi sekolah untuk menjadikan desain digital sebagai bagian dari kegiatan kewirausahaan siswa yang produktif dan bernilai ekonomi.

Saran

Bagi Pelajar: Disarankan agar pelajar terus mengasah keterampilan desain digital melalui eksplorasi platform seperti Canva dan media kreatif lainnya. Kreativitas yang dikembangkan sejak dini dapat menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja dan peluang usaha di masa depan.

Bagi Sekolah: Kegiatan pelatihan serupa dapat dijadikan bagian dari program ekstrakurikuler atau kegiatan kewirausahaan siswa. Sekolah juga diharapkan dapat menyediakan ruang kreatif dan dukungan fasilitas digital yang mendorong pelajar untuk berinovasi secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Bell, S. (2010). Project-based learning for the 21st century: Skills for the future. *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues, and Ideas*, 83(2), 39–43.
<https://doi.org/10.1080/00098650903505415>
- Boss, S., & Larmer, J. (2018). *Project based teaching: How to create rigorous and engaging learning experiences*. ASCD.
- Erfiana, N. (2025). Development of digital teaching materials through Canva and Book Creator for elementary education. *Journal of Innovative Education & Research (JIEED)*.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. John Wiley & Sons.
- Guo, P., Saab, N., Post, L. S., & Admiraal, W. (2020). A review of project-based learning in higher education: Student outcomes and measures. *International Journal of Educational Research*, 102, Article 101586.
<https://doi.org/10.1016/j.ijer.2020.101586>
- Habibah, J. F. (2025). Pre-service teachers' perceptions of Canva as a collaborative learning media. *International Conference on Religion, Science and Education (2025)*.
- IJSSRR. (2022). Canva for education as a learning tool for Center of Excellence Vocational School (SMK Pusat Keunggulan). *IJSSRR Journal*.
<https://ijssrr.com/journal/article/view/228>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Lim, C. P., & Wang, T. (2016). *Blended learning for quality higher education: Selected case studies on implementation from Asia-Pacific*. UNESCO Publishing.
- Mayer, R. E. (2014). *The Cambridge handbook of multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139547369>
- Muhajir, M. (2024). Utilization of Canva for education to improve learning effectiveness of vocational students. *Raden Journal*.
- Supriyadi, B. (2023). Digital creativity in education: Integrating Canva for innovative learning. *Journal of Educational Technology and Innovation*, 9(1), 45–54.
<https://doi.org/10.21009/jeti.9.1.45>
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). John Wiley & Sons.
- Wicaksono, R., & Indriani, D. (2022). The role of Canva in promoting visual literacy among high school students. *Jurnal Teknologi Pendidikan Indonesia*, 10(3), 211–219.
- Yuliani, T., & Ningsih, A. (2023). Empowering students' creative thinking through digital design platforms. *International Journal of Education and Creativity*, 6(2), 88–96.