



Optimalisasi Canva sebagai Sarana Monetisasi Desain Digital bagi Pelajar SMK Al Ikhwaniyah

Rian Mohamad Said¹, Abdul Choliq², Noprianto^{3*}

¹Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Indonesia

²Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Indonesia

³Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Indonesia

*dosen03170@unpam.ac.id, dosen03161@unpam.ac.id, dosen02984@unpam.ac.id

Alamat: Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Korespondensi penulis: dosen03170@unpam.ac.id

Abstract. *This community service article discusses the optimization of Canva as a medium for monetizing digital design skills among students at SMK Al Ikhwaniyah. The program was motivated by the fact that students are familiar with digital technology, yet its use is often consumptive and has not been fully directed toward productive creative-economic activities. The method included initial observation, coordination with the school, interactive lectures, Canva demonstrations, direct design practice, project-based mentoring, discussion, monetization simulation, evaluation, and follow-up monitoring. The activity showed that students were able to understand the potential of digital design, use basic Canva features, create simple design products, receive feedback, and recognize opportunities to offer design services through portfolios and social media. The program implies that Canva-based training can support digital literacy, creativity, work readiness, and entrepreneurial motivation among vocational students.*

Keywords: *Canva; creative economy; digital design; monetization; vocational students.*

Abstrak. Artikel pengabdian kepada masyarakat ini membahas optimalisasi Canva sebagai sarana monetisasi desain digital bagi pelajar SMK Al Ikhwaniyah. Kegiatan dilatarbelakangi oleh kondisi pelajar yang telah akrab dengan teknologi digital, tetapi pemanfaatannya masih cenderung konsumtif dan belum diarahkan secara maksimal pada kegiatan produktif bernilai ekonomi kreatif. Metode kegiatan meliputi observasi awal, koordinasi dengan pihak sekolah, ceramah interaktif, demonstrasi Canva, praktik pembuatan desain, pendampingan berbasis proyek, diskusi, simulasi monetisasi, evaluasi, dan monitoring lanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami potensi desain digital, menggunakan fitur dasar Canva, menghasilkan desain sederhana, menerima umpan balik, serta mengenali peluang menawarkan jasa desain melalui portofolio dan media sosial. Kegiatan ini berimplikasi pada penguatan literasi digital, kreativitas, kesiapan kerja, dan motivasi kewirausahaan pelajar SMK.

Kata kunci: Canva; desain digital; ekonomi kreatif; monetisasi; pelajar SMK.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat belajar, berkomunikasi, memasarkan produk, dan menciptakan peluang ekonomi. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah meningkatnya kebutuhan konten visual digital untuk promosi, publikasi, media sosial, pendidikan, dan komunikasi publik. Dalam situasi tersebut, kemampuan desain digital menjadi keterampilan yang semakin penting, terutama bagi pelajar sekolah menengah kejuruan yang dipersiapkan untuk memiliki kompetensi praktis, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

SMK Al Ikhwaniyah memiliki potensi besar dalam mencetak peserta didik yang kreatif, inovatif, dan produktif. Pelajar pada dasarnya telah terbiasa menggunakan gawai, internet, dan media sosial, tetapi pemanfaatannya masih sering terbatas untuk hiburan, komunikasi, atau tugas sekolah. Padahal, keterampilan digital dapat diarahkan menjadi aktivitas yang lebih produktif dan bernilai ekonomi. Salah satu media yang mudah digunakan untuk tujuan tersebut adalah Canva, yaitu platform desain digital yang menyediakan template, elemen visual, dan fitur pengeditan yang ramah bagi pemula.

Permasalahan yang menjadi dasar kegiatan ini adalah belum optimalnya pemanfaatan Canva sebagai sarana produktif dan monetisasi desain digital. Pelajar masih membutuhkan pemahaman tentang peluang usaha desain, dasar komunikasi visual, penyusunan portofolio, strategi promosi digital, dan etika penggunaan konten. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan agar pelajar mampu menggunakan Canva tidak hanya sebagai alat desain, tetapi juga sebagai media pengembangan kreativitas dan kewirausahaan digital.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi antara pelatihan teknis Canva, pembelajaran berbasis praktik, pendampingan hasil desain, simulasi monetisasi, serta monitoring setelah kegiatan. Dengan pendekatan tersebut, peserta tidak hanya belajar membuat desain, tetapi juga memahami bagaimana hasil karya dapat dikembangkan menjadi portofolio dan peluang jasa desain sederhana. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi kewirausahaan digital pelajar SMK Al Ikhwaniyah melalui optimalisasi platform Canva.

2. KAJIAN TEORITIS

Ekonomi kreatif merupakan pendekatan ekonomi yang bertumpu pada ide, kreativitas, inovasi, keterampilan, dan pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan produk atau jasa bernilai ekonomi. Dalam konteks pendidikan vokasi, ekonomi kreatif memberi ruang bagi pelajar untuk mengembangkan keterampilan yang dapat digunakan dalam dunia kerja maupun usaha mandiri. Desain digital menjadi salah satu bentuk kompetensi kreatif yang relevan karena berhubungan dengan promosi, branding, komunikasi visual, dan pemasaran digital (Badan Pusat Statistik, 2024; Badan Pusat Statistik, 2025).

Pelajar SMK merupakan kelompok strategis dalam pengembangan ekonomi kreatif karena pendidikan kejuruan menekankan keterampilan praktis dan kesiapan kerja. Pembelajaran yang menghasilkan produk nyata dapat membantu siswa melihat keterampilan sebagai aset ekonomi. Basri, Faiza, Nasir, dan Nasrun (2019) menjelaskan bahwa pembelajaran berbasis produk mampu meningkatkan minat berwirausaha siswa SMK. Hal ini sejalan dengan tujuan kegiatan PKM yang menempatkan hasil desain digital sebagai produk awal yang dapat dikembangkan menjadi portofolio dan layanan jasa sederhana.

Literasi digital juga menjadi landasan penting dalam kegiatan ini. Literasi digital tidak hanya berarti kemampuan menggunakan perangkat, tetapi juga kemampuan mengolah informasi, membuat konten, berkomunikasi, berkolaborasi, dan menggunakan teknologi secara etis. OECD (2024) menegaskan bahwa keterampilan digital dibutuhkan untuk hidup dan bekerja dalam ekonomi digital. Dalam konteks kegiatan ini, penggunaan Canva menjadi bentuk literasi digital terapan karena peserta belajar membuat konten visual yang memiliki fungsi komunikasi dan potensi ekonomi.

Canva dipilih sebagai media desain karena memiliki karakter inklusif, mudah digunakan, dan sesuai bagi pemula. Platform ini menyediakan berbagai template, elemen visual, dan sistem drag-and-drop yang memudahkan peserta menghasilkan desain tanpa harus menguasai perangkat lunak desain profesional. Wulandari dan Mudinillah (2022) menunjukkan bahwa Canva efektif digunakan sebagai media pembelajaran karena membantu penyajian materi secara menarik. Tanjung dan Faiza (2019) juga menunjukkan bahwa Canva layak digunakan dalam konteks pembelajaran vokasi.

Kewirausahaan digital menjadi bagian penting dari kegiatan karena pelajar diarahkan untuk memahami bahwa karya desain memiliki nilai guna dan nilai ekonomi. Wibowo et al. (2023) menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan digital dan pengetahuan kewirausahaan digital dapat mendorong intensi berwirausaha. Monetisasi desain digital dalam kegiatan ini diperkenalkan secara sederhana, misalnya melalui jasa pembuatan poster, konten media sosial, flyer, undangan digital, sertifikat, dan materi promosi UMKM. Namun, proses monetisasi tetap harus memperhatikan etika digital dan hak cipta, termasuk ketentuan penggunaan aset dan lisensi pada platform Canva (Canva, n.d.).

3. METODE PENELITIAN

Artikel ini disusun berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini dipilih karena fokus kegiatan adalah menggambarkan proses pelaksanaan pelatihan, keterlibatan peserta, hasil praktik desain, serta dampak awal terhadap pemahaman dan motivasi kewirausahaan digital peserta. Data dalam artikel diperoleh dari observasi pelaksanaan kegiatan, dokumentasi kegiatan, hasil praktik peserta, diskusi, tanya jawab, dan catatan evaluasi tim pelaksana.

Kegiatan dilaksanakan di SMK Al Ikhwaniyah, Jl. Panti Asuhan No.73, RT.003/RW.013, Jurang Manggu Timur, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. Waktu pelaksanaan kegiatan adalah pukul 09.00 sampai dengan 12.00 WIB. Peserta kegiatan adalah pelajar SMK Al Ikhwaniyah yang memiliki ketertarikan terhadap desain digital, media sosial, teknologi, dan kewirausahaan.

Tahapan kegiatan meliputi observasi awal dan identifikasi kebutuhan, koordinasi dengan pihak sekolah, penyampaian materi melalui ceramah interaktif, demonstrasi penggunaan Canva, praktik langsung pembuatan desain, pendampingan dan pemberian umpan balik, diskusi serta tanya jawab, simulasi monetisasi jasa desain, evaluasi kegiatan, proses penutupan, dan monitoring setelah kegiatan. Materi yang diberikan mencakup pengenalan ekonomi kreatif, peluang desain digital, dasar desain visual, fitur dasar Canva, strategi portofolio, promosi media sosial, monetisasi desain, serta etika penggunaan konten digital.

Tabel 1. Ringkasan Tahapan Kegiatan dan Hasil Pelaksanaan

Tahapan Kegiatan	Bentuk Pelaksanaan	Hasil yang Dicapai
Penyampaian materi	Ceramah interaktif mengenai ekonomi kreatif, desain digital, Canva, dan peluang monetisasi.	Peserta memahami bahwa desain digital dapat menjadi keterampilan produktif dan bernilai ekonomi.
Praktik penggunaan Canva	Demonstrasi fitur dasar, pemilihan template, pengaturan teks, warna, elemen, dan ekspor desain.	Peserta mampu membuat desain sederhana seperti poster, flyer, dan konten media sosial.
Pendampingan dan umpan balik	Tim pelaksana memberi arahan terhadap komposisi, keterbacaan teks, warna, tata letak, dan revisi desain.	Kualitas desain peserta meningkat dan peserta lebih percaya diri memperbaiki karya.
Simulasi monetisasi	Peserta dikenalkan pada portofolio, paket jasa desain, harga dasar, promosi media	Peserta memahami langkah awal menawarkan jasa desain secara sederhana.

	sosial, dan komunikasi pelanggan.	
Tanya jawab dan penutupan	Diskusi, evaluasi ringan, pemberian hadiah, penyerahan plakat, dan dokumentasi kegiatan.	Kegiatan berjalan partisipatif serta memperkuat kerja sama antara tim PKM dan sekolah.
Monitoring	Koordinasi lanjutan dengan sekolah serta arahan pembuatan karya dan portofolio setelah kegiatan.	Program berpotensi berkelanjutan melalui proyek desain siswa dan dukungan sekolah.

Sumber: Hasil pelaksanaan kegiatan PKM (2026).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta serta pihak sekolah. Kegiatan diawali dengan pembukaan, pengenalan tujuan program, dan penyampaian materi mengenai pentingnya keterampilan desain digital di era ekonomi kreatif. Peserta menunjukkan perhatian yang baik karena materi yang diberikan dekat dengan aktivitas mereka sehari-hari, terutama penggunaan media sosial dan kebutuhan konten visual untuk kegiatan sekolah maupun promosi sederhana.

Pada sesi penyampaian materi, peserta diperkenalkan pada konsep ekonomi kreatif, peluang usaha berbasis desain digital, dan peran Canva sebagai platform yang mudah digunakan untuk membuat berbagai produk visual. Materi juga membahas dasar desain visual, seperti pemilihan warna, tipografi, tata letak, kontras, keseimbangan elemen, dan kejelasan pesan. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif agar peserta dapat bertanya dan menghubungkan materi dengan pengalaman mereka dalam menggunakan Canva maupun media sosial.



Gambar 1. Penyampaian materi kepada peserta kegiatan

Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM (2026).

Praktik Penggunaan Canva dan Produk Desain Digital

Setelah materi disampaikan, kegiatan dilanjutkan dengan demonstrasi penggunaan Canva. Peserta diperlihatkan langkah-langkah dasar, mulai dari membuka aplikasi atau situs Canva, memilih jenis desain, menggunakan template, mengganti teks, menambahkan gambar, memilih elemen visual, mengatur warna, hingga menyimpan dan mengunduh hasil desain. Demonstrasi ini membantu peserta memahami proses pembuatan desain dari awal hingga menjadi produk visual yang siap digunakan.

Tahap berikutnya adalah praktik langsung pembuatan desain digital. Peserta diminta membuat desain sederhana dengan tema yang dekat dengan kebutuhan sekolah dan masyarakat, seperti poster kegiatan, konten media sosial, promosi produk sederhana, dan flyer digital. Dalam praktik ini, peserta mulai menerapkan materi yang telah diberikan dengan memilih template, mengubah teks, menyesuaikan warna, menambahkan elemen, dan menyusun tata letak. Hasil praktik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menghasilkan desain sederhana secara mandiri, meskipun masih terdapat beberapa peserta yang membutuhkan pendampingan dalam pemilihan warna, kerapian layout, dan penyesuaian elemen visual.



Gambar 2. Demonstrasi dan praktik penggunaan Canva

Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM (2026).

Pendampingan, Umpan Balik, dan Simulasi Monetisasi

Pendampingan dilakukan secara langsung ketika peserta membuat desain. Tim pelaksana membantu peserta yang mengalami kendala teknis, seperti memilih template, mengatur ukuran desain, mengubah teks, menambahkan elemen, dan mengunduh hasil desain. Selain aspek teknis, peserta juga mendapatkan umpan balik terkait keterbacaan teks, kesesuaian warna, keseimbangan tata letak, penggunaan ruang kosong, dan kejelasan pesan. Umpan balik diberikan secara membangun dengan cara mengapresiasi karya peserta terlebih dahulu, kemudian memberikan saran perbaikan yang dapat diterapkan langsung.

Proses pendampingan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya membutuhkan petunjuk teknis, tetapi juga arahan dalam memahami fungsi komunikasi visual. Peserta belajar bahwa desain yang baik tidak cukup hanya menarik, tetapi juga harus mudah dibaca, sesuai dengan tujuan, dan mampu menyampaikan informasi utama kepada audiens. Setelah menerima masukan, peserta mulai mampu memperbaiki desainnya, misalnya memperbesar judul utama, mengurangi elemen yang terlalu ramai, menyesuaikan warna teks dengan latar belakang, dan menata informasi penting secara lebih jelas.

Simulasi monetisasi diberikan setelah peserta memahami proses pembuatan desain. Peserta diperkenalkan pada konsep mengubah keterampilan desain menjadi peluang jasa sederhana. Bentuk monetisasi yang dikenalkan meliputi jasa pembuatan poster kegiatan, konten media sosial, undangan digital, flyer promosi, sertifikat, katalog produk, dan materi promosi UMKM. Peserta juga diberi pemahaman mengenai pembuatan portofolio, penentuan jenis layanan, penetapan harga dasar, promosi melalui media sosial, serta komunikasi dengan calon pelanggan. Hasil simulasi menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa Canva tidak hanya dapat digunakan untuk tugas sekolah, tetapi juga dapat menjadi sarana membangun portofolio dan peluang penghasilan sederhana.



Gambar 3. Pendampingan praktik desain peserta

Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM (2026).

Sesi Tanya Jawab, Pemberian Hadiah, dan Penutupan

Sesi tanya jawab dilaksanakan sebagai bentuk evaluasi ringan dan ruang diskusi peserta. Pertanyaan yang muncul berkaitan dengan cara membuat desain lebih menarik, pemilihan warna, penggunaan template, penyimpanan hasil desain, penentuan harga jasa, serta promosi hasil karya melalui media sosial. Tim pelaksana menjawab pertanyaan dengan bahasa sederhana agar mudah dipahami peserta. Sesi ini membuat kegiatan berlangsung lebih partisipatif dan membantu peserta memperjelas materi yang belum dipahami.

Sebagai bentuk apresiasi, tim pelaksana memberikan hadiah kepada peserta yang aktif bertanya, berani menjawab pertanyaan, dan menunjukkan antusiasme selama praktik. Pemberian hadiah membuat suasana kegiatan menjadi lebih hidup dan memotivasi peserta untuk terlibat aktif. Setelah sesi tanya jawab dan pemberian hadiah, kegiatan dilanjutkan dengan penutupan dan penyerahan plakat kepada pihak sekolah. Penyerahan plakat dilakukan sebagai simbol terima kasih atas kerja sama dan dukungan SMK Al Ikhwaniyah dalam pelaksanaan kegiatan PKM.



Gambar 4. Pemberian hadiah kepada peserta aktif

Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM (2026).



Gambar 5. Penyerahan plakat kepada pihak sekolah

Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM (2026).

Monitoring Setelah Kegiatan

Monitoring setelah kegiatan dilakukan sebagai tindak lanjut agar manfaat pelatihan tidak berhenti pada saat kegiatan berlangsung. Monitoring diarahkan untuk mengetahui sejauh mana peserta mampu menerapkan materi yang telah diperoleh, khususnya dalam penggunaan Canva, pembuatan desain lanjutan, penyusunan portofolio, dan pemahaman awal mengenai monetisasi desain digital. Komunikasi lanjutan dengan pihak sekolah dan guru pendamping menjadi bagian penting untuk menjaga keberlanjutan program.

Melalui monitoring, peserta diarahkan untuk terus membuat karya, seperti poster kegiatan sekolah, konten media sosial, flyer, undangan digital, atau desain promosi

produk sederhana. Hasil karya tersebut dapat dikumpulkan menjadi portofolio digital. Pihak sekolah juga dapat mendukung keberlanjutan program melalui proyek desain siswa, pengelolaan media sosial sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, atau pemanfaatan karya siswa untuk publikasi sekolah. Dengan demikian, kegiatan PKM tidak hanya menjadi pelatihan sesaat, tetapi dapat berkembang menjadi ekosistem belajar, berkarya, dan berwirausaha digital di lingkungan sekolah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, optimalisasi Canva sebagai sarana monetisasi desain digital bagi pelajar SMK Al Ikhwaniyah berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi peserta. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman peserta bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan secara produktif, terutama untuk menghasilkan karya desain yang memiliki nilai guna dan potensi nilai ekonomi. Peserta juga memperoleh pengalaman langsung dalam menggunakan fitur dasar Canva, membuat desain sederhana, menerima umpan balik, memperbaiki karya, dan memahami langkah awal membangun portofolio desain.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pelatihan desain digital lebih efektif apabila dilakukan melalui kombinasi penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, diskusi, dan simulasi monetisasi. Melalui pendekatan tersebut, peserta tidak hanya menguasai aspek teknis, tetapi juga memahami pentingnya komunikasi visual, etika penggunaan konten, promosi digital, dan layanan kepada calon pelanggan. Dengan demikian, Canva dapat menjadi media pembelajaran yang relevan untuk meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan motivasi kewirausahaan pelajar SMK.

Saran yang dapat diberikan adalah peserta perlu terus berlatih membuat desain dan menyusun portofolio digital secara mandiri. Pihak sekolah disarankan mendukung keberlanjutan program melalui kegiatan ekstrakurikuler, proyek desain siswa, atau pemanfaatan karya peserta untuk publikasi sekolah. Tim pelaksana PKM juga perlu melakukan pendampingan lanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti strategi branding, penentuan harga jasa, promosi media sosial, dan praktik desain berbasis kebutuhan klien. Keterbatasan kegiatan ini terletak pada durasi pelaksanaan yang relatif singkat, sehingga diperlukan kegiatan lanjutan agar kompetensi peserta berkembang secara lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, pihak SMK Al Ikhwaniyah, guru pendamping, dan seluruh peserta yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dukungan tersebut memungkinkan kegiatan berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan keterampilan digital serta kewirausahaan pelajar.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, A. D., Rahayu, E. S., & Sari, R. P. (2022). Empowering students' 21st century skills through Canva platform as digital media in writing lesson. *Jurnal Kependidikan*, 8(3), 535-544.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Koordinasi wujudkan ekonomi kreatif sebagai new engine of growth. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025). BPS: Ekonomi kreatif serap tenaga kerja 27,4 juta tahun 2025. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2025). BPS-Kemenekraf menghadirkan kreator tanah air untuk Sensus Ekonomi 2026. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Basri, I. Y., Faiza, D., Nasir, M., & Nasrun. (2019). Implementasi pembelajaran berbasis produk dalam rangka menyiapkan lulusan SMK menjadi wirausahawan muda. *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi*, 19(1), 43-52.
- Canva. (n.d.). Canva for Education: Education solutions for K-12 and higher education. Retrieved from <https://www.canva.com/education/>.
- Canva. (n.d.). Canva creators: Share your designs with the world. Retrieved from <https://www.canva.com/creators/>.
- Canva. (n.d.). Content license agreement. Retrieved from <https://www.canva.com/policies/content-license-agreement/>.
- Canva. (n.d.). Licensing explained. Retrieved from <https://www.canva.com/licensing-explained/>.
- Hardika, R. S., Ariana, I. N. J., & Masih, I. K. (2023). The role of digital literacy and financial literacy on entrepreneurial intention. *International Journal of Social Science and Business*, 7(3), 557-565.
- Hincheliff, M., & Mehmet, M. (2023). Embedding Canva into the marketing classroom: A dialogic and social learning approach to classroom innovation. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 13(6), 1174-1189.
- Kusumaningrum, A., & Kusnendi, K. (2022). Pengaruh literasi digital terhadap intensi kewirausahaan digital siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *JUSIE: Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi*, 7(1), 11-20. <https://doi.org/10.36665/jusie.v7i01.603>.
- Nugroho, J., Junaedi, I. R., Kurniawati, N. S., Kurniawan, I. B., Setyahadi, R., Ardana, I. D., & Rahmat, G. D. (2021). Digitalpreneurship in pandemic era at SMK Wira Harapan, Dalung, Kuta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 80-87.
- OECD. (2024). *OECD Digital Economy Outlook 2024 (Volume 2): Strengthening connectivity, innovation and trust*. Paris: OECD Publishing.

- OECD. (2023). OECD Skills Outlook 2023: Skills for a resilient green and digital transition. Paris: OECD Publishing.
- Riefky, T. (2024). Koordinasi wujudkan ekonomi kreatif sebagai new engine of growth. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Tanjung, R. E., & Faiza, D. (2019). Canva sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran dasar listrik dan elektronika. *VoteTEKNIKA: Jurnal Vocational Teknik Elektronika dan Informatika*, 7(2), 79-85.
- UNESCO. (2023). Global education monitoring report 2023: Technology in education: A tool on whose terms? Paris: UNESCO.
- Wibowo, A., Saptono, A., Widyastuti, U., & Suparno. (2023). Does digital entrepreneurship education matter for students' digital entrepreneurial intentions? The mediating role of entrepreneurial alertness. *Cogent Education*, 10(1), 2221164. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>.
- Wulandari, T., & Mudinillah, A. (2022). Efektivitas penggunaan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran IPA MI/SD. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah (JURMIA)*, 2(1), 102-118. <https://doi.org/10.32665/jurmia.v2i1.245>.