

**PENGUNAAN APLIKASI CANVA
DALAM PRAKTEK PEMBUATAN *MARKETING TOOLS*
PADA MATA KULIAH HOTEL MARKETING.**

Ayulia Nirwani¹, Nor Syahlevie²

^{1,2}. Program Studi Perhotelan/ Politeknik Pajajaran ICB Bandung
ayulia.nirwani@poljan.ac.id¹, nor.syahlevie@poljan.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang penggunaan aplikasi Canva dalam praktek pembuatan *marketing tools* pada mata kuliah Hotel Marketing. Tujuan utama penelitian adalah mengevaluasi efektivitas Canva sebagai alat pembelajaran dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam merancang materi pemasaran berupa kartu nama, brosur dan company profile pada industri perhotelan. Studi ini menggunakan metode penelitian tindakan kelas (PTK) atau dikenal juga dengan istilah *classroom action research*, dengan melibatkan 45 mahasiswa program studi perhotelan dari sebuah politeknik di Indonesia. Partisipan dibagi menjadi kelompok eksperimen yang menggunakan Canva dan kelompok kontrol yang menggunakan metode tradisional. Data dikumpulkan melalui observasi, penilaian kualitas *marketing tools* yang dihasilkan, kepercayaan diri dan kualitas mahasiswa pada kegiatan roleplay, serta wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan roleplay dengan menggunakan media promosi yang dibuat sendiri lebih menguasai materi dan percaya diri dibanding mahasiswa yang melakukan role play tanpa menggunakan media promosi. Temuan ini menggaris bawahi potensi Canva sebagai alat pedagogis yang efektif dalam pendidikan perhotelan. Pembelajaran ini dapat membekali mahasiswa dengan keterampilan dasar desain visual yang relevan dengan tuntutan industri modern. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pendidik perhotelan dalam mengintegrasikan teknologi desain ke dalam kurikulum untuk meningkatkan hasil pembelajaran mahasiswa.

Kata kunci : Canva; Hotel marketing; Marketing tools; Penelitian tindakan kelas

Abstract

This research examines the Canva application's use in creating marketing tools in the Hotel Marketing course. The study's main objective is to evaluate the effectiveness of Canva as a learning tool in improving students' skills in designing marketing materials such as business cards, brochures, and company profiles for the hospitality industry. This study employs a classroom action research method, involving 54 hospitality program students from a polytechnic in Indonesia. Participants were divided into an experimental group using Canva and a control group using traditional methods. Data were collected through observation, interviews, assessment of the quality of marketing tools produced, student's confidence and quality in roleplay activities. The results show that students who performed roleplays using self-made promotional media demonstrated better material mastery and confidence than those who performed roleplays without promotional media. These findings highlight the potential of Canva as an effective pedagogical tool in hospitality education. This learning approach can equip students with basic visual design skills relevant to modern industry demands. This research provides valuable insights for hospitality educators in integrating design technology into the curriculum to enhance student learning outcomes.

Keywords: Canva, Hotel marketing, Marketing tools, Classroom action research.

Corresponding author : ayulia.nirwani@poljan.ac.id¹

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan dan pemasaran. Salah satu inovasi yang menarik perhatian adalah penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva dalam proses pembelajaran, khususnya dalam mata kuliah yang berkaitan dengan pemasaran perhotelan. Canva, sebagai platform desain online yang user-friendly, menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional tanpa memerlukan keahlian desain grafis yang mendalam (Schroeder & Greenbowe, 2009).

Dalam konteks mata kuliah Hotel Marketing, penggunaan Canva dapat menjadi alat yang efektif untuk mengajarkan mahasiswa tentang pembuatan marketing tools yang merupakan komponen penting dalam strategi pemasaran hotel. Marketing tools, seperti brosur, poster, dan konten media sosial, memainkan peran krusial dalam menarik perhatian calon pelanggan dan mengkomunikasikan nilai proposisi hotel (Kotler et al., 2017). Dengan mengintegrasikan Canva ke dalam kurikulum, mahasiswa tidak hanya belajar tentang konsep pemasaran hotel secara teoritis, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis dalam menciptakan materi pemasaran yang efektif dan *visually appealing*.

Implementasi aplikasi Canva dalam pembelajaran Hotel Marketing sejalan dengan konsep experiential learning di mana mahasiswa terlibat langsung dalam proses pembuatan dan aplikasi pengetahuan (Kolb, 1984). Pendekatan ini dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap materi kuliah,

mengembangkan keterampilan praktis yang relevan dengan industri, serta meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan marketing tools (Raza et al., 2020).

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi penggunaan aplikasi Canva dalam praktek pembuatan *marketing tools* pada mata kuliah Hotel Marketing. Selain itu untuk mengetahui bagaimana penggunaan Canva sebagai alat pembelajaran serta dampaknya terhadap pemahaman mahasiswa tentang konsep pemasaran hotel dan peningkatan keterampilan mereka dalam membuat materi pemasaran yang profesional. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses penggunaan aplikasi Canva dalam kegiatan praktek mahasiswa pada mata kuliah Hotel Marketing?
2. Bagaimana keterampilan akhir mahasiswa dalam membuat marketing tools setelah praktek menggunakan aplikasi Canva?
3. Bagaimana hasil akhir kualitas roleplay dengan skema penawaran produk hotel antara kelas kontrol dan tradisional.

KAJIAN PUSTAKA

Aplikasi Canva dalam Pendidikan

Canva, sebagai platform desain grafis berbasis web, telah mendapatkan popularitas dalam konteks pendidikan karena kemudahan penggunaannya dan fitur-fitur yang beragam. Penggunaan Canva dalam pembelajaran dapat meningkatkan keterlibatan siswa dan memfasilitasi pengembangan keterampilan desain visual (Jamaludin & Sedek, 2023). Selain integrasi Canva dalam kurikulum dapat meningkatkan kreativitas dan kemampuan

komunikasi visual mahasiswa (Junaedi et al., 2021).

Marketing Tools dalam Industri Perhotelan

Marketing tools memainkan peran penting dalam strategi pemasaran hotel karena materi pemasaran yang efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di industri perhotelan (Kotler et al., 2017). Lebih lanjut, penggunaan marketing tools yang inovatif dan visually appealing dapat meningkatkan *brand awareness dan occupancy rate* hotel (Leung et al., 2013).

Experiential Learning dalam Pendidikan Perhotelan

Konsep experiential learning, yang dikembangkan oleh Kolb (1984), telah banyak diterapkan dalam pendidikan perhotelan. Disisi lain pendekatan experiential learning dalam mata kuliah pemasaran perhotelan dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap konsep teoritis dan aplikasinya dalam dunia nyata (Ruhanen, 2006). Selanjutnya telah ditemukan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman dapat meningkatkan kesiapan kerja mahasiswa perhotelan (Yan & Cheung, 2013).

Teknologi dalam Pendidikan Perhotelan

Integrasi teknologi dalam pendidikan perhotelan telah menjadi fokus penelitian dalam beberapa tahun terakhir. Pentingnya mengadopsi teknologi terkini dalam kurikulum perhotelan untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tuntutan industry (Morellato, 2014). Sementara itu, penggunaan teknologi dalam pembelajaran dapat meningkatkan keterampilan digital mahasiswa, yang sangat

diperlukan dalam industri perhotelan modern (Bilgihan et al., 2014).

Pengembangan Keterampilan Pemasaran dengan Roleplay

Dalam era digital, keterampilan pemasaran digital menjadi semakin penting dalam industri perhotelan. Kemampuan untuk membuat konten digital yang menarik adalah keterampilan kunci yang dicari oleh industri perhotelan (Leung et al., 2013). Selanjutnya, ditekankan bahwa pentingnya mengintegrasikan pelatihan pemasaran digital dalam kurikulum perhotelan untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi tuntutan pasar kerja (Kucukusta et al., 2015). Dalam praktiknya pengembangan kompetensi pemasaran dapat dilatih dengan kegiatan roleplay agar siswa membiasakan diri menghadapi cerminan dunia industry didepannya, kegiatan ini efektif dalam meningkatkan kompetensi dan *communication skill* mahasiswa (Korochentseva et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini berjenis Penelitian Tindakan Kelas (PTK) atau dikenal juga dengan istilah *Classroom Action Research*. Penelitian jenis ini dilakukan oleh pengajar didalam kelas dengan mata kuliah yang diampunya dengan tujuan untuk refleksi diri serta memperbaiki kinerjanya agar hasil belajar peserta didik meningkat (Mulyasa, 2009). Penelitian ini dilaksanakan secara luring pada mata kuliah hotel marketing di Politeknik Pajajaran Bandung

Penelitian dilaksanakan dalam tiga siklus yang terdiri dari: pemberian materi pembuatan

marketing tools (kartu nama, brosur dan *company profile*) menggunakan aplikasi canva, review hasil pembelajaran dan latihan role-play bertemu klien dengan membawa *marketing tools*.

Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa semester 4 program studi perhotelan sebanyak 54 mahasiswa aktif yang terbagi kedalam kelas A dan B atau kelas kontrol dan tradisional.

Data dan Sumber Data

Data memiliki peranan penting dalam proses pencarian informasi dan jawaban dari sebuah penelitian. Pada penelitian ini pemerolehan data didapatkan dari proses penggunaan aplikasi canva dalam praktek pembuatan *marketing tools* pada mata kuliah hotel marketing. Hasil yang diperoleh berupa kartu nama, *company profile* dan brosur yang dibuat oleh mahasiswa kemudian penilaian dari kualitas roleplay antara kelas A dan B.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa: Analisa dari tanggapan mahasiswa dan dosen tentang penggunaan Canva dalam proses pembelajaran dan kualitas roleplay dari mahasiswa.

Sumber Data

- a. Data primer: mahasiswa yang mengambil mata kuliah Hotel Marketing, dosen pengampu mata kuliah.
- b. Data sekunder: literatur terkait penggunaan teknologi dalam pendidikan perhotelan khususnya aplikasi canva.

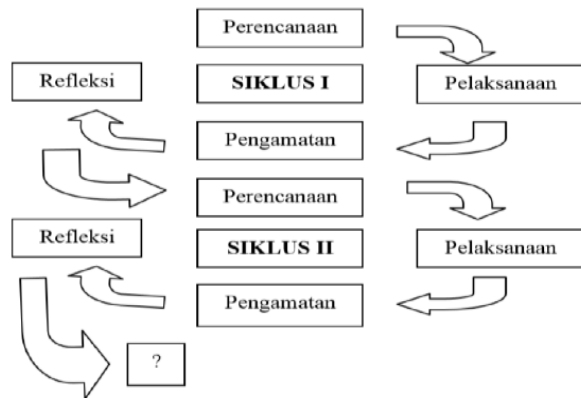
Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi: untuk mengamati proses pembelajaran dan penggunaan Canva oleh mahasiswa.
2. Literatur review terkait kajian yang sesuai.
3. Wawancara terhadap mahasiswa

Prosedur Penelitian

Prosedur dari *classroom action research* ini terdiri dari, a) studi pendahuluan, b) perencanaan tindakan, c) pelaksanaan tindakan, d) pengamatan serta e) refleksi (Arikunto, 2008:16).

Gambar 1. Bagan Alur Pelaksanaan *classroom action research*



Sumber: (Junaedi, 2021)

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa proses penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan untuk menganalisa urgensi penelitian ini berdasarkan hasil observasi awal terhadap kebutuhan

pembelajaran mahasiswa yang sesuai kebutuhan industry.

b) Perencanaan

Pada tahap perencanaan penelitian, peneliti membuat perencanaan yang terdiri dari: a) Penyusunan Rencana Pembelajaran Semester (RPS), b) menyiapkan materi pembelajaran dalam kelas, c) menyiapkan lembar observasi untuk mencatat kejadian ketika proses pembelajaran

c) Pelaksanaan

Penelitian ini dilakukan dalam dua pertemuan. Pertemuan pertama merupakan penyampaian materi tentang bagaimana menggunakan aplikasi canva dalam membuat *marketing tools* yang terdiri dari kartu nama, *company profile* dan brosur. Pertemuan kedua merupakan kegiatan review hasil pembuatan marketing tools mahasiswa lalu menjadikannya media untuk roleplay dengan skema bertemu klien.

d) Pengamatan

Kegiatan ini dilakukan pada proses pembelajaran. Peneliti mengamati dan mencatat setiap kejadian dan interaksi yang terjadi didalam kelas.

e) Refleksi

Refleksi diambil dari catatan observasi dan hasil praktek mahasiswa.

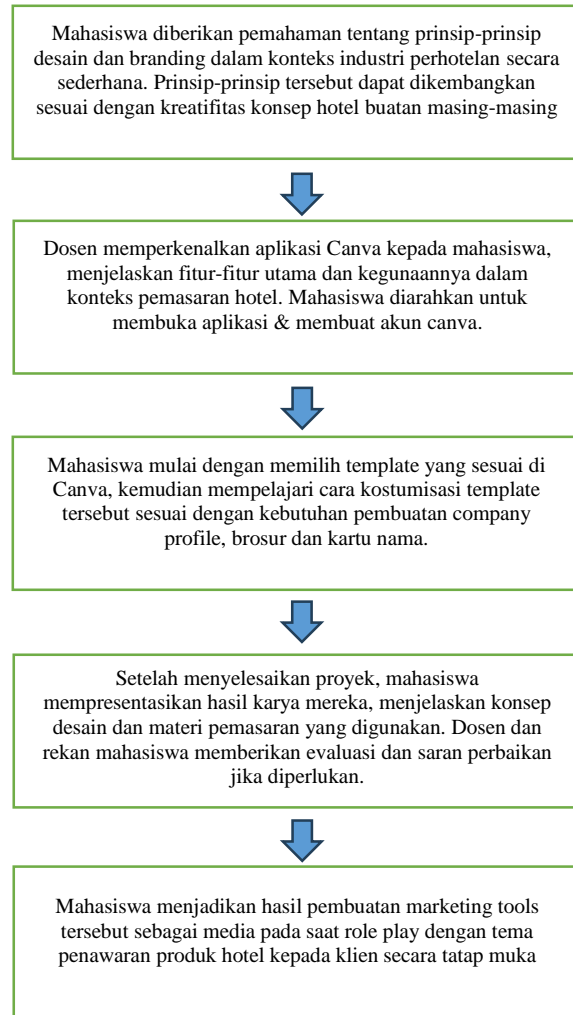
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana proses penggunaan aplikasi Canva dalam kegiatan praktek mahasiswa pada mata kuliah Hotel Marketing

Penggunaan aplikasi Canva dalam kegiatan praktek mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan desain grafis secara praktis. Kegiatan ini meliputi pembuatan media

promosi berupa *marketing tools* dilakukan dalam beberapa tahapan diantaranya:

Gambar 2. Bagan Proses Pembelajaran



Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan gambar diatas, dapat diketahui bahwa dalam proses penggunaan aplikasi canva dalam kegiatan praktek mahasiswa pada mata kuliah hotel marketing dilakukan dalam lima tahapan. Tahapan itu dimulai dari pengenalan prinsip dasar desain, pembuatan

marketing kit sampai penggunaan hasil karya mahasiswa dalam role play.

Marketing kit yang buat oleh mahasiswa terdiri dari 3 hal yakni:

1. Kartu nama
2. Company Profile
3. Brosur

Ketiga hal diatas dibuat berdasarkan hasil kreatifitas imajinasi mahasiswa dalam membuat konsep hotel yang disesuaikan dengan preferensinya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penggunaan alat desain yang user-friendly dapat meningkatkan kreativitas dan kepercayaan diri mahasiswa dalam membuat konten visual (Smith & Johnson, 2022).

Keterampilan akhir mahasiswa dalam membuat marketing tools setelah praktek menggunakan aplikasi Canva.

Setelah proses pembelajaran praktek pembuatan marketing tools dengan menggunakan aplikasi canva, mahasiswa dapat memiliki kompetensi dasar mendesain media promosi baik dalam bentuk digital atau cetak. Kompetensi ini dapat menjadi bekal untuk terjun ke dunia diluar khususnya pekerjaan yang tidak hanya terbatas pada sektor perhotelan.

Hasil karya mahasiswa berupa marketing tools yang terdiri dari kartu nama, company profile dan brosur. Mahasiswa menjadikan karyanya sebagai media roleplay / bermain peran dengan skema pertemuan dengan klien dalam rangka penawaran produk hotel. Kegiatan tersebut

merupakan salah satu tuntutan pekerjaan dari seorang marketing hotel.

Roleplay atau bermain peran terdiri dua pemeran, pemeran pertama sebagai seorang marketing hotel yang menawarkan produk yang dijualnya kepada klien. Pemeran kedua adalah seorang klien yang memerlukan informasi terkait kegiatan dari perusahaannya yang akan dilaksanakan disebuah hotel. Kedua pemeran utama tersebut memainkan peran sesuai dengan skema yang telah diatur.

Skema dari klien adalah memerlukan tempat untuk mengadakan seminar dengan konsep *full board package* dimana produk yang akan diambil ada *meeting package, room dan food & beverage*. Skema marketing hotel adalah menawarkan produk yang sesuai kebutuhan klien dibantu dengan media promosi berupa company profile, brosur dan kartu nama.

Kegiatan roleplay ini diharapkan dapat menjadi bagian dari pembelajaran (latihan) yang dapat bermanfaat bagi mahasiswa dimasa yang akan datang baik berupa hard skill ataupun soft skill yang dimilikinya.

Kualitas roleplay dengan skema penawaran produk hotel antara kelas kontrol dan tradisional

Berdasarkan hasil observasi, mahasiswa yang roleplay dengan tema penawaran produk hotel oleh seorang marketing kepada klien ditemukan bahwa mahasiswa kelas kontrol lebih unggul dalam kualitas dan kepercayaan diri dalam memainkan perannya dibanding kelas tradisional yang roleplay tanpa menggunakan media promosi berupa kartu nama, *company profile* dan brosur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Proses penggunaan aplikasi Canva dalam kegiatan praktek mahasiswa pada mata kuliah Hotel Marketing dilakukan dalam tiga fase yakni proses pembelajaran, *review* dan roleplay dengan media hasil pembelajaran. Pembelajaran dengan menggunakan aplikasi Canva menghasilkan tiga media promosi bagi seorang marketing diantaranya adalah kartu nama, brosur dan company profile. Pada akhirnya ketiga media tersebut dijadikan bahan praktek dalam bentuk roleplay dengan tema penawaran produk hotel kepada klien. Adapun tokoh dalam kegiatan ini terdiri dari dua orang yang memerankan peran sebagai seorang marketing hotel dan klien. Mahasiswa dari kelas kontrol dapat memberikan penampilan yang lebih baik dibanding kelas tradisional.

Penelitian terkait media promosi dan roleplay dapat dikaji lebih dalam untuk membuktikan kembali efektivitasnya dalam dunia pendidikan dan pengajaran terutama pada mata kuliah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bilgihan, A., Berezina, K., Cobanoglu, C., & Okumus, F. (2014). The Information Technology (IT) Skills of Hospitality School Graduates as Perceived by Hospitality Professionals. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 14, 321–342.
<https://doi.org/10.1080/15313220.2014.955303>

Farhana Jamaludin, N., & Farahin Sedek, S. (2023). CANVA as a Digital Tool for Effective Student Learning Experience. *Journal of Advanced Research in Computing and Applications Journal*

Homepage, 33, 22–33.
www.akademiabaru.com/arca.html

Junaedi, S., Pawiyatan Luhur, J., & Duwur, B. (n.d.). Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Daring Untuk Meningkatkan Kemampuan Kreatifitas Mahasiswa Pada Mata Kuliah English For Information Communication AND TECHNOLOGY.

Kolb, D. (1984). *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development*. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 1).

Korochentseva, A., Krasnova, E., & Moysova, O. (2020). Simulation role play as a contact work with students and its role in their communicative skills development. *E3S Web of Conferences*, 210.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021018087>

Kotler, P., Bowen, J. T., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*.
<https://www.researchgate.net/publication/303961598>

Kucukusta, D., Law, R., Besbes, A., & Legohere, P. (2015). Re-examining perceived usefulness and ease of use in online booking: The case of Hong Kong online users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27, 185–198.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2013-0413>

Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 3–22.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>

Morellato, M. (2014). Digital Competence in Tourism Education: Cooperative-

experiential Learning. Journal of Teaching in Travel & Tourism, 14(2), 184–209.

<https://doi.org/10.1080/15313220.2014.907959>

Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K., & Salam, J. (2020). Social Isolation and Acceptance of the Learning Management System (LMS) in the time of COVID-19 Pandemic: An Expansion of the UTAUT Model. *Journal of Educational Computing Research*, 59. <https://doi.org/10.1177/0735633120960421>

Ruhanen, L. (2006). Bridging the Divide Between Theory and Practice. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 5(4), 33–51.

https://doi.org/10.1300/J172v05n04_03

Schroeder Thomas Greenbowe, J. J. (n.d.). *Innovate: Journal of Online Education* The Chemistry of Facebook: Using Social Networking to Create an Online Community for the Organic Chemistry Laboratory Recommended APA Citation. *Innovate: Journal of Online Education*, 5. Retrieved August 16, 2024, from <https://nsuworks.nova.edu/innovate/vol5/iss4/3>

Yan, H., & Cheung, C. (2013). What Types of Experiential Learning Activities Can Engage Hospitality Students in China? *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 24, 21–27. <https://doi.org/10.1080/10963758.2012.10696666>