

Analisis Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Alat Produksi Pesan Visual Oleh Pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa

Putri Maharani Hafa¹, Lalu Ahmad Taubih²

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Teknologi Sumbawa, Kabupaten Sumbawa, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: lalu.ahmad.taubih@uts.ac.id

Diterima: 09-07-2026 | Disetujui: 15-07-2026 | Diterbitkan: 17-07-2026

ABSTRACT

The development of digital technology has driven changes in the way organizations convey information to the public. In the higher education environment, visual messages play an important role in delivering information, shaping institutional image, and managing public relations. One of the applications used to support these activities is Canva. This study aims to determine the utilization of the Canva application as a visual message production tool by the Public Relations management of Universitas Teknologi Sumbawa (UTS). This study utilized a descriptive qualitative method. Data were collected through interviews, observation, and documentation with informants involved in managing UTS Public Relations publications. Data analysis was conducted using the visual communication concepts by Adi Kusrianto (2007) and Tinarbuko (2015), focusing on the elements of color, typography, images or illustrations, layout, and symbols or icons. The results showed that Canva is optimally utilized as a visual message production tool to support UTS Public Relations information publications. The use of a Canva Premium account was chosen because it provides high efficiency, practicality, and agility in the content creation process. The application of the five visual communication elements in the final designs was deemed communicative, featuring appropriate color contrast, clear typography (readable), and the ability to maintain the campus brand identity through independent template customization. Based on the research results, it can be concluded that Canva has become an effective and primary supporting instrument for UTS Public Relations in processing and delivering publication messages to the public.

Keywords: Canva; Production Tool Visual Message; Public Relations; Sumbawa University of Technology.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan dalam cara organisasi menyampaikan informasi kepada publik. Dalam lingkungan perguruan tinggi, pesan visual berperan penting dalam penyampaian informasi, pembentukan citra institusi, dan hubungan dengan masyarakat. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan untuk mendukung aktivitas tersebut adalah Canva. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat produksi pesan visual oleh pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan tiga informan yang terlibat dalam pengelolaan publikasi Humas Universitas Teknologi Sumbawa. Analisis data dilakukan menggunakan teori komunikasi visual Adi Kusrianto (2007) dan Tinarbuko (2015) yang berfokus pada unsur warna, tipografi, gambar atau ilustrasi, layout atau tata letak, serta simbol/ikon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Canva dimanfaatkan secara optimal sebagai alat produksi pesan visual dalam mendukung

publikasi informasi Humas Universitas Teknologi Sumbawa. Canva premium dipilih karena memberikan efisiensi tinggi, kepraktisan, serta kecepatan dalam proses pembuatan konten. Penerapan lima unsur komunikasi visual pada hasil desain dinilai komunikatif, memiliki kontras warna yang tepat, tipografi yang jelas, serta mampu mempertahankan konsistensi template mandiri. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Canva telah menjadi instrument penunjang utama yang efektif bagi Humas UTS dalam mengelolah dan menyampaikan pesan publikasi kepada masyarakat.

Katakunci: Canva; Alat Produksi Pesan Visual; Humas; Universitas Teknologi Sumbawa.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Maharani Hafa, P., & Ahmad Taubih, L. (2026). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Alat Produksi Pesan Visual Oleh Pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 2769-2791. <https://doi.org/10.63822/1aydej77>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat menerima, memahami, dan merespons informasi. Jika sebelumnya komunikasi publik lebih banyak dilakukan melalui media cetak, televisi, radio, atau tatap muka, saat ini masyarakat cenderung mengakses informasi melalui media digital yang cepat, praktis, dan mudah dijangkau kapan saja. Kondisi tersebut mendorong berbagai organisasi, termasuk lembaga pendidikan tinggi, untuk menyesuaikan strategi komunikasinya agar tetap relevan dengan perilaku audiens modern (Nasrullah, 2015). Di era digital ini, penyampaian informasi oleh Hubungan Masyarakat (Humas) tidak lagi hanya mengandalkan teks semata, melainkan harus diperkuat melalui proses produksi pesan visual yang efektif (Ruslan, 2019).

Produksi pesan visual merupakan proses penyampaian pesan melalui integrasi unsur-unsur visual seperti gambar, ilustrasi, warna, symbol, tipografi, video, dan tata letak (layout) (Kusrianto, 2007). Proses ini dinilai efektif karena mampu menyampaikan pesan secara singkat namun mudah dipahami oleh audiens. Di tengah arus informasi digital yang sangat padat, masyarakat cenderung memiliki preferensi untuk mengonsumsi informasi secara cepat dan instan melalui tayangan visual dibandingkan pesan berbentuk teks panjang. Oleh karena itu, penerapan unsur-unsur komunikasi visual secara tepat menjadi salah satu strategi krusial dalam memproduksi pesan publik yang informative (Tinarbuko, 2015).

Dalam konteks perguruan tinggi, pesan visual yang diproduksi oleh humas memiliki peran strategis dalam membangun identitas visual (branding) institusi, menyampaikan informasi akademik, mempromosikan kegiatan kampus, serta menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan (stakeholders) (Kriyantono, 2021). Perguruan tinggi tidak hanya dituntut unggul dalam bidang akademik, tetapi juga harus mampu mengomunikasikan identitas lembaga secara positif kepada public. Oleh karena itu, pengemasan pesan visual yang professional menjadi bagian penting dalam strategi kehumasan untuk memperluas jangkauan informasi institusi (Wikansari & Setyanto, 2023).

Salah satu media publikasi akhir yang banyak digunakan untuk menyebarkan pesan visual saat ini adalah Instagram. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten dalam bentuk foto, video, stories, reels, serta berbagai fitur interaktif yang mendukung komunikasi antara organisasi dan audiens (Wikansari & Setyanto, 2023). Bagi perguruan tinggi, Instagram telah berkembang menjadi sarana branding, publikasi, dan promosi institusi. Melalui Instagram, kampus dapat menampilkan kegiatan akademik, prestasi mahasiswa, suasana kampus, informasi penerimaan mahasiswa baru, hingga kerja sama eksternal. Pengelolaan konten grafis yang profesional dapat membantu membangun kesan institusi yang modern dan terpercaya (Qadri, 2023).

Humas merupakan fungsi manajemen yang bertugas membangun hubungan harmonis antara organisasi dengan publik melalui komunikasi yang terencana dan berkesinambungan. Dalam era digital, tugas humas tidak lagi terbatas pada penyusunan siaran pers atau hubungan media konvensional, tetapi telah berkembang ke ranah media sosial. Humas dituntut mampu membuat strategi konten, mengelola interaksi audiens, membangun citra institusi, serta memanfaatkan media digital secara optimal (Glen M.Broom & Bey-Ling Sha, 2013).

Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Nusa Tenggara Barat juga memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi informasi institusi. Berdasarkan hasil pengamatan pada akun Instagram resmi UTS (@universitasteknologisumbawa), akun tersebut memiliki sekitar 18,1 ribu pengikut dan lebih 3.000 unggahan. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Instagram digunakan secara aktif sebagai salah satu kanal komunikasi resmi universitas. Konten yang dipublikasikan umumnya berupa dokumentasi kegiatan kampus, prestasi mahasiswa, pengumuman resmi, informasi akademik, ucapan hari besar nasional, serta promosi penerimaan mahasiswa baru. Pemanfaatan Instagram secara aktif sejalan dengan fungsi humas dalam menyebarluaskan informasi kepada publik (Wikansari & Setyanto, 2023).

Namun demikian, tingginya intensitas publikasi konten harian juga menghadirkan tantangan

tersendiri bagi humas perguruan tinggi. Pengelola humas dituntut mampu menghasilkan konten yang menarik, profesional, cepat diproduksi, serta tetap konsisten dengan identitas visual institusi. Pada kenyataannya, tidak semua pengelola humas memiliki latar belakang pendidikan desain grafis formal maupun waktu yang fleksibel untuk memproses draf desain lewat perangkat lunak yang rumit. Oleh karena itu, diperlukan aplikasi desain yang praktis, mudah digunakan, dan mampu mendukung proses pembuatan konten visual secara lebih efisien. (Rusnilawati et al., 2024)

Guna menjawab kebutuhan tersebut, pengelola Humas UTS memanfaatkan aplikasi desain berbasis internet, yaitu Canva, sebagai alat utama untuk memproduksi pesan visual mereka. Canva merupakan platform desain grafis yang menyediakan berbagai template, pilihan tipografi, palet warna, grafis, serta tata letak (layout) siap pakai yang memudahkan pengguna dalam membuat desain secara cepat dan efisien (Tri Wulandari & Adam Mudinillah, 2022). Dalam konteks kehumasan, Canva diposisikan sebagai alat produksi untuk mempercepat visualisasi draf pengumuman dan materi publikasi harian lainnya. Meskipun memberikan kemudahan, pemanfaatan Canva sebagai alat produksi tetap memerlukan analisis kritis. Efektivitas sebuah pesan visual tidak hanya bergantung pada ketersediaan template instan, melainkan bagaimana pengelola humas menerapkan prinsip desain dasar (Kusrianto, 2007). Ketepatan menyusun elemen seperti warna, tipografi, gambar, tata letak, dan symbol di dalam lembar kerja Canva sangat menentukan apakah informasi tersebut dapat diterima dengan jelas oleh publik atau justru memicu distorsi makna (Sumbo Tinarbuko, 2015).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji aplikasi ini, seperti Silistianingsih, Hasbullah, dan Martono (2024) mengenai dampak pelatihan Canva; Rizky dkk. (2025) mengenai pemanfaatan Canva oleh mahasiswa untuk infografis; serta Pamela, Aisyah, dan Ramadinoto (2025) mengenai prinsip desain dalam pelatihan Canva bagi guru PAUD. Perbedaan mendasar dengan penelitian ini terletak pada subjek dan focus kajiannya, di mana penelitian ini secara spesifik meneliti pengelola humas perguruan tinggi dan memposisikan Canva secara kritis sebagai alat produksi pesan visual, bukan sebagai media publikasi ataupun media pembelajaran.

Penelitian ini penting dilakukan untuk menggali secara mendalam bagaimana pengelola Humas UTS mengoperasikan Canva sebagai alat kerja untuk merancang pesan, memilih komponen visual, serta menyelaraskannya dengan kaidah komunikasi visual. Berdasarkan urgensi tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul : “Analisis Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Alat Produksi Pesan Visual oleh Pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa”.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk meneliti objek pada kondisi alamiahnya. Melalui pendekatan ini, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci untuk menggambarkan, memaparkan, dan mengungkapkan secara mendalam fakta-fakta terkait fenomena pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat produksi pesan visual oleh pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) berdasarkan realitas di lapangan tanpa melakukan pengujian hipotesis.

Objek dan Subjek Penelitian

Fokus utama yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini adalah proses pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat produksi pesan visual. Sementara itu, subjek penelitian yang bertindak sebagai sumber utama pemberi informasi adalah tim pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa, yang secara spesifik diwakili oleh tiga orang informan kunci, yakni Kepala Humas, Desainer Grafis, dan Admin Media Sosial.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini mengambil lokasi di Kantor Humas dan Protokoler Universitas Teknologi Sumbawa yang beralamat di Jln. Olat Maras, Pernek, Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa, Nusa Tenggara Barat. Adapun keseluruhan proses penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu delapan bulan, yakni terhitung mulai dari bulan Oktober 2025 hingga bulan Mei 2026.

Teknik Penentuan Informan

Untuk mendapatkan data yang relevan dan kredibel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan narasumber. Informan dipilih dengan pertimbangan khusus dan kriteria yang terukur, yaitu mereka harus berstatus sebagai anggota pengelola Humas UTS, telah menggunakan aplikasi Canva secara aktif dalam menunjang beban pekerjaannya, serta terlibat langsung dalam pembuatan konten desain visual institusi.

Sumber Data Penelitian

Data yang dihimpun dalam penelitian ini bersumber dari dua kategori kelengkapan, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama melalui kegiatan observasi dan interaksi wawancara dengan pengelola Humas UTS, sedangkan data sekunder berfungsi sebagai elemen pendukung tidak langsung yang berupa dokumentasi hasil desain visual pada platform media sosial kampus.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi Sebagai langkah strategis awal untuk menghimpun data lapangan, peneliti menerapkan teknik pengumpulan data melalui metode observasi. Pengamatan ini dilakukan secara langsung terhadap aktivitas objek penelitian guna melihat secara nyata dan objektif bagaimana tahapan, ritme kerja, serta proses penggunaan aplikasi Canva oleh tim humas saat menyusun desain komunikasi visual. Wawancara Selain melakukan pengamatan, peneliti juga menggali data primer secara lebih mendalam melalui teknik wawancara. Proses ini melibatkan interaksi tanya jawab dua arah secara langsung antara peneliti dengan ketiga informan pengelola Humas UTS guna mengeksplorasi alasan pemilihan alat, manfaat yang dirasakan, serta efektivitas dari pemanfaatan aplikasi Canva dalam menunjang tugas kehumasan. Dokumentasi Guna memperkuat validitas dari hasil observasi dan wawancara, peneliti melengkapinya dengan teknik dokumentasi. Pendekatan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai rekam jejak tertulis, arsip institusi, foto aktivitas, hingga bukti nyata (output) berupa hasil karya desain grafis Canva yang telah resmi dipublikasikan di akun media sosial Universitas Teknologi Sumbawa.

Teknik Analisis Data

Seluruh data kualitatif dari ketiga teknik pengumpulan sebelumnya kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif gagasan Miles dan Huberman. Tahapan analisis yang sistematis ini dimulai dari reduksi data untuk memfilter dan memfokuskan hal-hal pokok, dilanjutkan dengan penyajian data berbentuk teks naratif agar pola informasinya tertata, dan diakhiri dengan proses penarikan kesimpulan yang ditinjau atau diverifikasi secara terus-menerus guna memastikan temuan akhir bersifat valid dan kredibel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pemanfaatan Canva Sebagai Alat Produksi Pesan Visual oleh Humas UTS

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Humas, Desainer Grafis, dan Admin Media Sosial UTS,

Canva terbukti menjadi aplikasi utama yang digunakan dalam produksi konten publikasi karena dinilai cepat, praktis, dan mudah digunakan. Ketiga informan sepakat bahwa Canva telah digunakan selama bertahun-tahun dan menjadi pilihan utama karena menyediakan beragam template dan elemen desain yang memungkinkan tim humas bekerja lebih efisien tanpa harus memulai dari nol. Canva juga dianggap adaptif terhadap perkembangan teknologi, menggantikan aplikasi lain seperti Photoshop, serta menawarkan berbagai fitur terintegrasi dalam satu platform untuk mendukung kebutuhan desain yang beragam.

Canva dimanfaatkan untuk membuat berbagai jenis konten, mulai dari flyer, brosur, baliho, spanduk, poster kegiatan, hingga konten media sosial Instagram, ucapan hari besar, dan presentasi kegiatan. Proses pembuatan konten melibatkan pengumpulan informasi, validasi data, penyiapan foto dokumentasi, dan penentuan konsep desain sebelum dieksekusi di Canva. Kecepatan produksi sangat bergantung pada tingkat urgensi informasi, di mana konten mendesak dapat diselesaikan dalam waktu satu hingga dua jam, sementara konten dengan tenggat lebih longgar dikerjakan secara bertahap. Sebelum dipublikasikan, setiap desain selalu melalui tahap pemeriksaan dan revisi untuk memastikan tidak ada kesalahan informasi maupun visual.

Penggunaan Canva memberikan berbagai manfaat signifikan bagi tim humas, termasuk kemudahan dalam proses desain, peningkatan keterampilan desain, dan percepatan produksi konten. Canva juga memungkinkan seluruh kebutuhan desain mulai dari pencarian referensi hingga pembuatan video dilakukan dalam satu aplikasi, sehingga lebih praktis dan efisien. Hasil observasi memperkuat temuan ini, dengan menunjukkan tim humas secara aktif mengoperasikan Canva melalui komputer untuk menyusun elemen desain seperti gambar, tipografi, warna, dan tata letak. Secara keseluruhan, Canva terbukti menjadi alat produksi pesan visual yang andal dan strategis bagi Humas UTS dalam mendukung penyebaran informasi kepada mahasiswa dan masyarakat secara cepat, menarik, dan profesional.



Gambar 1. Proses Pembuatan Desain Publikasi di Canva oleh Humas UTS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Canva sebagai media komunikasi visual oleh Humas Universitas Teknologi Sumbawa diwujudkan melalui penerapan berbagai unsur komunikasi visual dalam setiap desain publikasi yang dihasilkan. Mengacu pada teori komunikasi visual yang digunakan dalam penelitian ini, unsur-unsur tersebut terdiri atas warna, tipografi, gambar atau ilustrasi, layout atau tata letak, serta simbol atau ikon. Setiap unsur memiliki peran yang berbeda dalam mendukung penyampaian pesan kepada audiens. Oleh karena itu, analisis terhadap masing-masing unsur komunikasi visual perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana Canva dimanfaatkan oleh Humas Universitas Teknologi Sumbawa dalam menghasilkan publikasi yang informatif dan menarik.

Unsur Warna dalam Pemanfaatan Canva sebagai Alat Produksi Pesan Visual

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menemukan bahwa pemanfaatan warna dalam desain publikasi mencerminkan tiga fungsi utama, yaitu sebagai identitas visual kampus, sebagai daya tarik perhatian audiens, dan sebagai pembentuk makna serta pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Adapun uraian dari masing-masing fungsi warna tersebut dijelaskan pada bagian berikut.

Analisis Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Alat Produksi Pesan Visual Oleh Pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa
(Hafa, et al.)

1. Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan dan observasi langsung, penggunaan warna dalam desain publikasi Humas Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) secara konsisten mengacu pada identitas visual kampus dengan warna dasar biru, oranye, dan kuning yang menjadi acuan utama agar publikasi memiliki ciri khas mudah dikenali, sebagaimana ditegaskan oleh Informan 1 yang menyatakan desain tidak lepas dari ketiga warna tersebut, sementara Informan 2 menambahkan bahwa penggunaan warna juga disesuaikan dengan palet khusus masing-masing fakultas (misalnya biru untuk FITH dan hijau untuk FITP) untuk menjaga konsistensi identitas, dan Informan 3 memperkuat bahwa warna identitas kampus tetap menjadi pertimbangan utama agar ciri khas UTS tetap terlihat. Hasil observasi menunjukkan dominasi warna biru, oranye, dan kuning pada berbagai konten seperti informasi kampus, promosi akademik, hingga ucapan hari besar, namun dalam dua bulan terakhir ditemukan pula variasi tema visual dengan kombinasi warna ungu dan pink pada beberapa desain, yang menunjukkan adanya fleksibilitas dan pengembangan visual tanpa menghilangkan identitas utama kampus. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS memperkuat temuan ini dengan memperlihatkan konsistensi penggunaan warna identitas kampus sekaligus adanya penyesuaian tema visual terbaru, sehingga dapat disimpulkan bahwa warna dalam publikasi Humas UTS tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual yang kuat dan konsisten, tetapi juga mampu beradaptasi dengan kebutuhan komunikasi visual yang berkembang agar penyampaian informasi tetap tepat sasaran dan menarik bagi audiens.



Gambar 2. Warna sebagai identitas dalam publikasi Humas UTS

- Gambar 2 membuktikan penerapan identitas visual UTS melalui dominasi warna biru, oranye, dan kuning pada konten seperti UTS Recap dan PMB, serta diferensiasi warna hijau untuk unggahan fakultas tertentu. Variasi tema terbaru dengan kombinasi ungu dan pink juga terlihat, menunjukkan Humas UTS menjaga konsistensi identitas sekaligus fleksibilitas visual untuk komunikasi yang optimal.
2. Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, warna memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian audiens, di mana Informan 1 menegaskan bahwa perpaduan warna yang bagus mampu membuat orang tertarik melihat informasi meskipun isinya sepele, Informan 2 menambahkan bahwa kombinasi warna tidak dilakukan sembarangan karena ada warna yang tidak enak dilihat jika disatukan, dan Informan 3 menyatakan bahwa audiens pertama kali tertarik pada warna dan tampilan sebelum membaca isi konten. Hasil observasi memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa desain publikasi Humas UTS menggunakan kombinasi warna kontras dan mencolok pada judul, headline, dan informasi utama untuk membuat elemen penting lebih menonjol. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS juga membuktikan penggunaan warna-warna mencolok tersebut efektif membantu menonjolkan informasi utama, sehingga lebih mudah dikenali dan optimal dalam menarik perhatian audiens di media sosial.



Gambar 3. Penggunaan Warna Kontras Untuk Menarik Perhatian Audiens Dalam Publikasi

Gambar 3 di atas merupakan unggahan ucapan selamat pada akun Instagram @universitasteknologisumbawa yang menunjukkan penerapan kombinasi warna kontras sebagai daya tarik perhatian visual yang tepat sasaran. Pada desain tersebut, elemen headline "Selamat & Sukses" menggunakan warna ungu-magenta yang mencolok, sementara nama mahasiswa dan informasi prestasi "JUARA HARAPAN 3" ditonjolkan dengan warna biru tua yang kontras di atas latar belakang terang. Komposisi warna kontras pada informasi utama ini berfungsi menciptakan daya tarik pertama bagi audiens, yang diperkuat dengan adanya respons interaksi berupa 556 tanda suka (likes) dari publik di media sosial.

3. Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, penggunaan warna dalam desain publikasi Humas UTS disesuaikan dengan tema dan pesan yang ingin disampaikan, di mana Informan 1 menjelaskan bahwa warna memiliki makna berbeda misalnya warna cerah untuk menyemangati dan warna gelap untuk kedukaan sementara Informan 2 menambahkan bahwa warna utama dan aksen digunakan sesuai kebutuhan pesan, dan Informan 3 membedakan pemilihan warna berdasarkan karakteristik konten, dengan warna formal untuk konten akademik dan warna lebih fleksibel untuk konten santai. Hasil observasi memperkuat temuan ini dengan menunjukkan perbedaan penggunaan warna antara konten formal yang konsisten dengan identitas kampus dan konten nonformal yang lebih cerah dan variatif. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS juga membuktikan bahwa konten formal cenderung mengikuti identitas visual kampus, sedangkan konten santai menggunakan kombinasi warna beragam untuk membangun suasana dan memperkuat pesan secara optimal.



Gambar 4. Penggunaan warna untuk membentuk makna dan suasana pesan dalam publikasi

Gambar 4 di atas menampilkan unggahan konten informasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) pada akun Instagram @universitasteknologisumbawa yang menunjukkan fungsi warna dalam membentuk makna dan suasana pesan. Melalui jargon motivasi "Study Now Shine Later", desain ini mengombinasikan warna-warna cerah dan dinamis seperti oranye, kuning terang, dan pink yang berpadu dengan warna biru. Penggunaan palet warna yang bervariasi dan ekspresif ini secara visual berhasil membangun kesan yang santai, penuh energi, serta komunikatif. Penerapan elemen warna tersebut membuktikan adanya fleksibilitas pemilihan warna pada konten nonformal demi menyesuaikan karakteristik pesan yang ingin disampaikan kepada target audiens muda secara tepat sasaran.

Unsur Tipografi dalam Pemanfaatan Canva sebagai Alat Produksi Pesan Visual

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menemukan bahwa pemanfaatan tipografi dalam desain publikasi mencerminkan empat fungsi utama, yaitu legibility (kejelasan bentuk huruf), readability (kemudahan membaca), visibility (kemudahan dilihat), dan clarity (kejelasan pesan). Adapun uraian dari masing-masing fungsi tipografi tersebut dijelaskan pada bagian berikut.

1. Kejelasan Bentuk Huruf

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, pemilihan jenis huruf dalam desain publikasi Humas UTS disesuaikan dengan tema, karakter konten, dan tujuan informasi, di mana Informan 1 menekankan penggunaan font formal seperti Helvetica atau Times New Roman untuk desain formal dan menghindari font santai seperti Comic Sans, Informan 2 menambahkan bahwa font yang sering digunakan adalah Helvetica dan Arial yang mengikuti tren dan tema, sementara Informan 3 memilih font simpel dan resmi untuk konten formal agar mudah dibaca. Hasil observasi menunjukkan desainer cenderung menggunakan huruf sederhana dan mudah dikenali, dengan font dekoratif hanya sebagai elemen pendukung, sedangkan informasi utama menggunakan font formal dan jelas. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS memperkuat temuan ini dengan menunjukkan penggunaan jenis huruf sederhana seperti sans-serif dan serif pada berbagai desain, sehingga informasi terlihat jelas, mudah dikenali, dan sesuai dengan karakter desain yang dipublikasikan.



Gambar 5. Penggunaan tipografi untuk kejelasan bentuk huruf pada desain publikasi

Gambar 5 merupakan dokumentasi unggahan ucapan "Terima Kasih" pada akun Instagram Humas UTS yang menunjukkan prinsip kejelasan bentuk huruf (legibility) pada pemilihan jenis huruf. Pada publikasi dengan konsep elegan ini, teks utama "TERIMA KASIH MITRA KERJA SAMA" secara konsisten menggunakan rumpun huruf serif dekoratif yang tidak berkait tebal. Pemilihan jenis huruf tersebut membuktikan bahwa meskipun desain membutuhkan kesan estetik yang elegan, desainer tetap memprioritaskan bentuk anatomi huruf yang bersih, jelas, dan lurus agar setiap karakter tulisan dapat dengan mudah dikenali oleh audiens tanpa ambiguitas.

2. Kemudahan Membaca

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, kemudahan membaca menjadi pertimbangan penting dalam tipografi publikasi Humas UTS, yang diwujudkan melalui pengaturan ukuran tulisan dan hierarki informasi, di mana Informan 1 menegaskan informasi utama dibuat lebih besar agar menjadi fokus, Informan 2 menambahkan penentuan ukuran tidak sembarangan karena mempertimbangkan estetika dan kenyamanan, dan Informan 3 menyatakan judul acara atau tanggal dibuat lebih besar agar langsung terlihat. Hasil observasi menunjukkan desain publikasi menggunakan perbedaan ukuran untuk membangun hierarki informasi, dengan judul utama lebih besar dari subjudul dan informasi pendukung. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS memperkuat temuan ini dengan memperlihatkan ukuran tulisan bervariasi sesuai tingkat kepentingan, di mana judul kegiatan dan informasi utama ditampilkan lebih dominan, sehingga memudahkan audiens membaca dan memahami pesan secara berurutan.



Gambar 6. Penggunaan tipografi untuk kemudahan membaca pada desain publikasi

Gambar 6 merupakan unggahan publikasi informasi pendaftaran kompetisi ONMIPA pada akun Instagram Humas UTS yang merepresentasikan aspek kemudahan membaca (readability) melalui pengaturan hierarki ukuran teks. Desain tersebut menampilkan perbedaan ukuran tulisan yang kontras dan proporsional berdasarkan tingkat kepentingan informasi. Elemen headline utama "Pendaftaran ONMIPA UTS 2026" dicetak dengan ukuran poin paling besar dan paling dominan, diikuti oleh ukuran menengah pada detail bidang studi, dan ukuran terkecil untuk timeline pendaftaran. Pengaturan skala ukuran teks yang bervariasi ini mempermudah mata audiens dalam memindai (scanning) dan membaca pesan secara berurutan, cepat, serta nyaman.

3. Kemudahan Dilihat

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, keterlihatan tulisan menjadi aspek penting dalam desain publikasi Humas UTS, yang dipengaruhi oleh ukuran huruf, warna teks, dan kontras dengan latar belakang, di mana Informan 1 menegaskan bahwa ukuran terlalu kecil atau font tipis membuat informasi tidak terbaca, Informan 2 menjelaskan pentingnya menggelapkan font pada background terang dan sebaliknya, dan Informan 3 menekankan perpaduan warna agar tulisan tidak kurang jelas jika terlalu mirip dengan background. Hasil observasi menunjukkan desain publikasi umumnya menggunakan warna tulisan yang kontras dengan latar belakang agar informasi tetap terlihat jelas di berbagai perangkat digital. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS memperkuat temuan ini dengan memperlihatkan penggunaan teks berwarna putih pada latar gelap maupun teks gelap pada latar terang, sehingga informasi dapat terlihat dengan jelas oleh audiens.



Gambar 7. Penggunaan tipografi untuk kemudahan dilihat pada desain publikasi UTS

Gambar 7 merupakan desain publikasi ucapan selamat Hari Buruh pada akun Instagram Humas UTS

yang menonjolkan aspek kemudahan dilihat (visibility) dalam penggunaan tipografi. Keterlihatan teks pada desain ini dicapai secara optimal melalui penerapan kontras ekstrem, di mana teks "HARI BURUH" menggunakan warna ungu-magenta tebal yang sangat mencolok di atas latar belakang putih bersih. Penggunaan teknik penebalan (bold) serta pembatas warna kontras tajam ini memastikan bahwa tulisan tersebut tetap dapat dilihat dengan sangat jelas, kuat, dan langsung menangkap fokus visual audiens dari kejauhan tanpa distorsi elemen grafis pendukung lainnya.

4. Kejelasan Pesan

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, tipografi memiliki peran sangat penting dalam memperjelas pesan desain publikasi Humas UTS, di mana Informan 1 menyebutnya sebagai "nyawa dari sebuah desain" karena kesalahan pemilihan font membuat informasi tidak sampai ke audiens, Informan 2 menegaskan tipografi membantu orang menerima informasi dengan baik sehingga tidak perlu bertanya lagi, dan Informan 3 menekankan bahwa desain visual yang bagus tidak akan optimal jika tulisannya sulit dibaca, karena inti publikasi adalah informasi itu sendiri. Hasil observasi menunjukkan informasi utama seperti nama kegiatan, tanggal, dan lokasi ditempatkan pada posisi mudah dilihat dengan ukuran tulisan lebih dominan dibanding elemen visual lainnya. Dokumentasi unggahan Instagram Humas UTS memperkuat temuan ini dengan memperlihatkan penggunaan tipografi untuk menonjolkan informasi utama melalui penempatan judul, ukuran tulisan, dan tata letak teks yang terstruktur, sehingga audiens dapat memperoleh informasi secara jelas dan cepat, meminimalkan kesalahpahaman.



Gambar 8. Penggunaan tipografi untuk kejelasan pesan pada desain publikasi UTS

Gambar 8 merupakan dokumentasi unggahan publikasi pelatihan pada akun Instagram Humas UTS yang menunjukkan peran tipografi dalam membentuk clarity atau kejelasan inti pesan. Penempatan elemen tipografi penting disusun secara terstruktur berdasarkan urutan informasi: dimulai dari pemateri, judul materi, serta detail waktu dan lokasi yang ditekankan menggunakan ikon grafis. Pengaturan tata letak teks, penggunaan ukuran dominan pada judul materi pelatihan, serta jenis huruf yang konsisten ini membantu audiens memperoleh informasi secara jelas dan cepat, sehingga meminimalkan peluang terjadinya ambiguitas penafsiran pesan oleh audiens.

Unsur Gambar/ilustrasi dalam Pemanfaatan Canva sebagai Alat Produksi Pesan Visual

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menemukan bahwa pemanfaatan gambar atau ilustrasi dalam desain publikasi mencerminkan empat fungsi utama, yaitu sebagai media memperjelas informasi, sebagai daya tarik perhatian audiens, sebagai pembentuk makna dan pesan, serta sebagai representasi identitas kampus. Adapun uraian dari masing-masing fungsi tersebut dijelaskan pada bagian berikut.

1. Gambar sebagai Media Memperjelas Informasi

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, gambar dalam desain publikasi Humas UTS berfungsi memperjelas informasi dengan selalu disesuaikan terhadap isi konten. Informan 1 menekankan gambar harus "nyambung" dengan informasi, seperti contoh desain anti narkoba yang menggunakan gambar anak muda berprestasi, sementara Informan 2 menambahkan gambar membantu memberi bayangan visual, misalnya ilustrasi pakaian yudisium agar audiens memiliki gambaran konkret, dan Informan 3 memperkuat bahwa audiens lebih dulu melihat gambar sebelum membaca teks sehingga visual sangat membantu memperkuat pesan. Hasil observasi menunjukkan sebagian besar desain menggunakan gambar relevan dengan tema kegiatan seperti seminar, wisuda, dan pengabdian masyarakat. Dokumentasi unggahan Instagram memperkuat temuan ini.



Gambar 9. Penggunaan gambar sebagai Media Memperjelas Informasi pada desain pulikasi

Gambar 9 menampilkan publikasi inovasi "Bionic Hand" dengan foto riil perangkat mekanis dan uji coba pada anak disabilitas, yang secara konkret mereduksi ambiguitas teks dan memberikan kejelasan informasi visual kepada masyarakat.

2. Gambar sebagai Daya Tarik Perhatian Audiens

Ketiga informan menyatakan gambar berperan penting dalam menarik perhatian audiens terhadap publikasi Humas UTS. Informan 1 menjelaskan pemilihan gambar harus menarik, mengikuti tren, dan memiliki nilai tambah seperti ekspresi atau sudut foto yang baik, Informan 2 menegaskan gambar bagus membuat orang berhenti melihat unggahan, dan Informan 3 menambahkan kualitas visual sangat memengaruhi minat audiens. Hasil observasi menunjukkan penggunaan foto berkualitas baik dengan komposisi menarik pada media sosial Instagram.



Gambar 10. Penggunaan gambar sebagai daya tarik perhatian desain pada desain publikasi

Gambar 10 merupakan poster agenda "Sharing Session" yang menampilkan foto studio beresolusi tinggi dari Wakil Menteri Pendidikan Tinggi RI dengan latar kontras merah-biru, yang secara optimal memicu perhatian sejak pandangan pertama di feed dan terbukti secara empiris melalui interaksi publik mencapai 674 tanda suka.

3. Gambar sebagai Pembentuk Makna dan Pesan

Gambar dalam desain publikasi Humas UTS tidak hanya pelengkap visual tetapi juga membangun makna dan memperkuat pesan melalui pemilihan ekspresi dan situasi yang tepat. Informan 1 menjelaskan gambar dengan momen emosional, seperti foto wisudawan bersama orang tua, memberikan nilai lebih dan pesan kebahagiaan yang tidak bisa disampaikan tulisan, Informan 2 menambahkan ilustrasi digunakan untuk kegiatan yang belum dilaksanakan sementara foto asli untuk kegiatan yang sudah terjadi, dan Informan 3 menegaskan gambar membantu memperkuat pesan karena audiens lebih cepat memahami visual. Hasil observasi menunjukkan gambar selalu disesuaikan dengan tema, misalnya foto kebahagiaan untuk wisuda dan foto aktivitas akademik untuk seminar.



Gambar 11. Penggunaan gambar sebagai pembentuk makna & pesan pada desain publikasi

Gambar 11 menampilkan candid snapshot pemateri dengan gestur dinamis dan ekspresi komunikatif, yang mengonstruksi makna profesionalisme dan transfer pengetahuan interaktif, memberikan kedalaman pesan emosional tentang atmosfer akademik kampus yang tidak bisa diwakili teks semata.

4. Gambar sebagai Representasi Identitas Kampus

Penggunaan gambar dalam publikasi Humas UTS bertujuan merepresentasikan identitas dan citra kampus melalui foto asli dokumentasi kegiatan. Informan 1 menegaskan menghindari foto dari Canva karena tidak mewakili UTS, lebih memilih foto asli mahasiswa dan dosen, Informan 2 menjelaskan foto dokumentasi asli lebih sering digunakan karena menunjukkan kegiatan nyata, meskipun ilustrasi Canva tetap dipakai untuk kegiatan yang belum dilaksanakan, dan Informan 3 menambahkan foto asli lebih real dan menjaga kesan positif institusi. Hasil observasi menunjukkan dominasi penggunaan foto dokumentasi asli untuk berbagai kegiatan akademik dan nonakademik seperti wisuda, seminar, dan pengabdian masyarakat.



Gambar 12. Penggunaan gambar sebagai representasi identitas kampus pada desain publikasi

Gambar 12 menampilkan dokumentasi FGD kearifan lokal dengan foto bersama akademisi, mahasiswa, dan peneliti internal UTS, yang bertindak sebagai bukti otentisitas aktivitas institusi dan berhasil merepresentasikan jati diri UTS sebagai perguruan tinggi yang aktif berkontribusi pada riset sosiokultural daerah.

Unsur Layout/Tata Letak dalam Pemanfaatan Canva sebagai Alat Produksi Pesan Visual

layout dalam desain publikasi mencerminkan tiga fungsi utama, yaitu sebagai pengatur keseimbangan visual, sebagai pendukung keterbacaan informasi, serta sebagai pengendali kepadatan elemen desain agar tidak terlalu ramai. Adapun uraian dari masing-masing fungsi tersebut dijelaskan pada bagian berikut.

1. Layout sebagai Pengatur Keseimbangan Visual

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, layout dalam desain publikasi Humas UTS sangat diperhatikan untuk menciptakan tampilan seimbang dan nyaman dilihat melalui penyesuaian berulang pada posisi teks, gambar, dan elemen desain. Informan 1 menyatakan pengaturan posisi dilakukan berdasarkan estetika dan kenyamanan visual, Informan 2 menekankan pentingnya keseimbangan agar tidak berat sebelah, dan Informan 3 mengatur prioritas elemen sebelum menentukan posisinya. Hasil observasi menunjukkan komposisi seimbang tanpa dominasi pada satu sisi, yang diperkuat dokumentasi Instagram.



Gambar 13. Penggunaan layout sebagai pengatur keseimbangan visual pada desain publikasi

Gambar 13 (ucapan Hari Lahir Pancasila) menerapkan keseimbangan simetris formal dengan seluruh elemen disusun presisi mengikuti poros tengah, membagi berat visual secara adil sehingga tampak kokoh, stabil, dan harmonis.

2. Layout sebagai Pendukung Keterbacaan Informasi

Layout berfungsi membantu audiens memahami informasi dengan lebih mudah melalui penempatan judul, tanggal, dan isi berdasarkan tingkat kepentingan agar pesan utama langsung tertangkap. Informan 1 menjelaskan informasi inti dan tanggal diperbesar karena sering menjadi kesalahan, Informan 2 menekankan keteraturan posisi elemen, dan Informan 3 menyatakan tata letak rapi memudahkan pembacaan sistematis dari atas ke bawah. Observasi menemukan penyusunan informasi secara hierarkis dengan judul utama lebih besar, didukung dokumentasi Instagram.



Gambar 14. Penggunaan layout sebagai pendukung keterbacaan informasi pada desain publikasi

Gambar 14 (Lomba Video Kreatif) menerapkan hierarki visual sistematis dengan headline terbesar dan pengelompokan informasi penting dalam blok warna serta bullet points, membuat teks padat mudah dibaca dan terbukti efektif dengan respons 451 likes, 29 komentar, dan 194 dibagikan.

3. Layout sebagai Pengendali Kepadatan Elemen Desain

Layout berfungsi menghindari desain terlalu ramai agar tetap nyaman dilihat melalui pengaturan proporsional jumlah elemen, warna, dan teks. Informan 1 menganjurkan tidak banyak menggunakan

elemen, warna, dan font agar tidak ramai, Informan 2 menekankan tidak ada ruang kosong maupun penumpukan di satu titik, dan Informan 3 menyatakan pembatasan elemen diperlukan agar informasi utama tetap jelas. Observasi menemukan penggunaan bentuk geometris dari Canva sebagai wadah latar teks atau penyekat visual untuk mengendalikan kepadatan.



Gambar 15. Penggunaan layout sebagai pengendali kepadatan elemen desain pada publikasi UTS

Gambar 15 (Dies Natalis ke-14) menerapkan kesederhanaan visual dengan latar bersih, empat kegiatan utama disusun proporsional dalam kotak berwarna tanpa penumpukan, serta penggunaan white space dan font konsisten, terbukti dengan respons 93 likes yang menunjukkan desain nyaman dilihat dan mudah dicerna.

Unsur Simbol/Ikon dalam Pemanfaatan Canva sebagai Alat Produksi Pesan Visual

1. Simbol/Ikon sebagai Pelengkap Informasi Visual

Berdasarkan wawancara dengan ketiga informan, simbol atau ikon berfungsi sebagai elemen pendukung yang melengkapi informasi agar lebih mudah dipahami oleh audiens, di mana Informan 1 menggunakannya untuk pendukung informasi, Informan 2 menyatakan ikon membuat desain lebih informatif, dan Informan 3 menegaskan ikon membuat desain lebih komunikatif dan tidak kosong. Hasil observasi menunjukkan ikon seperti simbol media sosial, lokasi, dan waktu sering digunakan untuk memperjelas informasi penting.



Gambar 16. Penggunaan simbol/ikon sebagai pelengkap informasi visual pada desain publikasi UTS

Gambar 16 memperlihatkan bukti konkret pada poster "Lomba Karaoke" dengan ikon pin lokasi merah di samping teks "PANGGUNG AREA REKTORAT UTS" yang mempercepat pemahaman audiens, serta logo resmi Dies Natalis dan universitas di bagian atas sebagai identitas, yang terbukti efektif dengan respons 303 likes, 51 komentar, dan 54 dibagikan.

2. Simbol/Ikon sebagai Penegas Identitas Visual

Berdasarkan penelitian, simbol atau ikon berfungsi sebagai penegas identitas visual institusi melalui penggunaan logo kampus dan ikon media sosial resmi yang menjadi bagian penting dalam setiap desain, di mana Informan 1 menegaskan logo sebagai identitas utama agar orang tahu sumber informasi, Informan 2 menyatakan semua desain wajib ada logo kampus, dan Informan 3 menekankan logo sebagai identitas utama publikasi humas. Hasil observasi menunjukkan setiap desain selalu mencantumkan logo universitas dan/atau fakultas secara konsisten di seluruh unggahan media sosial.



Gambar 17. Penggunaan simbol/ikon sebagai penegas identitas visual pada desain publikasi

Gambar 17 membuktikan konsistensi ini pada desain Dies Natalis dan poster "Mesin Injeksi" yang selalu mencantumkan logo di bagian atas sebagai standar baku identitas visual, berfungsi sebagai penanda legalitas utama sehingga audiens langsung mengenali sumber resmi UTS, dengan respons publik yang tinggi hingga 632 likes pada publikasi inovasi.

3. Simbol/Ikon sebagai Pendukung Keterpahaman dan Estetika Desain

Berdasarkan penelitian, simbol atau ikon berfungsi membantu audiens memahami informasi lebih cepat serta meningkatkan nilai estetika desain, di mana Informan 1 menyatakan ikon membantu memperjelas informasi, Informan 2 menegaskan tanpa ikon desain terlihat berbeda dan kurang informatif, dan Informan 3 menekankan ikon membantu memperjelas informasi singkat dan membuat desain lebih mudah dipahami. Hasil observasi menunjukkan penggunaan ikon membuat desain lebih terstruktur, tidak kosong, dan mudah dipahami karena informasi penting dibantu representasi visual.



Gambar 18. Penggunaan simbol/ikon sebagai keestetikaan desain pada desain publikasi UTS

Gambar 18 memperlihatkan bukti pada ucapan selamat kepada "Tim Elang Muda Robotic" dengan ikon piala emas besar yang diintegrasikan proporsional dengan foto mahasiswa, berfungsi sebagai komponen estetis yang membuat desain dinamis sekaligus mendukung keterpahaman audiens mengenai pencapaian prestasi secara instan, dengan respons tinggi 613 likes dan 6 komentar.

Pembahasan

Analisis Pemanfaatan Canva Sebagai Alat Produksi Pesan Visual Humas UTS

Penelitian ini mengungkap bahwa Canva telah menjadi aplikasi andalan Humas Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) dalam memproduksi berbagai konten publikasi selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan wawancara dengan tiga informan, Canva dipilih karena menawarkan kemudahan operasional, kelengkapan fitur, dan efisiensi waktu dalam proses desain, di mana Informan 1 menekankan kecepatan dan variasi elemen, Informan 2 menyoroti ketersediaan template dan referensi desain, sedangkan Informan 3 menambahkan integrasi fitur dalam satu platform yang lebih praktis dibandingkan perangkat lunak konvensional. Canva terbukti dimanfaatkan untuk memproduksi beragam konten seperti flyer, poster, banner, baliho, informasi akademik, ucapan hari besar, hingga konten media sosial Instagram, dengan proses sistematis yang diawali pengumpulan informasi dan dokumentasi, penyusunan konsep visual, serta tahap pemeriksaan sebelum publikasi untuk menjaga akurasi pesan, bahkan dalam kondisi mendesak desain dapat diselesaikan dalam waktu singkat.

Observasi memperkuat temuan bahwa Canva digunakan secara langsung sebagai instrumen untuk mengorkestrasikan unsur-unsur visual seperti warna, tipografi, gambar, tata letak, dan simbol ke dalam satu ruang kerja digital, sehingga Canva tidak lagi sekadar alat bantu teknis melainkan telah menjadi bagian integral dari sistem kerja kehumasan. Secara teoritis, pemanfaatan Canva ini sejalan dengan konsep komunikasi visual Adi Kusrianto (2007) yang menjelaskan penyampaian pesan melalui unsur visual secara terpadu agar informasi dapat diakses dan dicerna lebih cepat oleh audiens. Fenomena ini merepresentasikan adaptasi institusi terhadap disrupsi teknologi digital, di mana Canva tidak hanya memotong birokrasi teknis pembuatan desain yang rumit tetapi juga membantu membangun standarisasi publikasi yang selaras dengan identitas visual universitas, sehingga analisis mendalam terhadap masing-masing unsur visual warna, tipografi, gambar, layout, dan symbol menjadi penting untuk memahami bagaimana Canva dimanfaatkan

secara optimal dalam mendukung komunikasi visual Humas UTS.

Analisis Unsur Warna

Berdasarkan teori Adi Kusrianto (2007), warna dalam desain publikasi Humas UTS berfungsi sebagai identitas visual, daya tarik perhatian, dan pembentuk makna pesan. Gambar 2 menunjukkan dominasi warna biru, oranye, dan kuning sebagai identitas kampus yang konsisten pada berbagai konten seperti UTS Recap dan PMB, serta diferensiasi warna hijau untuk unggahan fakultas tertentu dan variasi ungu-pink pada konten terbaru, mencerminkan penerapan prinsip konsistensi warna untuk membangun brand identity yang kuat sekaligus fleksibilitas visual tanpa menghilangkan ciri khas utama. Gambar 3 memperlihatkan penggunaan warna kontras pada headline untuk menarik perhatian audiens, di mana kombinasi warna yang tepat terbukti mampu menciptakan kesan pertama yang kuat dan meningkatkan ketertarikan publik, sementara Gambar 4 mendemonstrasikan fungsi warna sebagai pembentuk makna dan suasana, dengan palet dinamis pada konten nonformal yang membangun kesan santai dan komunikatif, sedangkan warna formal digunakan untuk informasi resmi, sehingga secara keseluruhan unsur warna yang dikelola melalui Canva telah berfungsi optimal dalam memperkuat citra institusi dan kejelasan penyampaian pesan kepada audiens.

Analisis Unsur Tipografi

Berdasarkan teori Tinarbuko (2015), tipografi dalam desain publikasi Humas UTS memiliki empat fungsi utama: legibility, readability, visibility, dan clarity. Gambar 5 menunjukkan penerapan legibility melalui pemilihan font formal seperti Helvetica dan Times New Roman pada konten resmi serta font serif dekoratif untuk konsep elegan, memastikan setiap karakter huruf mudah dikenali oleh audiens tanpa ambiguitas. Gambar 6 mendemonstrasikan readability melalui hierarki ukuran tulisan yang bervariasi, di mana headline dibuat paling besar diikuti informasi pendukung, memudahkan audiens membaca pesan secara berurutan dan cepat. Gambar 7 memperlihatkan visibility dengan penggunaan kontras ekstrem antara teks dan latar belakang serta penebalan huruf, memastikan tulisan terlihat jelas dari kejauhan. Gambar 8 menunjukkan clarity melalui penempatan informasi penting secara terstruktur dengan ukuran dominan pada judul materi, sehingga audiens dapat memahami inti pesan secara instan dan meminimalkan kesalahpahaman. Secara keseluruhan, penerapan tipografi melalui Canva telah berjalan optimal dalam mendukung kejelasan bentuk huruf, kemudahan membaca, keterlihatan, dan kejelasan pesan publikasi.

Analisis Unsur Gambar/Illustrasi

Berdasarkan teori Adi Kusrianto (2007), gambar dalam desain publikasi Humas UTS berfungsi sebagai media memperjelas informasi, daya tarik perhatian, pembentuk makna, dan representasi identitas kampus. Gambar 9 menunjukkan fungsi gambar sebagai media memperjelas informasi melalui foto riil inovasi "Bionic Hand" yang memberikan kejelasan visual tentang produk dan proses uji coba, membantu audiens memahami informasi secara utuh. Gambar 10 mendemonstrasikan fungsi gambar sebagai daya tarik perhatian dengan foto tokoh nasional beresolusi tinggi yang mampu memicu perhatian audiens di media sosial, terbukti dengan tingginya interaksi publik hingga 674 likes. Gambar 11 memperlihatkan gambar sebagai pembentuk makna melalui foto candid yang mengonstruksi makna profesionalisme dan

transfer pengetahuan interaktif, memberikan nilai kedalaman pesan emosional yang tidak dapat diwakili teks semata. Gambar 12 menunjukkan gambar sebagai representasi identitas kampus melalui foto dokumentasi kegiatan internal UTS yang autentik, mencerminkan aktivitas nyata sivitas akademika dan memperkuat citra institusi di mata publik. Penggunaan foto asli lebih diutamakan dibanding ilustrasi Canva untuk menjaga identitas visual yang kuat.

Analisis Unsur Layout/Tata Letak

Berdasarkan teori Tinarbuko (2015), layout dalam desain publikasi Humas UTS berfungsi sebagai pengatur keseimbangan visual, pendukung keterbacaan informasi, dan pengendali kepadatan elemen desain. Gambar 13 menunjukkan penerapan keseimbangan simetris formal pada poster Hari Lahir Pancasila, di mana elemen visual seperti logo, ilustrasi, dan teks disusun secara presisi mengikuti poros tengah, menciptakan tampilan yang kokoh dan harmonis. Gambar 14 mendemonstrasikan layout sebagai pendukung keterbacaan melalui hierarki visual yang sistematis, dengan headline dibuat paling besar, informasi penting dikelompokkan dalam blok warna dan bullet points, serta penataan terstruktur yang memudahkan pembacaan dari atas ke bawah, terbukti dengan tingginya interaksi audiens. Gambar 15 memperlihatkan layout sebagai pengendali kepadatan elemen desain melalui penerapan prinsip kesederhanaan, pembatasan elemen dekoratif, penggunaan white space, dan penyebaran informasi ke dalam kotak-kotak berwarna yang seimbang, menghasilkan desain yang bersih, rapi, dan tidak membingungkan. Penggunaan unsur bentuk geometris dari Canva sebagai pembatas visual juga membantu mengendalikan kepadatan informasi, sehingga layout berperan penting dalam menciptakan desain yang komunikatif dan nyaman dilihat.

Analisis Unsur Simbol/Ikon

Berdasarkan teori Tinarbuko (2015), simbol atau ikon dalam desain publikasi Humas UTS berfungsi sebagai pelengkap informasi visual, penegas identitas visual, serta pendukung keterpahaman dan estetika desain. Gambar 16 menunjukkan ikon sebagai pelengkap informasi melalui penggunaan ikon pin lokasi merah pada poster "Lomba Karaoke" yang mempercepat pemahaman audiens mengenai tempat pelaksanaan acara secara instan, serta logo resmi Dies Natalis dan universitas di bagian atas sebagai simbol identitas, dengan respons publik yang tinggi (303 likes, 51 komentar). Gambar 17 mendemonstrasikan ikon sebagai penegas identitas visual melalui pencantuman logo universitas secara konsisten pada bagian atas setiap desain, baik untuk konten Dies Natalis maupun poster inovasi, berfungsi sebagai penanda legalitas utama yang membangun kepercayaan audiens, terbukti dengan publikasi inovasi yang meraih 632 likes. Gambar 18 memperlihatkan ikon sebagai pendukung keterpahaman dan estetika melalui penggunaan ikon piala emas besar yang diintegrasikan dengan foto mahasiswa pada ucapan selamat kepada "Tim Elang Muda Robotic", berfungsi sebagai komponen estetis sekaligus penanda prestasi yang membuat audiens langsung memahami inti pesan, dengan respons 613 likes. Secara keseluruhan, penggunaan simbol/ikon melalui Canva telah berperan optimal dalam melengkapi informasi, menegaskan identitas, serta meningkatkan keterpahaman dan estetika desain publikasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mendalam mengenai pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat produksi pesan visual oleh pengelola Humas Universitas Teknologi Sumbawa (UTS), dapat disimpulkan bahwa aplikasi ini telah digunakan secara optimal sebagai perangkat utama dalam mendukung efisiensi produksi seluruh konten publikasi, baik untuk media digital maupun cetak. Fleksibilitas, kelimpahan fitur, serta kecepatan eksekusi yang ditawarkan oleh Canva membantu pengelola Humas UTS untuk tetap adaptif, responsif, dan praktis dalam menyebarkan informasi yang aktual kepada publik. Pemanfaatan tersebut dibuktikan lewat pemenuhan prinsip-prinsip komunikasi visual secara fungsional dan struktural pada setiap produk desain yang dihasilkan.

Dalam hal penerapan unsur warna, Humas UTS secara konsisten menggunakan warna yang mengacu pada identitas visual korporat kampus seperti biru, oranye, dan kuning, serta menerapkan diferensiasi warna berbasis fakultas guna memperkuat brand identity institusi, di samping memanfaatkan warna kontras sebagai daya tarik utama untuk merebut perhatian audiens. Dari aspek tipografi, pemilihan rumpun font formal seperti sans-serif atau serif telah berhasil memenuhi standar keterbacaan yang baik, di mana pengaturan hierarki ukuran teks yang terstruktur mempermudah publik dalam memindai informasi penting secara sistematis. Penggunaan gambar atau ilustrasi juga berfungsi sangat baik dalam memperjelas pesan verbal, di mana Humas UTS memprioritaskan visual berupa foto dokumentasi asli kegiatan kampus untuk memunculkan kesan otentik serta menjaga citra positif lembaga. Sementara itu, aspek layout atau tata letak mampu dikelola dengan seimbang secara simetris dan proporsional melalui pemanfaatan ruang kosong (white space) dan pembatasan elemen dekoratif agar desain terhindar dari kesan penumpukan informasi yang rumit. Terakhir, unsur simbol atau ikon berperan efektif sebagai penegas identitas institusi melalui pencantuman logo resmi universitas serta penggunaan ikon petunjuk instan yang mempercepat pemahaman informasi oleh audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Rulli Nasrullah, M. Si. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*.
Dr. Sirajuddin Saleh, S. Pd., M. Pd. (2023). *Buku Referensi Mengenal Penelitian Kualitatif*.
Glen M. Broom, Ph. D., & Bey-Ling Sha, Ph. D., A. (2013). *Cutlup And Centr's Effective Public Relations*.
Ikhlas, R. Z., Japakiya, R., & Muzayanah, T. (2023). Utilization Of Canva Application As A Learning Media Video Creation. *Journal Of Social Science Utilizing Technology*, 1(3), 158–169. <https://doi.org/10.55849/Jssut.V1i3.558>
Kriyantono, R., & Anggraini, C. (2020). Public Relations Or Humas: How Do The Public And Practitioners Perceive It? In *Desember* (Vol. 9, Number 2).
Kusrianto, A. (2007). *Penantar Desain Komunikasi Visual*. Andi.
Muhammad Rizky, Fadira Az-Zahra, & Malika Fitriazara. (2025). Pemanfaatan Canva Oleh Mahasiswa Ipii Untuk Mengemas Ulang Informasi Literasi Digital Ke Dalam Bentuk Infografis. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(3), 126–137. <https://doi.org/10.62383/Sosial.V2i3.1996>
Pamela, A. W., Aisyah, N., & Ramadinoto, R. D. (2025). Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual Dalam Pelatihan Pembuatan Infografis Dengan Canva Bagi Guru Paud Dadali. *Indonesian Journal*

- For Social Responsibility*, 7(2), 210–221. <https://doi.org/10.36782/Ijsr.V7i02.524>
- Pelangi, G., Syarif, U., & Jakarta, H. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia Jenjang Sma/Ma. In *Jurnal Sasindo Unpam* (Vol. 8, Number 2).
- Qadri, M. A. Al. (2023). Analisis Pengelolaan Instagram Dalam Penyebaran Informasi Menggunakan Teori The Circular Model Some. *Al-Dyas*, 2(3), 685–710. <https://doi.org/10.58578/Aldyas.V2i3.1495>
- Rusnilawati, R., Rahmawati, R. O., Amalia, R. R., Kurniasih, R., Aguvia, R. D., Pamungkas, R. S. A., Ronalia, R., Nisa', R., Pratiwi, S., Mardiana, S., Hazima, A. A., & Rahman, F. (2024). Pelatihan Pembuatan Lkpd Dan Video Pembelajaran Dengan Pendekatan Crt Melalui Aplikasi Canva Bagi Guru Sekolah Dasar. *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(12), 2355–2365. <https://doi.org/10.33084/Pengabdianmu.V9i12.7650>
- Saehan, A., Suryadi, S., & Hidayat Pohan, T. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (Jpmg)*, 3(2), 44–48. <https://doi.org/10.58369/Jpmg.V2i4.129>
- Sugiyono. (2022). *Cocok Untuk: TM 4. Mahasiswa, S41, S2 Dan 53 2. Dosen Dan Peneliti J Rekor Indonesia Rin Donesia*.
- Sumarto, R. H. (2016). Komunikasi Dalam Kegiatan Public Relations. *Informasi*, 46(1), 63. <https://doi.org/10.21831/Informasi.V46i1.9650>
- Sumbo Tinarbuko. (2015). *Dekave Desain Komunikasi Visual-Penanda Zaman Masyarakat Global*.
- Tri Wulandari, & Adam Mudinillah. (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>
- Wikansari, D., & Setyanto, Y. (N.D.-A). *Dhita Wikansari, Yugih Setyanto: Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram*.
- Wikansari, D., & Setyanto, Y. (N.D.-B). *Dhita Wikansari, Yugih Setyanto: Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram Humas Dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Melalui Media Sosial Instagram*.
- Karlina, E. (2021). Optimalisasi Fitur Aplikasi Canva sebagai Alat Bantu Efisiensi Kerja Organisasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(3), 210–222.
- Saehan, S., dkk. (2023). Analisis Komparasi Fitur Gratis dan Premium Aplikasi Canva dalam Mendukung Produktivitas Kerja. *Jurnal Teknologi Komunikasi Kontemporer*, 11(1), 34–45.