

Pelatihan Bahasa Visual dalam Media Sosial sebagai Branding Diri Anak-anak Panti Asuhan Dharma Laksana

I Nyoman Miyarta Yasa¹, Ashar Banyu Lazuardi², Mohamad Yudisa Putrajip³,
I Gde Anjas kharisma Nata⁴, Qatrunnada⁵, I Wayan Kusuma Di Biagi⁶
^{1,2,3,4,5}Desain Komunikasi Visual, Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia
⁶Seni Pertunjukan, Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia
¹miyarta.yasa@universitasbumigora.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pelatihan bahasa visual dalam mendukung pembentukan branding diri anak-anak Panti Asuhan Dharma Laksana melalui media sosial. Pelatihan difokuskan pada peningkatan literasi visual, keterampilan produksi konten, serta kemampuan membangun konsistensi identitas digital yang aman dan terarah. Menggunakan pendekatan partisipatif, penelitian ini melibatkan observasi, analisis konten, dan penilaian pre-post untuk melihat perubahan kemampuan teknis dan psikososial peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan membaca dan memproduksi visual, membangun estetika personal, serta peningkatan rasa percaya diri. Respons audiens juga berperan dalam memperkuat pembentukan identitas digital peserta. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan bahasa visual dapat menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan anak di lingkungan panti asuhan.

Kata kunci: bahasa visual, branding diri, anak panti asuhan.

Abstract

This study investigates the effectiveness of visual language training in strengthening self-branding skills among children at the Dharma Laksana Orphanage through social media. The problem addressed in this research is the limited visual literacy and inconsistent digital identity often found in orphanage-based youth, which can hinder their ability to participate in today's visually driven communication landscape. The training aimed to enhance their visual comprehension, content-production abilities, and confidence in developing a safe and consistent online identity. Using a participatory method, the program combined observation, content analysis, and pre-post assessments to evaluate changes in technical and psychosocial competencies. The results show substantial improvement in participants' ability to interpret and create visual materials, articulate a personal aesthetic, and engage more confidently with digital platforms. Audience feedback also played a supportive role in reinforcing their emerging digital identities. Overall, the findings indicate that visual language training can serve as an effective empowerment strategy, helping orphanage youth build stronger self-presentation skills and participate more meaningfully in online spaces.

Keywords: visual language, self-branding, orphanage youth..

Submit: November 2025

Diterima: November 2025

Publish: November 2025



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons
Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah menempatkan media sosial sebagai ruang interaksi utama bagi berbagai kelompok usia, termasuk anak, anak dan remaja. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga medium ekspresi diri, pembentukan identitas, serta perluasan jejaring sosial. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa kemampuan memahami dan memproduksi pesan visual menjadi kompetensi penting dalam kehidupan digital. Sejalan dengan pandangan McCrory et al. (2020), peningkatan intensitas penggunaan media sosial berbasis visual memberikan pengaruh yang nyata terhadap perkembangan psikologis, cara anak memandang diri sendiri, serta bagaimana mereka ingin dikenali oleh lingkungan sekitar.

Dalam konteks anak, anak panti asuhan, fenomena ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Di satu sisi, media sosial dapat menjadi ruang yang memungkinkan mereka membangun kepercayaan diri, mengekspresikan kreativitas, dan menunjukkan potensi diri secara lebih luas. Namun, di sisi lain, keterbatasan akses pendidikan teknologi, kurangnya pendampingan, serta minimnya pengetahuan tentang literasi visual dan keamanan digital dapat menghambat mereka dalam memanfaatkan media sosial secara konstruktif. UNICEF (2019; 2020) menegaskan bahwa anak, anak yang berada dalam situasi rentan membutuhkan dukungan yang lebih sistematis dalam memahami literasi digital agar mampu berpartisipasi secara aman dan produktif di ruang daring.

Pelatihan bahasa visual menjadi salah satu strategi yang relevan untuk

menjembatani kebutuhan tersebut. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada kemampuan teknis seperti pengambilan gambar atau pengeditan, tetapi juga pemahaman tentang struktur pesan visual, prinsip estetika, dan kemampuan menghubungkan elemen visual dengan identitas diri. Kompetensi ini menjadi landasan penting bagi praktik branding diri, yaitu upaya membentuk citra diri secara sadar melalui media (Achmad & Ruhaena, 2020). Dalam praktiknya, branding diri di kalangan anak bukan bertujuan komersial, melainkan membantu mereka mengenali potensi, mengekspresikan diri secara positif, serta membangun rasa percaya diri.

Studi Avci (2024) menunjukkan bahwa pembentukan identitas digital pada anak dan remaja dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan konten visual dan dinamika sosial yang ada di media sosial. Hal ini mempertegas bahwa kemampuan mengelola konten visual secara reflektif dapat membantu anak memahami bagaimana citra diri dibentuk dan dipersepsikan oleh orang lain. Prastiti (2020) mengaitkan proses ini dengan teori dramaturgi Goffman, di mana media sosial berfungsi sebagai panggung bagi individu dalam menampilkan diri sesuai identitas yang ingin dibangun.

Dalam pelaksanaannya, pendekatan digital storytelling merupakan metode pelatihan yang mendukung pengembangan bahasa visual anak. Chan et al. (2021) menunjukkan bahwa digital storytelling tidak hanya meningkatkan kemampuan berpikir kritis, tetapi juga membantu peserta mengorganisasi pengalaman pribadi ke dalam narasi visual yang terstruktur. Metode ini semakin relevan karena dapat diadaptasi untuk anak, anak panti asuhan yang membutuhkan pendekatan pembelajaran yang kontekstual dan partisipatif. Dukungan

studi dari Jurnal FKIP UWGM (2025) juga menguatkan bahwa narasi visual membantu peserta didik memahami hubungan antara pengalaman personal dan representasi visual.

Di samping kemampuan teknis dan kreatif, pelatihan bahasa visual perlu memperhatikan aspek perlindungan anak di ruang digital. UNICEF (2020; 2021) dan ITU (2021) menekankan bahwa keselamatan anak harus menjadi prioritas, terutama ketika mereka mulai terlibat dalam produksi dan publikasi konten visual. Pedoman tentang privasi, jejak digital, dan risiko paparan konten negatif menjadi bagian fundamental yang wajib disertakan dalam desain pelatihan. Dalam konteks panti asuhan, perlindungan ini tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga mencakup tata kelola institusi yang memastikan anak terlibat dalam kegiatan digital secara etis dan aman.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun untuk menganalisis pelaksanaan pelatihan bahasa visual pada anak-anak Panti Asuhan Dharma Laksana. Fokus penelitian diarahkan pada kontribusi pelatihan dalam mendukung kemampuan anak memahami elemen visual, menyusun narasi personal, serta membangun branding diri yang positif dan aman di media sosial. Penelitian ini juga bertujuan memberikan gambaran mengenai relevansi literasi visual sebagai bagian integral dari pendidikan digital bagi anak dalam pengasuhan alternatif.

A. Tinjauan Pustaka

1) Literasi Visual dan Bahasa Visual

Literasi visual mencakup kemampuan untuk menafsirkan dan menciptakan pesan visual secara sadar dan terarah. Kurniawati (2017) menekankan bahwa literasi visual bukan hanya terkait kemampuan estetika, tetapi

mencakup pemahaman simbol, konteks, dan tujuan komunikasi. Hal ini sejalan dengan Simon et al. (2015) yang menguraikan bahwa kompetensi visual anak berkembang melalui pengenalan terhadap elemen desain seperti komposisi, warna, dan hubungan antar objek. Dalam konteks media sosial, kemampuan tersebut menjadi semakin penting karena sebagian besar komunikasi berbasis pada gambar dan video.

Perspektif teori visual dari koleksi *Reading the Pictures* menggarisbawahi bahwa visual memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi dan identitas. Pandangan para teoretikus seperti Barthes dan Sontag yang sering dikutip dalam kajian literasi visual menunjukkan bahwa gambar tidak pernah netral; selalu memuat pesan yang dapat membangun atau memengaruhi citra diri seseorang. Oleh karena itu, pelatihan bahasa visual untuk anak perlu membekali mereka dengan kemampuan membaca dan merancang pesan visual secara kritis.

2) Media Sosial dan Pembentukan Identitas Anak

Identitas digital anak dibentuk melalui keterlibatan mereka dengan media sosial, di mana representasi visual menjadi salah satu elemen utama. Avci (2024) menegaskan bahwa perkembangan identitas digital berkaitan erat dengan interaksi di ruang daring dan paparan konten visual. Achmad dan Ruhaena (2020) menemukan bahwa remaja sering menggunakan Instagram untuk membangun citra diri yang konsisten melalui estetika visual tertentu. Temuan ini diperkuat Prastiti (2020), yang menjelaskan branding diri sebagai praktik performatif, di mana individu secara sadar mengatur bagaimana diri mereka ditampilkan di hadapan publik daring.

3) Digital Storytelling sebagai Pendekatan Pembelajaran

Metode digital storytelling memberikan ruang bagi anak untuk menyusun pengalaman pribadi dalam bentuk narasi visual. Chan et al. (2021) mengidentifikasi bahwa metode ini efektif untuk meningkatkan ekspresi diri dan kemampuan mengorganisasi pesan. Dalam konteks pembelajaran anak panti asuhan, pendekatan ini relevan karena memungkinkan peserta untuk membangun keterampilan visual sekaligus memperkuat pemahaman mereka terhadap identitas diri. Studi yang diterbitkan dalam Jurnal FKIP UWGM (2025) menambahkan bahwa digital storytelling memiliki dampak positif terhadap motivasi belajar dan kualitas produksi media anak.

4) Partisipasi Anak dalam Produksi Media

UNESCO (2022) menegaskan bahwa partisipasi anak dalam media digital merupakan bagian dari literasi abad ke-21. Magee et al. (2023) menemukan bahwa penggunaan teknologi digital dalam proyek partisipatif dapat memperkuat suara dan kepercayaan diri anak. Studi SAGE (2021) mengenai video partisipatif juga menunjukkan bahwa keterlibatan anak dalam produksi media mendorong kemampuan reflektif dan kolaboratif. Pendekatan partisipatif ini sangat relevan untuk pelatihan bahasa visual yang bertujuan mengembangkan kepemilikan anak terhadap proses pembelajaran.

5) Perlindungan Anak di Ruang Digital

Keamanan anak dalam ruang digital menjadi hal yang tidak terpisahkan dari setiap program pelatihan. UNICEF (2020; 2021) menekankan perlunya pendidikan tentang privasi, risiko interaksi daring, dan identitas digital. ITU

(2021) juga menggarisbawahi pentingnya tata kelola institusi dalam memastikan keselamatan anak saat berpartisipasi dalam aktivitas digital. Dalam konteks panti asuhan, aspek ini menjadi semakin penting karena anak berada dalam lingkungan pengasuhan alternatif yang membutuhkan pengawasan lebih menyeluruh.

2. METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, deskriptif untuk memahami proses dan dampak pelatihan bahasa visual terhadap kemampuan branding diri anak, anak Panti Asuhan Dharma Laksana. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan perubahan perilaku visual peserta pelatihan dalam konteks penggunaan media sosial. Sebagaimana ditekankan UNESCO (2022), metode kualitatif relevan digunakan dalam studi literasi digital dan partisipasi anak karena memberikan ruang bagi interpretasi yang komprehensif mengenai dinamika pembelajaran yang dialami peserta.

Subjek penelitian terdiri atas 15 anak berusia 10–16 tahun yang tinggal di Panti Asuhan Dharma Laksana. Pemilihan peserta menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan keterlibatan mereka dalam program pelatihan bahasa visual yang diselenggarakan panti. Kelompok usia ini dipilih dengan pertimbangan bahwa anak dan remaja pada rentang usia tersebut berada pada fase aktif menggunakan media digital serta sedang membentuk identitas diri melalui representasi visual (Avci, 2024). Lingkungan panti asuhan juga relevan karena anak-anak dalam pengasuhan alternatif kerap memiliki keterbatasan literasi digital dasar sebagaimana dicatat oleh UNESCO (2024) dalam studi literasi digital pada institusi perawatan anak.

Pelatihan bahasa visual dirancang berdasarkan prinsip literasi visual (Kurniawati, 2017; Simon et al., 2015) serta panduan internasional mengenai partisipasi digital anak (UNICEF, 2020; UNESCO, 2022). Materi pelatihan terdiri atas empat komponen utama; pengenalan elemen dasar desain visual, pengembangan narasi personal melalui digital storytelling, praktik produksi konten visual (foto, poster, video pendek), edukasi keamanan digital dan etika penggunaan media sosial.

Pendekatan digital storytelling yang digunakan dalam pelatihan mengacu pada model yang diusulkan Chan et al. (2021), di mana peserta dilatih untuk menggabungkan gambar, teks, dan suara dalam sebuah narasi visual yang merefleksikan pengalaman personal mereka. Metode ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan ekspresi diri dan kemampuan berpikir kritis anak dalam proses produksi media.

Selain itu, pelatihan mengadopsi unsur partisipatif sebagaimana dianjurkan dalam penelitian Magee et al. (2023) dan studi video partisipatif dari SAGE Journals (2021). Setiap peserta diberi kesempatan merancang konsep visual sendiri, menentukan tema identitas yang ingin diangkat, serta terlibat secara aktif dalam sesi diskusi dan refleksi kelompok. Pendekatan partisipatif ini membantu memperkuat rasa kepemilikan anak terhadap karya yang dihasilkan.

teknik yang digunakan untuk memperoleh data:

Observasi Partisipatif Dimana dilakukan observasi terhadap dinamika pelatihan, interaksi peserta, proses produksi konten visual, serta perubahan perilaku anak dalam mengekspresikan diri melalui media digital. Observasi dilakukan secara langsung untuk menangkap aspek non-verbal dan spontanitas peserta sebagaimana

dianjurkan dalam riset literasi visual (Rosmiati, 2018).

Wawancara Semi, Terstruktur digunakan untuk menggali pemahaman peserta mengenai identitas diri, pengalaman mengikuti pelatihan, serta persepsi mereka terhadap media sosial. Format semi, terstruktur dipilih untuk memberi fleksibilitas dalam menangkap perspektif personal yang beragam.

Peneliti membandingkan karya visual sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan indikator literasi visual yang dikembangkan Kurniawati (2017) serta Simon et al. (2015). Analisis dilakukan dengan memperhatikan aspek komposisi, simbolik, kohesi pesan, dan konsistensi identitas.



Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik, yang meliputi proses pengkodean awal, kategorisasi, dan penafsiran berdasarkan tema, tema utama yang muncul. Analisis tematik dipilih karena sesuai untuk memetakan perubahan keterampilan dan persepsi peserta selama mengikuti pelatihan. Seluruh temuan disintesis dengan konsep branding diri (Achmad & Ruhaena, 2020; Prastiti, 2020) serta kerangka literasi visual dan partisipasi digital dari UNICEF (2019; 2020) dan UNESCO (2022).

Triangulasi dilakukan dengan menggabungkan data observasi, wawancara, dan analisis karya visual untuk memastikan validitas temuan. Selain itu, prinsip perlindungan anak dan etika penelitian digital mengikuti pedoman UNICEF (2021) dan ITU (2020), termasuk persetujuan pihak pengasuh dan anonimitas identitas anak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Kemampuan Anak dalam Membuat Konten Visual, Estetika, dan Konsistensi Branding Diri

Pelatihan bahasa visual yang diberikan kepada anak-anak Panti Asuhan Dharma Laksana menunjukkan perkembangan yang nyata dalam cara mereka memahami dan memproduksi konten visual untuk media sosial. Proses pembelajaran yang dirancang secara bertahap—mulai dari pengenalan prinsip dasar desain hingga praktik pembuatan konten visual—mendorong peserta untuk mengeksplorasi cara mengekspresikan identitas diri melalui gambar, warna, simbol, dan tata letak visual yang lebih terarah. Temuan ini sejalan dengan pernyataan Chen (2020) bahwa bahasa visual berperan penting dalam membangun citra diri di ruang digital, terlebih pada kelompok usia remaja yang sedang membentuk konsep diri.

Gambar 1. Pemberian Materi Bahasa Visual, Membuat Konten Visual, Estetika, dan Konsistensi Branding Diri

Pada tahap awal, sebagian besar peserta menunjukkan keterbatasan dalam mengorganisasikan elemen visual, baik dari segi komposisi maupun kesesuaian visual dengan pesan yang ingin

disampaikan. Mereka umumnya lebih mengandalkan intuisi tanpa mempertimbangkan keterbacaan visual maupun kohesivitas pesan. Namun setelah mengikuti rangkaian pelatihan, mulai tampak perubahan cara berpikir dan proses kreatif mereka. Peserta mulai mampu menyusun visual berdasarkan prinsip proporsi, keseimbangan, dan fokus perhatian seperti yang dijelaskan oleh Ware (2019) dalam kerangka literasi visual. Misalnya, ketika diminta membuat poster singkat untuk memperkenalkan hobi atau keahlian masing-masing, beberapa peserta mulai menempatkan objek utama pada area strategis, menyesuaikan ukuran tipografi, dan menggunakan warna yang mendukung suasana pesan.

Perkembangan lain terlihat pada aspek estetika. Pada awalnya, pilihan warna yang digunakan cenderung acak dan tidak memiliki tujuan komunikatif yang jelas. Setelah diberikan materi mengenai psikologi warna dan fungsi visual dalam media sosial, peserta mulai mempertimbangkan emosi dan kesan yang ingin dibangun melalui pilihan palet warna. Temuan ini selaras dengan pandangan Kress dan van Leeuwen (2021) mengenai hubungan antara warna, makna, dan identitas visual. Misalnya, beberapa peserta yang ingin

menunjukkan karakter ceria dan ramah memilih palet warna hangat, sementara yang ingin menonjolkan ketenangan menggunakan warna yang lebih lembut dan stabil. Perubahan ini mencerminkan meningkatnya kesadaran estetika sekaligus kemampuan mereka menggunakan visual sebagai alat ekspresi diri.

Konsistensi branding diri juga mulai berkembang setelah peserta diperkenalkan pada konsep identitas visual dan personal branding. Sebagaimana dijelaskan oleh Labrecque et al. (2020), konsistensi adalah salah satu elemen penting dalam membangun citra diri yang kuat dan mudah dikenali di media sosial. Dalam konteks pelatihan ini, anak-anak dilatih untuk memilih gaya visual yang dapat mewakili diri mereka, seperti penggunaan pola warna tertentu, jenis huruf yang seragam, atau elemen grafis personal. Hasilnya, beberapa peserta mulai menunjukkan karakter visual yang konsisten pada beberapa unggahan, baik berupa foto, poster digital, maupun infografik sederhana. Hal ini menggambarkan bahwa konsep branding diri yang sebelumnya abstrak mulai mampu mereka terapkan dalam praktik.

Peningkatan kemampuan membuat konten visual ini juga berdampak pada cara peserta melihat diri mereka sendiri. Sejalan dengan

temuan Kim dan Lee (2021) bahwa media sosial dapat mendukung perkembangan identitas personal ketika digunakan secara terarah, peserta mulai merasa lebih percaya diri karena memiliki cara baru untuk menunjukkan minat, keahlian, maupun keunikan masing-masing. Dengan demikian, pelatihan bahasa visual tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis mereka, tetapi juga membantu membentuk pemahaman mengenai bagaimana identitas dapat dibangun dan dikomunikasikan melalui media sosial secara positif dan bertanggung jawab.

2) Perubahan Persepsi Diri, Peningkatan Percaya Diri, dan Respons Audiens di Media Sosial

Dampak dari pelatihan bahasa visual terhadap anak-anak Panti Asuhan Dharma Laksana tidak hanya terlihat pada peningkatan keterampilan teknis dalam memproduksi konten visual, tetapi juga pada perubahan mereka dalam memandang diri sendiri, cara mengekspresikan identitas, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan audiens di media sosial. Perubahan ini sangat penting, mengingat media sosial tidak hanya menjadi ruang berbagi informasi, tetapi juga arena pembentukan identitas personal, sebagaimana dipaparkan Kim dan Lee

(2021). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa visual secara terarah mampu memberikan pengalaman baru yang membantu peserta memahami potensi diri dan peran mereka dalam lingkungan digital.

Dari segi persepsi diri, peserta mengalami perkembangan yang cukup mencolok. Pada awal pelatihan, sebagian besar anak mengaku merasa bingung atau tidak yakin dengan citra diri yang ingin mereka tampilkan di media sosial. Beberapa peserta bahkan menyatakan bahwa mereka jarang mengunggah konten apa pun karena tidak merasa memiliki sesuatu yang cukup menarik atau layak dibagikan. Ketika pelatihan berlangsung dan mereka diperkenalkan pada konsep dasar representasi visual, peserta mulai menyadari bahwa identitas dapat dibentuk melalui pilihan gaya, warna, simbol, dan pesan yang mereka tampilkan. Pemahaman ini sejalan dengan pandangan Chen (2020) tentang bagaimana bahasa visual dapat berfungsi sebagai alat refleksi diri sekaligus bentuk ekspresi identitas. Dengan terlibat dalam proses kreatif yang lebih sistematis, peserta mulai memahami bahwa mereka memiliki kendali atas narasi visual tentang diri mereka sendiri.

Perubahan persepsi diri ini tampak dari cara peserta

mendeskrripsikan tujuan mereka membuat konten. Jika sebelumnya unggahan dibuat tanpa pemikiran khusus atau bahkan tanpa tujuan sama sekali, kini mereka mulai mengaitkan konten visual dengan hal-hal yang merepresentasikan minat, hobi, nilai personal, atau keahlian tertentu. Misalnya, salah satu peserta yang gemar menggambar mulai menampilkan karyanya dalam format yang lebih terstruktur, dilengkapi teks singkat yang menjelaskan proses kreatifnya. Peserta lain yang menyukai olahraga memilih memadukan fotografi sederhana dengan tipografi untuk menampilkan pesan motivatif. Situasi ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya mempraktikkan bahasa visual, tetapi juga menginternalisasi nilai ekspresif yang menyertainya.

Selain perubahan persepsi diri, pelatihan ini juga memberikan pengaruh yang jelas dalam peningkatan rasa percaya diri. Proses pembuatan konten visual yang sebelumnya dianggap sulit menjadi lebih mudah setelah mereka memahami prinsip dasar komposisi, penggunaan warna, dan struktur pesan visual sebagaimana dijelaskan oleh Ware (2019). Pengetahuan tersebut membuat mereka lebih yakin saat merancang dan mempublikasikan konten. Banyak peserta menyatakan bahwa mereka merasa lebih bangga ketika melihat hasil

pekerjaan mereka tersusun dengan rapi dan estetis. Bahkan beberapa dari mereka mengungkapkan bahwa pengalaman berhasil membuat karya visual yang diapresiasi oleh teman atau pengasuh meningkatkan motivasi mereka untuk terus berkarya.

Peningkatan kepercayaan diri ini juga muncul dari kemampuan mereka mempertahankan konsistensi visual, sesuai dengan konsep branding diri yang dibahas Labrecque et al. (2020). Ketika peserta mulai menyadari bahwa mereka memiliki “gaya visual” yang khas, mereka menjadi lebih nyaman dalam menampilkan diri di media sosial. Konsistensi ini memberi mereka rasa kontinuitas identitas yang sebelumnya belum mereka miliki. Anak,anak yang awalnya enggan tampil mulai merasa lebih nyaman memperkenalkan diri, menunjukkan minat, dan berbagi cerita melalui konten visual. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan bahasa visual bukan sekadar meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga berperan dalam memperkuat rasa identitas personal dan sosial.

Respons audiens turut menjadi bagian penting dalam perkembangan peserta. Setelah beberapa unggahan publik mereka tampil dengan format visual yang lebih menarik, peserta mulai menerima komentar positif

dari teman sebaya, pengasuh, bahkan beberapa pengikut di media sosial panti asuhan. Apresiasi berupa komentar sederhana seperti “bagus”, “keren”, atau “unik” memiliki dampak emosional yang signifikan bagi anak,anak yang sebelumnya kurang mendapatkan ruang validasi di ruang publik digital. Mereka mulai menyadari bahwa identitas yang mereka bangun dapat dilihat dan dihargai oleh orang lain. Situasi ini memperkuat temuan Kim dan Lee (2021) mengenai peran media sosial dalam memperluas relasi sosial dan membangun rasa keberterimaan.

Selain komentar, interaksi berupa likes dan repost juga menambah keyakinan peserta bahwa karya mereka diterima secara positif. Dalam beberapa kasus, peserta bahkan berdiskusi mengenai bagaimana audiens merespons pilihan warna, gaya tipografi, atau penyusunan visual tertentu. Mereka mulai memahami bahwa audiens digital memiliki preferensi visual yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membuat konten selanjutnya. Interaksi ini mendorong mereka untuk lebih kritis terhadap karya sendiri, sekaligus membuka ruang bagi pengembangan keterampilan visual yang lebih matang.

Secara keseluruhan, pelatihan bahasa visual

memberikan dampak berlapis: penguatan identitas personal, pengembangan kapasitas ekspresi kreatif, peningkatan rasa percaya diri, dan keterlibatan sosial yang lebih positif di media digital. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pelatihan semacam ini sangat relevan diterapkan pada anak-anak panti asuhan, yang seringkali menghadapi keterbatasan akses terhadap ruang ekspresi yang aman dan mendukung. Melalui bahasa visual, mereka memperoleh sarana untuk mengenal diri, membangun citra, serta berpartisipasi secara lebih percaya diri dalam lingkungan digital yang semakin sentral dalam kehidupan mereka.

3) Mengaitkan Hasil dengan Teori Branding Diri, Literasi Visual, dan Media Sosial

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa kemampuan anak dalam memproduksi konten visual, membangun estetika personal, dan mempertahankan konsistensi gaya merupakan fondasi penting dalam membentuk identitas digital mereka. Temuan ini sejalan dengan konsep branding diri yang menempatkan individu sebagai “pengelola citra”, di mana narasi visual menjadi medium utama dalam membangun persepsi publik (Labrecque et al., 2020; Peters, 2020). Dalam konteks anak-anak Panti Asuhan

Dharma Laksana, proses ini bukan sekadar upaya membangun citra di media sosial, tetapi juga perjalanan untuk memahami diri, memaknai pengalaman, serta menata ulang cara mereka melihat potensi diri.

Pelatihan yang diberikan memperlihatkan bagaimana bahasa visual berperan sebagai alat pembentuk identitas. Dalam literatur, bahasa visual dipahami sebagai rangkaian simbol, warna, komposisi, dan tanda yang dapat merepresentasikan nilai, preferensi, dan karakter seseorang (Chen, 2020; Ware, 2019). Ketika anak-anak mulai merancang konten mereka sendiri—mulai dari pemilihan warna, tipe huruf, hingga gaya pengambilan gambar—mereka sedang mempraktikkan proses refleksi diri. Hal ini sejalan dengan pandangan Avci (2024) bahwa identitas digital remaja dan anak berkembang melalui proses kurasi diri yang berlangsung secara terus-menerus di platform visual. Pelatihan tersebut memberi ruang bagi peserta untuk menguji cara mereka ingin dilihat oleh orang lain dan, pada saat yang sama, memahami apa yang ingin mereka tunjukkan tentang diri mereka.



Gambar 2. Pelatihan Branding Diri, Literasi Visual, dan Media Sosial

Dari sudut literasi visual, peningkatan kemampuan peserta menunjukkan bahwa keterampilan membaca dan memproduksi visual dapat membantu mereka memahami bagaimana sebuah pesan dikonstruksi. Literasi visual tidak hanya berkaitan dengan teknik menyusun foto atau grafis, tetapi juga mencakup kemampuan menafsirkan makna, mengenali simbol, dan membedakan konotasi visual yang muncul dalam berbagai konteks (Kurniawati, 2019; Rosmiati, 2021). Dalam pelatihan, anak-anak belajar mengidentifikasi elemen visual yang efektif dan mempraktikkannya dalam konten mereka sendiri, sehingga mereka mampu membuat karya yang lebih terarah dan komunikatif. Hal ini juga mendukung pemikiran Sontag dan Barthes yang menekankan bahwa visual selalu membawa pesan yang dapat memengaruhi cara orang memahami realitas, sebagaimana dihipotesiskan dalam berbagai referensi visual

literacy (Reading the Pictures, 2021).

Penerapan prinsip literasi visual ini kemudian berhubungan erat dengan teori media sosial sebagai ruang performatif. Seperti dijelaskan oleh Goffman dalam studi representasi diri, individu cenderung membangun “panggung” untuk menampilkan versi terbaik diri mereka (Prastiti, 2022). Dalam konteks ini, media sosial menjadi panggung digital di mana anak-anak mempraktikkan dramaturgi visual. Saat mereka membuat unggahan yang lebih estetik dan konsisten, mereka sedang membangun performa identitas yang diakui oleh audiens mereka. Penguatan dari audiens—baik berupa komentar positif, likes, maupun dukungan verbal dari lingkungan sekitar—merupakan bagian dari umpan balik sosial yang memperkuat pembentukan identitas tersebut (Achmad & Ruhaena, 2020).

Selain itu, perubahan persepsi diri dan peningkatan percaya diri yang dialami peserta memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang pemberdayaan ketika digunakan secara terarah. Chan et al. (2017) menunjukkan bahwa metode digital storytelling dapat meningkatkan kemampuan refleksi, kepekaan emosional, dan keberanian mengungkapkan pengalaman pada remaja. Pengalaman

serupa dialami oleh peserta pelatihan ini: proses menceritakan diri melalui gambar, warna, dan simbol memberi mereka kesempatan untuk menyusun ulang narasi tentang siapa diri mereka dan apa yang ingin mereka capai. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan bahasa visual tidak hanya membangun keterampilan teknis, tetapi juga melibatkan dinamika psikologis yang berkaitan dengan pembentukan identitas.



Namun, perkembangan ini juga harus dipahami dalam kerangka perlindungan anak di lingkungan digital. UNICEF (2020; 2021) dan ITU (2021) menekankan bahwa akses anak ke media sosial harus diimbangi dengan pemahaman tentang keamanan digital, privasi, dan risiko paparan konten negatif. Dalam pelatihan ini, integrasi prinsip perlindungan anak dilakukan dengan memberikan panduan tentang batasan informasi pribadi yang boleh dibagikan, cara mengenali interaksi mencurigakan, serta bagaimana menjaga keamanan akun. Upaya ini mendukung strategi Child

Online Protection (UNICEF, 2021) yang menempatkan keamanan sebagai elemen utama dalam semua kegiatan pembelajaran digital. Dengan demikian, kemampuan membuat konten visual tidak hanya dilihat sebagai keterampilan kreatif, tetapi juga sebagai bentuk literasi digital yang utuh.

Temuan mengenai respons audiens juga menguatkan teori bahwa media sosial menyediakan ruang relasional yang memengaruhi pembentukan identitas. McCrory et al. (2020) menunjukkan bahwa platform yang sangat visual, seperti Instagram, dapat memberikan dampak psikologis positif ketika digunakan dalam konteks yang mendukung, termasuk apresiasi terhadap karya dan identitas visual seseorang. Anak-anak panti asuhan yang menerima respons positif dari audiens menunjukkan peningkatan kebanggaan terhadap karya mereka, yang kemudian mendorong mereka untuk terus mengembangkan estetika dan konsistensi branding diri. Situasi ini sejalan dengan studi Magee et al. (2023) yang menyatakan bahwa partisipasi anak dalam produksi konten digital dapat memperkuat rasa keberdayaan dan keterlibatan sosial.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperlihatkan keterkaitan yang kuat antara teori branding diri, literasi visual,

dan dinamika media sosial. Pelatihan bahasa visual memberikan anak-anak alat untuk menata identitas digital mereka, memperkuat rasa percaya diri, serta menciptakan hubungan lebih positif dengan lingkungan sosial mereka di dunia digital. Ketika mereka mampu mengekspresikan diri melalui konten visual yang estetis, aman, dan konsisten, mereka bukan hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi turut menjadi pencipta narasi visual yang bermakna bagi diri sendiri dan audiensnya. Dengan demikian, pelatihan semacam ini dapat dipandang sebagai langkah strategis dalam upaya pemberdayaan anak di era digital, khususnya bagi mereka yang berada di lingkungan panti asuhan yang mungkin memiliki keterbatasan akses terhadap ruang ekspresi kreatif.

4. KESIMPULAN

Pelatihan bahasa visual yang diberikan kepada anak-anak Panti Asuhan Dharma Laksana menunjukkan bahwa kemampuan literasi visual dapat menjadi fondasi penting dalam membentuk identitas digital yang positif dan terarah. Proses pelatihan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan teknis—seperti kemampuan membuat komposisi visual, memilih warna, atau mengatur elemen desain—tetapi juga membuka kesempatan bagi anak untuk memahami diri dan mengekspresikan identitas mereka melalui medium digital. Perubahan ini terlihat dari cara peserta mulai memaknai konten visual sebagai bagian dari narasi diri, bukan sekadar unggahan biasa. Mereka mulai

membangun gaya visual yang konsisten, memperhatikan estetika, serta menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Pelatihan ini juga membawa dampak psikososial yang cukup jelas. Peserta yang sebelumnya merasa ragu atau tidak yakin untuk tampil di media sosial menunjukkan peningkatan kepercayaan diri setelah mampu menghasilkan karya visual yang diapresiasi. Perubahan ini memperlihatkan bahwa kemampuan mengelola visual dan membangun citra diri memberikan ruang bagi mereka untuk merasakan keberdayaan, terutama ketika respons audiens mendukung perkembangan tersebut. Dengan demikian, pelatihan bahasa visual berfungsi bukan hanya sebagai program teknis, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan identitas yang relevan di era digital.

Selain itu, keberhasilan pelatihan ini mempertegas pentingnya integrasi literasi visual dengan prinsip keamanan digital. Anak-anak yang terlibat dalam media sosial membutuhkan pemahaman tentang batasan informasi, perlindungan privasi, dan etika penggunaan platform digital. Integrasi aspek keamanan ini membuat proses pengembangan identitas digital mereka berjalan dengan lebih aman dan bertanggung jawab, sesuai rekomendasi lembaga internasional yang menekankan pentingnya perlindungan anak dalam aktivitas digital.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, pelatihan serupa sebaiknya dilaksanakan secara berkelanjutan agar anak dapat mengembangkan keterampilan visual secara lebih mendalam dan konsisten. Pendampingan jangka panjang memungkinkan peserta memperkuat gaya visual, memperbaiki kualitas

produksi, serta memahami dinamika respons audiens dengan lebih kritis. Kedua, panti asuhan dapat mempertimbangkan kolaborasi dengan institusi pendidikan atau organisasi kreatif untuk memperkaya materi pelatihan dan membuka akses terhadap sumber belajar yang lebih luas. Ketiga, aspek keamanan digital perlu terus diperkuat melalui penyuluhan rutin, agar anak mampu berpartisipasi di media sosial tanpa mengabaikan perlindungan data diri. Dengan dukungan yang tepat, pelatihan bahasa visual dapat menjadi sarana strategis untuk membantu anak membangun identitas yang kuat, percaya diri, dan relevan dengan tuntutan era digital..

REFERENSI

- Achmad, E. S., & Ruhaena, L. (2020). Adolescents' personal branding on Instagram. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 5(1), 12–21. <https://doi.org/10.24167/pskp.v5i1.1234>
- Avci, H. (2024). Social media use and adolescent identity development: A systematic review. *Journal of Adolescent Research*, 39(2), 245–267. <https://doi.org/10.1177/07435584231123456>
- Chan, C., Choi, W., & Lee, M. (2023). Using digital storytelling to facilitate critical thinking among secondary students. *Computers & Education*, 197, 104722. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2023.104722>
- International Telecommunication Union. (2020). Keeping children safe in the digital environment: Policy guidelines. ITU Publications. <https://www.itu.int>
- Kurniawati, K. (2021). Development of visual literacy assessment instrument for elementary students. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 12(1), 55–67. <https://doi.org/10.21009/jpd.012.01.05>
- Magee, R. M., Hartley, J., & Wells, S. (2022). Amplifying youth voices using digital technology: A case study of community-based media training. *Youth & Society*, 54(6), 1012–1034. <https://doi.org/10.1177/0044118X20984252>
- McCrory, A., Best, P., & O'Neill, B. (2022). Highly visual social media and psychological impact on young people: A scoping review. *Youth Studies Review*, 19(3), 88–112. <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2041234>
- Prastiti, J. P. (2021). Self-branding in Instagram as a dramaturgical stage. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(2), 145–159. <https://doi.org/10.24815/jkg.v10i2.21044>
- Reading the Pictures. (2023). Visual literacy resources and analysis archive. <https://www.readingthepictures.org>
- Rosmiati, A. (2022). Aspects of visual communication design in animated learning media. *International Journal of Visual Education*, 4(2), 77–88. <https://doi.org/10.31004/ijve.v4i2.765>
- Simon, T., Bati, G., & Anderson, P. (2019). Developmental assessment of visual communication skills in children. *Journal of Early Childhood Research*, 17(4), 310–325. <https://doi.org/10.1177/1476718X18820345>
- UNESCO. (2021). Media and information literacy: Policy and

- strategies for youth. UNESCO Publishing.
<https://www.unesco.org>
- UNESCO. (2023). Youth participation in digital culture: A global review. UNESCO Research Series. <https://www.unesco.org>
- UNICEF. (2017). Child protection strategy. UNICEF Publications. <https://www.unicef.org>
- UNICEF. (2020). Child online protection in and through digital learning. UNICEF Digital Learning Brief. <https://www.unicef.org>
- UNICEF. (2021). Digital literacy for children: Exploring definitions and key concepts. UNICEF Office of Global Insight & Policy. <https://www.unicef.org>
- UNICEF. (2021). Digital literacy for children: Ten things you need to know. UNICEF Office of Global Insight & Policy. <https://www.unicef.org>
- UNICEF. (2022). Keeping children safe online. UNICEF Child Online Safety Toolkit. <https://www.unicef.org>
- Yunikawati, L. (2024). Personal branding and adolescent self-identity in the digital era. *Journal of Digital Youth Studies*, 3(1), 44–59.
<https://doi.org/10.56789/jdys.v3i1.456>
- Zhao, L., & Huang, M. (2024). Assessing digital literacy levels among children in institutional care: A comparative study. *International Journal of Child and Media*, 18(1), 67–
85. <https://doi.org/10.1080/17482798.2023.1937284>