



## LITERASI VISUAL BERBASIS KOMUNITAS: VISUAL WALKTHROUGH PARTISIPATIF DALAM MENYIKAPI MEDIA LUAR RUANG

\*Hestia Rahajeng, Fathor Rahman, Wira Pratiwi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Email Correspondence: [dosen03097@unpam.ac.id](mailto:dosen03097@unpam.ac.id)

Received: Feb 09, 2026

Revised: Mar 11, 2026

Approved: June 14, 2026

### Abstrak

Media luar ruang di kawasan perkotaan memuat pesan persuasif, ideologis, dan komersial yang berpotensi membentuk pola pikir masyarakat, terutama anak-anak dan remaja yang belum memiliki kemampuan literasi visual memadai. Program literasi media yang ada umumnya berfokus pada literasi digital, sehingga kemampuan mengkritisi pesan visual media luar ruang belum menjadi prioritas pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan peserta mengidentifikasi, menafsirkan, dan mengkritisi pesan persuasif media luar ruang melalui metode visual *walkthrough* partisipatif. Kegiatan dilaksanakan bersama anak-anak dan remaja Komunitas Lantai Atas di Tangerang Selatan melalui lima metode terintegrasi: sosialisasi, diskusi partisipatif, observasi dan analisis media, praktik produksi pesan visual, serta evaluasi dan refleksi. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman, kemampuan identifikasi unsur persuasif, dan sikap kritis peserta, didukung skor kepuasan rata-rata di atas 4,5 pada skala Likert 1–5. Secara akademis, kegiatan ini memperluas kajian literasi visual dengan mengintegrasikan perspektif literasi media kritis, psikologi persuasi, dan ekonomi-politik media dalam konteks media luar ruang yang masih jarang diteliti. Secara praktis, kegiatan ini menghasilkan panduan mandiri dan berkelanjutan untuk menumbuhkan sikap kritis masyarakat terhadap pesan visual di ruang publik.

**Kata Kunci:** Literasi Media, Literasi Visual, Media Luar Ruang, Pengabdian kepada Masyarakat, Visual *Walkthrough*

### Abstract

*Outdoor media in urban areas convey persuasive, ideological, and commercial messages that have the potential to shape public attitudes, particularly among children and adolescents who lack adequate visual literacy skills. Existing media literacy programs generally focus on digital literacy, so the ability to critically analyze visual messages in outdoor media has not yet become a priority in community service initiatives. This community service activity aims to enhance participants' ability to identify, interpret, and critically analyze persuasive outdoor media messages through a participatory visual walkthrough method. The activity was conducted with children and adolescents from the Lantai Atas Community in South Tangerang using five integrated methods: socialization, participatory discussion, media observation and analysis, visual message production practice, and evaluation and reflection. The results indicate an increase in participants' understanding, ability to identify persuasive elements, and critical attitudes, supported by an average satisfaction score above 4.5 on a 1–5 Likert scale. Academically, this activity expands the study of visual literacy by integrating perspectives from critical media literacy, the psychology of persuasion, and media politics within the context of outdoor media an area that remains under-researched. Practically, this*

activity produced a self-guided and sustainable framework to foster the public's critical attitude toward visual messages in public spaces.

**Keywords:** Community Service, Media Literacy, Outdoor Media, Visual Literacy, Visual Walkthrough

**How to Cite:**

Rahajeng, H., Rahman, F., & Pratiwi, W. (2026). Literasi visual berbasis komunitas: Visual walkthrough partisipatif dalam menyikapi media luar ruang. *InEJ: Indonesian Engagement Journal*, 7(1), 54-69. <https://doi.org/10.21154/inej.v7i1.13298>



**Copyright:** © 2026 by author (s). This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dalam dua dekade terakhir telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Kehadiran media digital, media sosial, dan berbagai *platform* daring telah membawa masyarakat memasuki era banjir informasi (*information overload*) (Couldry & Hepp, 2018; Van Dijck, Poell, & de Waal, 2018). Dalam situasi tersebut, perhatian publik sering kali terfokus pada media digital, sementara media luar ruang (*outdoor media*) justru tetap mempertahankan peran strategisnya sebagai salah satu saluran komunikasi visual yang paling dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat (Wilson & Till, 2011). Berbeda dengan media digital yang bersifat lebih privat dan personal, media luar ruang hadir secara terbuka di ruang publik, menjadikannya bentuk komunikasi massa yang sulit dihindari oleh siapa pun.

Kehadiran media luar yang masif dan tidak terhindarkan inilah yang menjadikan media luar ruang sebagai salah satu objek kajian penting dalam memahami bagaimana pesan visual membentuk persepsi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Media luar ruang mencakup berbagai bentuk, seperti baliho, *billboard*, spanduk, poster, mural, neon *box*, hingga layar digital interaktif yang kini semakin banyak ditemukan di jalan raya dan ruang-ruang kota. Keberadaannya bukan hanya sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai bagian dari lanskap visual perkotaan yang membentuk pengalaman inderawi masyarakat (Carmona, 2021). Oleh karena itu, media luar ruang kerap dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, mulai dari komersial, politik, sosial, hingga budaya (McQuail & Deuze, 2020). Pesan-pesan visual yang memenuhi ruang publik tidak hadir secara netral, melainkan

merupakan hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh relasi kuasa antara pemilik modal, pembuat kebijakan, dan masyarakat.

Tanpa kemampuan literasi visual yang memadai, masyarakat cenderung menerima pesan-pesan tersebut secara pasif dan menganggapnya sebagai bagian alami dari kehidupan kota. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan akan literasi visual dan kemampuan aktual masyarakat dalam menggunakannya. Permasalahan mendasar yang muncul adalah masih rendahnya kemampuan masyarakat dalam membaca, memahami, dan mengkritisi pesan visual media luar ruang. Pesan visual selalu mengandung kepentingan tertentu, baik ekonomi, politik, maupun ideologis (Hall, Evans, & Nixon, 2019).

Strategi komunikasi visual dalam media luar ruang semakin kompleks dengan penggunaan pendekatan psikologis yang bekerja pada level bawah sadar. Dalam jangka panjang, paparan visual semacam ini dapat membentuk pola pikir, preferensi, dan nilai-nilai sosial masyarakat (Shrum, 2017). Di sisi lain, media visual juga berpotensi memuat ekonomi politik yang luar biasa karena ini menyangkut spesialisasi dan komodifikasi meliputi kuasa ruang dan kapital (Rahman & Rahajeng, 2025). Dengan demikian, literasi visual tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membaca gambar, tetapi juga pemahaman terhadap mekanisme ideologis dan psikologis yang bekerja di balik pesan visual (Rose, 2022).

*Billboard* iklan produk *fashion*, misalnya, tidak sekadar menawarkan barang, tetapi juga mempromosikan gaya hidup, standar kecantikan, dan simbol status sosial tertentu yang dapat mendorong perilaku konsumtif (Dittmar, 2008). Demikian pula spanduk dan baliho politik sering kali tidak hanya menyampaikan program, tetapi membangun citra, emosi, dan persepsi yang berpotensi memengaruhi pilihan publik (Scammell, 2025). Lebih jauh, media luar ruang juga berpotensi mereproduksi ketimpangan sosial melalui representasi kehidupan ideal yang tidak realistis bagi sebagian besar masyarakat (Banet-Weiser, 2018). Standar kecantikan, kemapanan ekonomi, dan gaya hidup urban yang ditampilkan secara terus-menerus dapat menimbulkan tekanan sosial dan krisis identitas, terutama bagi generasi muda (Fardouly & Vartanian, 2016). Ketika ruang publik dipenuhi oleh representasi yang homogen dan elitis, keberagaman realitas sosial masyarakat menjadi terpinggirkan (Zukin, 2020).

Berbagai dampak tersebut semakin mungkin terjadi karena strategi komunikasi visual media luar ruang bekerja pada level bawah sadar, melalui pemilihan warna, komposisi gambar, tipografi, serta figur tertentu yang dirancang untuk membangun asosiasi emosional dan kesan persuasif (Barry, 1997). Menghadapi kompleksitas tersebut, literasi visual menjadi kebutuhan yang sangat mendesak bukan hanya sebagai kemampuan teknis membaca simbol dan gambar, tetapi juga kemampuan kritis untuk menafsirkan makna, mengenali kepentingan di balik pesan visual, serta menilai dampak sosial, budaya, dan lingkungan yang ditimbulkannya

Dengan demikian, literasi visual mendorong masyarakat untuk tidak menjadi konsumen pasif, melainkan subjek aktif yang mampu bersikap reflektif dan kritis terhadap pesan-pesan yang hadir di ruang publik. Upaya peningkatan literasi visual perlu dilakukan melalui pendekatan yang partisipatif dan kontekstual. Edukasi literasi visual tidak cukup dilakukan secara satu arah, melainkan harus melibatkan peserta secara aktif melalui proses pengamatan, diskusi, dan analisis terhadap media luar ruang yang mereka jumpai dalam kehidupan sehari-hari.

Sejauh ini, berbagai program literasi media yang telah dilakukan umumnya berfokus pada literasi digital, penanggulangan hoaks, dan penggunaan media sosial secara bijak. Sementara itu, kegiatan literasi media visual justru lebih banyak diterapkan pada analisis gambar, film, atau konten audiovisual dalam konteks pendidikan formal. Di sisi lain, kajian media luar ruang cenderung menitikberatkan pada aspek estetika dan tata ruang perkotaan. Kondisi ini menunjukkan masih terbatasnya kegiatan pengabdian yang secara khusus mengembangkan kemampuan masyarakat dalam memahami dan mengkritisi pesan visual media luar ruang yang mereka temui setiap hari. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar pijakan kegiatan ini

Berdasarkan kesenjangan tersebut, *state of the art* kegiatan ini terletak pada integrasi pendekatan literasi visual, literasi media kritis, dan observasi partisipatif ruang publik. Melalui pendekatan tersebut, peserta tidak hanya belajar mengenali unsur-unsur visual seperti warna, simbol, dan tipografi, tetapi juga memahami strategi persuasi, kepentingan ekonomi-politik, serta makna yang terkandung dalam media luar ruang. Pembelajaran dilakukan secara kontekstual melalui pengamatan langsung terhadap billboard, baliho, spanduk, dan media visual lain di lingkungan sekitar. Unsur kebaruan

kegiatan ini terletak pada penggunaan media luar ruang sebagai objek utama literasi visual kritis melalui metode visual *walkthrough* berbasis partisipasi masyarakat. Selain meningkatkan kemampuan analisis visual, kegiatan ini juga mengintegrasikan perspektif psikologi persuasi dan ekonomi-politik media serta menghasilkan panduan sederhana untuk membantu masyarakat mengkaji pesan-pesan visual di ruang publik secara mandiri dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan literasi visual masyarakat dalam mengidentifikasi, menafsirkan, dan mengkritisi pesan-pesan persuasif pada media luar ruang melalui metode visual *walkthrough* berbasis partisipasi masyarakat. Secara akademis, kegiatan ini memperluas studi literasi visual dengan menggabungkan sudut pandang literasi media kritis, psikologi persuasi, dan ekonomi-politik media ke dalam konteks media luar ruang yang masih jarang diteliti. Secara praktis dan sosial, kegiatan ini melengkapi masyarakat supaya dapat bersikap kritis dan reflektif terhadap pesan visual di ruang publik, serta menghasilkan panduan yang dapat digunakan secara mandiri dan berkelanjutan oleh masyarakat lainnya.

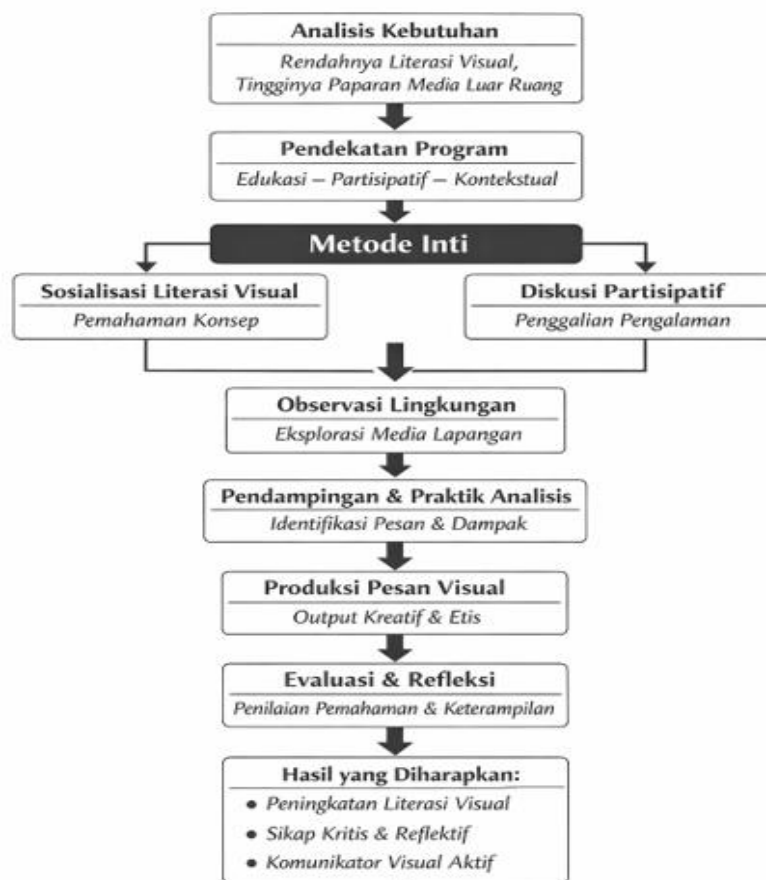
## **METODE**

### **A. Kerangka Pemecahan Masalah**

Kerangka pemecahan masalah dalam Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini disusun sebagai respons sistematis terhadap permasalahan mitra, yaitu rendahnya kemampuan literasi visual anak-anak dan remaja Komunitas Lantai Atas dalam memahami media luar ruang. Permasalahan ini muncul akibat tingginya paparan media visual di ruang publik yang tidak diimbangi dengan pendampingan dan pembelajaran literasi visual yang memadai.

Analisis kebutuhan program dilakukan melalui identifikasi kondisi awal mitra, meliputi tingkat pemahaman peserta terhadap pesan visual, jenis media luar ruang yang paling sering dijumpai, serta pola interaksi peserta dengan media tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Hasil analisis menunjukkan adanya keterbatasan pengetahuan konseptual, minimnya fasilitas pembelajaran, serta kecenderungan peserta memaknai media luar ruang secara permukaan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, kerangka pemecahan masalah diimplementasikan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi literasi visual, pendampingan dan praktik analisis media luar ruang, produksi pesan visual sederhana, serta evaluasi dan refleksi. Tahapan ini dirancang secara berurutan agar peserta mampu membangun pemahaman secara bertahap, mulai dari aspek kognitif, afektif, hingga keterampilan praktis. Secara sistematis, model kerangka pemecahan masalah dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1: Model Kerangka Pemecahan Masalah**

## B. Metode Kegiatan

Untuk mengimplementasikan kerangka tersebut, kegiatan ini menggunakan lima metode yang saling mengintegrasikan, yaitu metode edukatif, partisipatif, dan praktik langsung di lapangan, sejalan dengan prinsip PkM yang menekankan pembelajaran kontekstual dan pemberdayaan peserta. Pertama, metode sosialisasi digunakan untuk membangun pemahaman konseptual awal mengenai literasi visual dan media luar ruang. Sosialisasi dipandang efektif sebagai tahap awal penguatan pengetahuan sebelum peserta

terlibat dalam praktik analisis media secara lebih mendalam. Kedua, metode diskusi partisipatif diterapkan untuk mendorong peserta mengemukakan pengalaman dan pandangan mereka terhadap media luar ruang, sekaligus melatih kemampuan berpikir kritis dan reflektif.

Ketiga, metode observasi lingkungan dan pendampingan digunakan untuk mengaitkan teori dengan praktik. Peserta didampingi dalam mengamati dan menganalisis media luar ruang yang ada di sekitar lingkungan komunitas. Pendekatan ini menempatkan lingkungan sebagai sumber belajar utama dan mendorong peserta memahami media sebagai bagian dari realitas sosial yang dekat dengan kehidupan mereka (Trianto, 2024). Keempat, metode praktik produksi pesan visual digunakan untuk mengembangkan kreativitas peserta serta menanamkan kesadaran etis dalam memproduksi pesan visual yang edukatif dan bertanggung jawab. Kegiatan produksi pesan visual dipandang penting dalam literasi media karena peserta tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen pesan.

Kelima, metode evaluasi dan refleksi digunakan untuk menilai efektivitas program serta mengidentifikasi perubahan pemahaman, sikap, dan keterampilan peserta sebagai hasil yang diharapkan dari kegiatan pengabdian. Evaluasi reflektif memungkinkan pengabdian dan peserta menilai capaian program sekaligus merumuskan perbaikan dan keberlanjutan kegiatan di masa mendatang (Arikunto, 2018; Widoyoko, 2019).

### **C. Realisasi Pemecahan Masalah**

Program PkM ini dilaksanakan di Komunitas Lantai Atas yang berlokasi di Jl. Masjid Nurul Fajri No. 19, Pondok Aren, Tangerang Selatan, dengan sasaran peserta anak-anak dan remaja anggota komunitas tersebut. Lokasi kegiatan meliputi ruang belajar komunitas serta lingkungan sekitar yang memiliki beragam media luar ruang. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 14 Oktober 2025. Penentuan waktu disesuaikan dengan jadwal aktivitas komunitas dan ketersediaan peserta agar kegiatan dapat berlangsung secara efektif dan optimal.

Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pengurus Komunitas Lantai Atas untuk menentukan waktu, tempat, dan mekanisme pelaksanaan kegiatan, serta menyepakati peran masing-masing pihak dalam mendukung keberlangsungan program. Tahap pertama, sosialisasi dilaksanakan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai

konsep literasi visual dan karakteristik media luar ruang. Materi disampaikan secara interaktif melalui diskusi, contoh visual, dan tanya jawab, sehingga peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses pembelajaran.

Tahap kedua, observasi dan praktik analisis, peserta didampingi dalam kegiatan observasi dan praktik analisis media luar ruang di lingkungan sekitar komunitas. Pada tahap ini, peserta diajak mengidentifikasi pesan, simbol, dan strategi visual yang digunakan dalam berbagai bentuk media luar ruang, sekaligus mendiskusikan tujuan komunikasi serta potensi dampak sosial dan budaya yang ditimbulkan.

Tahap ketiga, produksi pesan visual, peserta dilibatkan dalam kegiatan produksi pesan visual sederhana. Kegiatan ini bertujuan mengalihkan posisi peserta dari sekadar konsumen media menjadi produsen pesan visual yang edukatif, etis, dan bertanggung jawab.

Tahap akhir, evaluasi dan refleksi, dilakukan untuk melihat perubahan pemahaman, sikap, dan keterampilan peserta, sedangkan refleksi digunakan untuk menggali pengalaman peserta serta mengidentifikasi peluang pengembangan program literasi visual di masa mendatang..

Kemudian ditahap akhir dilakukan survei kepada peserta. Survei kepuasan peserta dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* lima tingkat yang dikembangkan oleh *Likert* untuk mengukur persepsi dan sikap responden terhadap suatu program. Pendekatan ini banyak digunakan dalam evaluasi program pendidikan dan PkM untuk mengetahui tingkat kepuasan serta efektivitas kegiatan yang dilaksanakan (Arikunto, 2018; Widoyoko, 2019).

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan Program PkM “Literasi Visual berbasis Komunitas: Visual *Walkthrough* Partisipatif dalam Menyikapi Media Luar Ruang” menghasilkan sejumlah capaian yang terlihat baik secara kognitif, afektif, maupun keterampilan peserta. Kegiatan PkM dilaksanakan melalui sosialisasi, diskusi interaktif, dan praktik analisis visual memberikan pengalaman belajar baru bagi anak-anak dan remaja komunitas dalam memahami media luar ruang secara lebih kritis, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 2.



**Gambar 2. Kegiatan PkM antara Komunitas Lantai Atas dan Universitas Pamulang**

Hasil awal menunjukkan bahwa sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta hanya memaknai media luar ruang sebatas tampilan visual yang menarik, warna mencolok, dan figur tokoh yang digunakan. Pesan persuasif, ideologi, serta kepentingan di balik media tersebut belum menjadi perhatian utama. Setelah mengikuti rangkaian kegiatan PkM, peserta mulai mampu mengidentifikasi tujuan pesan, sasaran audiens, serta strategi visual yang digunakan dalam media luar ruang seperti *billboard*, spanduk iklan, dan poster layanan publik.

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga menghasilkan perubahan sikap peserta. Anak-anak dan remaja menunjukkan sikap yang lebih selektif dan reflektif terhadap media luar ruang yang mereka jumpai sehari-hari. Hal ini terlihat dari munculnya pertanyaan kritis saat diskusi, seperti alasan pemilihan model iklan, penggunaan simbol tertentu, serta dampak sosial dari pesan visual yang ditampilkan. Peserta tidak lagi menerima pesan media secara pasif, melainkan mulai mempertanyakan kebenaran, relevansi, dan kepentingan di balik pesan tersebut.

Dari sisi keterampilan, peserta mampu melakukan analisis sederhana terhadap media luar ruang dengan menggunakan panduan literasi visual yang diberikan. Mereka juga menunjukkan kreativitas dengan membuat rancangan pesan visual alternatif yang lebih edukatif dan sesuai dengan nilai-nilai sosial serta budayalingkungan sekitar. Kegiatan ini

membuktikan bahwa literasi visual tidak hanya meningkatkan kemampuan berpikir kritis, tetapi juga mendorong produktivitas dan kreativitas peserta.

Kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa rendahnya literasi visual anak-anak dan remaja di Komunitas Lantai Atas bukan disebabkan oleh kurangnya potensi, melainkan oleh minimnya pendampingan dan akses terhadap pendidikan literasi visual yang terarah. Temuan ini sejalan dengan konsep literasi media yang menekankan bahwa kemampuan kritis terhadap media tidak muncul secara alami, tetapi perlu dibangun melalui proses edukasi yang berkelanjutan.

Peningkatan pemahaman peserta terhadap media luar ruang membuktikan bahwa pendekatan sosialisasi interaktif dan berbasis lingkungan sekitar efektif digunakan. Dengan menjadikan media luar ruang di sekitar pemukiman sebagai objek pembelajaran, peserta dapat mengaitkan teori dengan realitas yang mereka alami sehari-hari. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa media luar ruang bukan sekadar elemen dekoratif kota, melainkan instrumen komunikasi yang sarat makna dan kepentingan.

Dari perspektif komunikasi visual, kemampuan peserta dalam mengidentifikasi pesan tersirat dan strategi persuasif menunjukkan tumbuhnya kesadaran kritis. Peserta mulai memahami bahwa penggunaan warna, tipografi, simbol, dan figur manusia dalam media luar ruang dirancang secara strategis untuk memengaruhi emosi dan perilaku audiens. Kesadaran ini menjadi modal penting dalam melindungi anak-anak dan remaja dari dampak negatif media, seperti pola konsumtif berlebihan dan pembentukan identitas diri yang semu.

Keterlibatan aktif peserta selama kegiatan juga memperlihatkan bahwa literasi visual dapat menjadi pintu masuk untuk membangun kepercayaan diri dan keberanian menyampaikan pendapat, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 3. Diskusi kelompok dan presentasi hasil analisis mendorong peserta untuk mengekspresikan pandangan mereka secara logis dan bertanggung jawab. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat yang tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga memberdayakan komunitas.



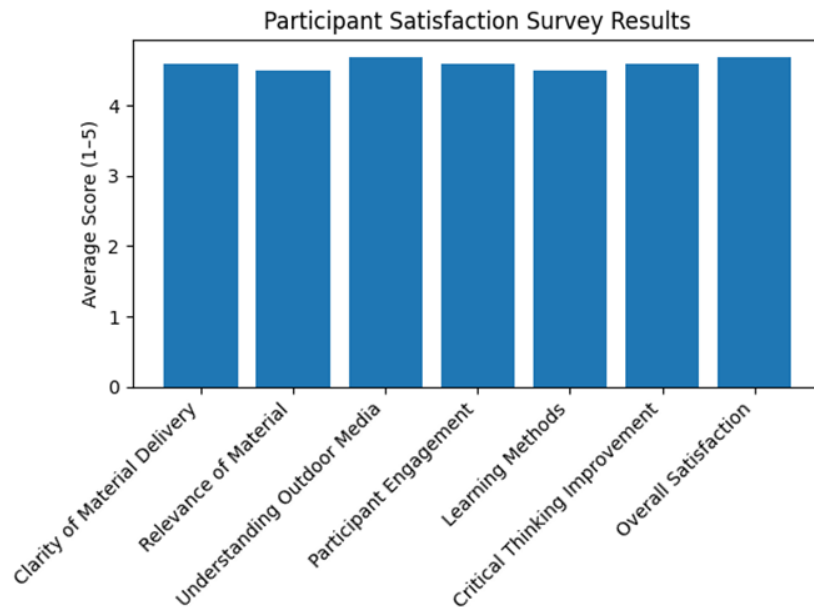
**Gambar 3. Partisipasi Peserta dalam Diskusi**

Lebih lanjut, kegiatan produksi pesan visual sederhana yang dilakukan peserta memperlihatkan bahwa literasi visual tidak berhenti pada tahap membaca dan mengkritisi, tetapi juga mencakup kemampuan mencipta. Dengan memproduksi pesan visual alternatif, peserta belajar memahami etika komunikasi, tanggung jawab sosial, serta pentingnya kesesuaian pesan dengan konteks budaya dan usia audiens. Ini menjadi langkah awal dalam membentuk generasi muda yang tidak hanya kritis sebagai konsumen media, tetapi juga bijak sebagai produsen pesan.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa program PKM literasi visual di Komunitas Lantai Atas berhasil menjawab permasalahan mitra yang telah dirumuskan. Program ini berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran kritis anak-anak dan remaja terhadap media luar ruang serta membuka peluang keberlanjutan kegiatan literasi visual melalui keterlibatan komunitas dan lingkungan sekitar.

Dibagian akhir, juga dilakukan survei kepuasan peserta menggunakan metode kuesioner sederhana berbasis skala *Likert* terhadap 20 peserta pelatihan. Survei ini dilaksanakan pada akhir kegiatan PKM kepada seluruh peserta yang mengikuti program literasi visual di Komunitas Lantai Atas. Instrumen survei terdiri dari beberapa indikator penilaian yang meliputi: (1) Kejelasan penyampaian materi oleh fasilitator; (2) Kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta; (3) Manfaat kegiatan bagi peningkatan pemahaman

tentang media luar ruang; (4) Keterlibatan peserta dalam kegiatan diskusi dan praktik; (5) Kepuasan terhadap metode pembelajaran yang digunakan; (6) Manfaat kegiatan bagi peningkatan kemampuan berpikir kritis terhadap media; (7) Kepuasan secara keseluruhan terhadap kegiatan PKM. Hasil survei kepuasan peserta ditampilkan pada Gambar 4.



**Gambar 4. Hasil Survei Kepuasan Peserta**

Hasil survei kepuasan peserta menunjukkan bahwa kegiatan PKM memperoleh tingkat kepuasan yang sangat baik. Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner dengan skala *Likert* 1–5, seluruh indikator penilaian memiliki nilai rata-rata di atas 4,5. Indikator dengan nilai tertinggi terdapat pada aspek pemahaman terhadap media luar ruang serta kepuasan terhadap kegiatan secara keseluruhan dengan skor rata-rata 4,7. Sementara itu, indikator kesesuaian materi dan metode pembelajaran memperoleh skor rata-rata 4,5. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran yang digunakan dalam kegiatan literasi visual dinilai efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta serta mendorong keterlibatan aktif dalam proses pembelajaran.

Selain itu, tingginya nilai pada indikator peningkatan kemampuan berpikir kritis menunjukkan bahwa kegiatan literasi visual tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membantu peserta mengembangkan kemampuan analisis terhadap pesan visual yang mereka temui di ruang publik. Dengan demikian, survei kepuasan ini mengindikasikan

bahwa program PkM yang dilaksanakan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan kesadaran literasi media di kalangan peserta komunitas.

Maka dari itu, pelaksanaan Program PkM mengenai literasi visual media luar ruang di Komunitas Lantai Atas menunjukkan bahwa pendekatan edukasi berbasis komunitas merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran kritis masyarakat terhadap pesan visual di ruang publik. Program ini tidak hanya berfungsi sebagai proses transfer pengetahuan mengenai literasi visual, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan komunitas agar mampu memahami, menafsirkan, serta mengkritisi pesan visual yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks masyarakat perkotaan yang memiliki intensitas paparan media visual yang tinggi, kemampuan literasi visual menjadi keterampilan penting agar individu tidak hanya menjadi konsumen pasif media, tetapi juga mampu memaknai pesan visual secara kritis.

Media luar ruang seperti *billboard*, poster, spanduk, dan berbagai bentuk iklan visual lainnya merupakan bagian dari lanskap komunikasi kota yang terus menerus hadir dalam aktivitas masyarakat. Keberadaan media tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi persuasif yang dapat memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat. Media luar ruang memiliki kekuatan komunikasi yang tinggi karena sifatnya yang visual, repetitif, serta sulit dihindari oleh publik yang berada di ruang kota. Kondisi ini menjadikan masyarakat secara tidak sadar terus terpapar berbagai pesan komersial, sosial, maupun ideologis yang disampaikan melalui media visual. Melalui literasi media, individu didorong untuk memahami bahwa media tidak bersifat netral, tetapi merupakan hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh kepentingan ekonomi, politik, dan budaya tertentu. Oleh karena itu, kegiatan literasi visual dalam program PkM ini menjadi penting sebagai sarana pendidikan kritis bagi anak-anak dan remaja di komunitas.

Kegiatan observasi media luar ruang di lingkungan sekitar komunitas menjadi tahap penting dalam proses pembelajaran karena memberikan pengalaman langsung kepada peserta untuk menganalisis media visual dalam konteks nyata. Dalam kegiatan ini, peserta diminta untuk mengamati berbagai bentuk media luar ruang, mengidentifikasi pesan yang disampaikan, serta mendiskusikan tujuan komunikasi dari media tersebut. Pendekatan

berbasis lingkungan ini membuat proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan peserta.

Selain peningkatan pemahaman kognitif, program ini juga menunjukkan perubahan dalam sikap peserta terhadap media visual. Peserta menjadi lebih reflektif dan selektif dalam menilai pesan yang mereka lihat di ruang publik. Mereka mulai mempertanyakan alasan di balik penggunaan simbol tertentu, figur model dalam iklan, maupun pesan yang ingin disampaikan melalui media tersebut. Kemampuan untuk mengkritisi pesan visual merupakan bagian penting dari literasi visual karena memungkinkan individu memahami hubungan antara gambar, makna, dan konteks sosial yang melatarbelakanginya.

Dari sisi keterampilan praktis, kegiatan produksi pesan visual sederhana menjadi salah satu bagian penting dalam program ini. Peserta diajak untuk membuat poster atau pesan visual yang berkaitan dengan isu sosial di lingkungan mereka. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan mengembangkan kreativitas peserta, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai proses produksi pesan visual. Dalam perspektif literasi media, kemampuan memproduksi pesan merupakan tahap lanjutan dari kemampuan analisis media karena individu belajar memahami bagaimana pesan media dibangun dan disampaikan kepada audiens).

Keterlibatan peserta dalam proses produksi pesan visual juga memiliki dimensi pemberdayaan komunitas. Peserta tidak hanya belajar menjadi konsumen media yang kritis, tetapi juga didorong untuk menjadi produsen pesan visual yang mampu menyampaikan gagasan dan nilai-nilai positif kepada masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendekatan literasi media kritis yang menempatkan individu sebagai aktor aktif dalam ekosistem komunikasi publik. Dengan demikian, literasi visual tidak hanya meningkatkan kemampuan analisis media, tetapi juga mendorong partisipasi sosial dalam proses komunikasi di ruang publik.

## **KESIMPULAN**

Program PkM dengan tema literasi visual atas media luar ruang di Komunitas Lantai Atas memberikan kontribusi positif terhadap penguatan kesadaran peserta dalam memahami dan menganalisis pesan visual di ruang publik. Temuan ini didukung oleh hasil observasi selama kegiatan, partisipasi aktif peserta, serta tingkat kepuasan yang berada

pada kategori sangat baik. Kegiatan ini juga terbukti mampu meningkatkan kemampuan anak-anak dan remaja peserta dalam membaca, memahami, dan mengkritisi pesan visual yang hadir di ruang publik. Peserta tidak lagi memandang media luar ruang semata sebagai elemen estetis, tetapi mulai menyadari adanya tujuan persuasif, kepentingan ideologis, serta dampak sosial dan budaya yang melekat pada pesan visual tersebut.

Kelebihan utama program ini terletak pada pendekatan partisipatif dan kontekstual, dengan memanfaatkan lingkungan sekitar sebagai sumber belajar, sehingga materi literasi visual menjadi lebih relevan dan mudah dipahami oleh peserta. Selain itu, program ini juga berhasil menumbuhkan sikap kritis, reflektif, dan selektif, serta mengembangkan keterampilan dasar peserta dalam menganalisis dan memproduksi pesan visual sederhana yang lebih edukatif dan bertanggung jawab.

Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, antara lain durasi pendampingan yang relatif singkat serta belum tersedianya modul literasi visual yang terstruktur sebagai panduan pembelajaran berkelanjutan bagi komunitas. Oleh karena itu, pengembangan program pengabdian selanjutnya perlu diarahkan pada perluasan cakupan peserta, peningkatan intensitas dan keberlanjutan kegiatan, serta penyusunan modul literasi visual yang sistematis dan aplikatif. Dengan penguatan tersebut, program literasi visual diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang dalam memberdayakan anak-anak dan remaja sebagai subjek aktif yang cerdas media, kritis, dan bertanggung jawab dalam menghadapi ekosistem komunikasi visual di ruang publik perkotaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2018). *Evaluasi program pendidikan*. Bumi Aksara.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popular misogyny*. Duke University Press.
- Barry, A. M. (1997). *Visual intelligence: Perception, image, and manipulation in visual communication*. State University of New York Press.
- Carmona, M. (2021). *Public places urban spaces: The dimensions of urban design* (3rd ed.). Routledge.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. Polity Press.

- Dittmar, H. (2008). *Consumer culture, identity and well-being*. Psychology Press.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2019). *Representation* (2nd ed.). Sage.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory* (7th ed.). Sage.
- Rahman, F., & Rahajeng, H. (2025). Algorithmic dominance and platform capitalism: A political economy analysis of Netflix in Indonesia. *QAULAN: Journal of Islamic Communication*, 6(2), 214–227.
- Rose, G. (2022). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials*, (5th ed.). Sage.
- Scammell, M. (2025). Populism and political marketing: Is the discipline still relevant? *International Journal of Market Research*, 67(2–3), 242–260. <https://doi.org/10.1177/14707853241309765>
- Shrum, L. J. (2017). Cultivation theory: Effects and underlying processes. In P. Rössler (Ed.-in-Chief), C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Assoc. Eds.), *The international encyclopedia of media effects* (pp. 1–11). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0040>.
- Trianto, T. (2024). *Model pembelajaran terpadu: konsep, strategi, dan implementasinya dalam Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)*. Bumi Aksara.
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Widoyoko, E. P. (2019). *Evaluasi program pembelajaran: Panduan praktis bagi pendidik dan calon pendidik*. Pustaka Pelajar.
- Wilson, R. T., & Till, B. D. (2011). Effects of outdoor advertising: Does location matter?, *Psychology & Marketing*, 28(9), 909–933. <https://doi.org/10.1002/mar.20418>
- Zukin, S. (2020). *The innovation complex: cities, tech, and the new economy*. Oxford University Press.