



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data maka dilakukan 2 metode pengumpulan data. Yaitu pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif atau biasa disebut teknik hibrid. Untuk data kuantitatif, dilakukan dengan sampel *non-random* dengan teknik *convenience* sampling. Sedangkan kualitatif dilakukan dengan 3 teknik yaitu: wawancara, observasi, dan studi referensi.

Untuk wawancara akan dilakukan kepada 2 narasumber yang berbeda. Yang pertama wawancara akan dilakukan kepada Sarah Aurelia Saragih, S. Psi., mahasiswi program magister psikologi di Universitas Padjajaran. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menggali lebih dalam mengenai remaja, perundungan di remaja, dan juga tentang *neurodiversity*.

Wawancara kedua akan dilakukan kepada Filbert Agrata Setiawan sebagai penyintas ADHD. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan *insights* lebih dalam tentang perundungan yang pernah dialami terhadap *neurodiverse*.

Untuk mendapatkan data kuantitatif, kuesioner disebarakan kepada target berumur 15-19 tahun di Jabodetabek. Tujuan dari menyebarkan kuesioner adalah untuk mengetahui lebih dalam seberapa target kampanye mengetahui tentang *neurodiversity* dan perundungan terhadap *neurodiverse*.

Sebagai tambahan preferensi secara visual, maka dilakukan studi referensi. Studi referensi dilakukan dengan menganalisis kampanye yang dilakukan oleh Airbnb untuk *chinese new year* tahun 2021 dan UN Women.

3.1.1 Wawancara

3.1.1.1 Wawancara dengan Psikolog dan Aktivis *Neurodiversity*

Wawancara dilakukan dengan Sarah Aurelia Saragih, S. Psi., mahasiswa Magister Profesi Psikologi Klinis Anak dan Remaja di Universitas

Padjajaran. Sarah juga merupakan *founder* What Siblings Do yang merupakan tempat orang yang memiliki saudara dengan *neurodiverse*. Wawancara dilakukan pada hari Jumat, 17 September pukul 10.00 melalui Google Meet. Pertanyaan yang diajukan adalah seputar remaja, perundungan pada remaja, dan juga *neurodiversity*.

Untuk ciri-ciri remaja secara psikologis terdapat 6 kategori, yaitu emosi, bahasa, kognitif, fisik, sosial, dan motorik. Dari sisi emosi, remaja berusia 12-15 tahun cenderung untuk punya *peers* atau kelompok. Selain itu, pada tahapan ini merupakan masa sulit untuk orang tua karena remaja mulai punya *boundaries* atau batasan. Hal ini dikarenakan remaja ingin bergabung dengan *peers* dan *storm & stress* yang menyebabkan sulitnya mengendalikan emosi yang berlebihan. Selain itu remaja berusia 12-15 tahun normal untuk membangkang. Namun dari semua kategori, yang menjadi *highlight* adalah perkembangan sosial. Remaja mulai untuk *in depth relationship* dengan orang yang satu *interest*.

Perubahan atau perbedaan yang signifikan terjadi dari anak-anak menuju remaja awal adalah secara emosi. Pada masa anak-anak emosi yang dikeluarkan dapat diprediksi oleh orang tua. Namun pada saat remaja, emosi yang dikeluarkan tidak dapat diprediksi karena remaja sudah mempunyai privasinya sendiri. Lalu yang kedua, perbedaan yang signifikan adalah fisiknya. Anak-anak secara fisik masih belum ada perubahan yang signifikan. Perubahan fisik tersebut juga menjadi pemicu stres pada remaja karena tidak nyaman. Perubahan signifikan yang ketiga adalah cara berteman. Anak-anak cenderung untuk berteman dengan siapa saja. Sedangkan pada remaja, cenderung untuk berteman dengan lingkaran *peers* yang sama. Sebagai contoh *peers* populer, pintar, dan lainnya. Perubahan yang terakhir adalah cara berpikir, yaitu remaja cenderung untuk berpikir secara abstrak dan pertimbangan dibandingkan anak-anak. Sebagai contoh, remaja yang marah hanya terlihat dari raut wajah tanpa mengeluarkan alasan kenapa ia marah.

Tindakan yang termasuk ke dalam *bullying* atau perundungan menurut Sarah adalah tindakan yang membuat seseorang merasa tidak nyaman dan dilakukan secara terus menerus. Tindakan tidak nyaman yang dimaksud adalah takut atau cemas. Kalau di anak remaja merupakan agresi atau bentuk emosi marah yang dimunculkan oleh seseorang. Remaja yang melakukan perundungan tindakan tersebut seperti *negative reinforcement*. Seperti contoh ketika pelaku melakukan *bullying* dan korban tidak merespons, pelaku merasa *reinforce* untuk melakukannya lagi. Biasanya agresi pun berbeda pada laki-laki dan perempuan. Laki-laki cenderung untuk melakukan perundungan secara fisik dan perempuan cenderung untuk melakukan *bullying* secara verbal.

Untuk penyebab dari *bullying* dari pelaku bisa kondisi rumah yang tidak baik. Selain itu, remaja juga cenderung untuk meniru apa yang ada di rumah. Sehingga emosi remaja bisa dikeluarkan atau bentuk agresi ke dalam *bullying*. Selain itu, penyebab lainnya adalah status (*peer status*) yang berupa *self proclamation*. Ada beberapa tingkatan *peer status*, yaitu dari atas ke bawah adalah *popular kids*, *neglected*, dan *rejected*. Pada umumnya yang menjadi pelaku adalah *popular kids* dan korbannya adalah *rejected kids*. Yang ketiga, penyebab dari *bullying* adalah kurang mampu meregulasi emosi. Sehingga pelaku seringkali tidak tahu bentuk emosi apa yang dikeluarkan dan tidak bisa mengontrol ketika melakukan *bullying*. Yang terakhir penyebab dari *bullying* pada remaja juga berkaitan dengan pihak guru maupun sekolah. Hal ini dikarenakan seringkali guru merasa perundungan merupakan hal yang biasa terjadi di remaja. Sehingga *bullying* terus terjadi dikarenakan tidak adanya otoritas yang membantu korban agar lingkungan sekolah lebih terbuka dan lebih baik.

Akibat dari *bullying* atau perundungan kepada remaja pada umumnya adalah kecemasan anak, seperti membentuk konsep diri yang salah. Hal ini dikarenakan pada masa remaja adalah tahap pembentukan identitas. Namun ketika remaja mengalami perundungan, identitas yang dibentuk menjadi

buruk. Selain itu juga perundungan berakibat pada kecemasan, takut, malas. Perundungan juga mengakibatkan kesulitan pada akademis maupun dalam memulai pertemanan. Bahkan perundungan bisa mengakibatkan remaja memiliki penyakit mental seperti *eating disorder*, *anxiety disorder*, dan lainnya. Menurut Sarah, akibat dari perundungan kepada ABK ataupun anak dengan *neurodiverse* tidak ada bedanya. Karena sama-sama melalui tahapan perkembangan yang sama seperti anak pada umumnya. Namun yang membedakan adalah ABK ataupun anak dengan *neurodiverse* kesulitan menyampaikan emosinya secara komprehensif.

Untuk pelaku dari perundungan pada remaja, cenderung merupakan *popular kids*. Hal ini dikarenakan mereka membutuhkan identitas atau validasi dari orang lain. Selain itu, perundungan juga cenderung terjadi pada ABK maupun anak dengan *neurodiverse*. Hal ini dikarenakan fitur yang mereka tunjukkan berbeda dari anak pada umumnya. Ketika pelaku mencoba berinteraksi dan melakukan *reinforcement*, seringkali ABK atau anak dengan *neurodiverse* tidak merespons. Sehingga hal tersebut berkelanjutan menjadi bentuk perundungan.

Yang bisa dilakukan untuk mengurangi perundungan terhadap ABK maupun anak dengan *neurodiverse* adalah dengan guru. Karena menurut Sarah, guru merupakan fasilitator. Namun di Indonesia menurut Sarah masih kurang karena belum ada *bullying prevention program*. Yaitu mengajak anak bermain bersama dengan memperkenalkan apakah mereka bercanda atau sudah termasuk *bullying*. Dalam lingkup keluarga, hal yang bisa dilakukan adalah orang tua memberi tahu maupun mengajarkan kepada anak. Seperti tidak boleh memukul orang lain, apa yang dianggap bercanda, dan mana yang termasuk ke dalam bentuk *bullying*. Lalu dalam lingkup anak dapat dilakukan melalui sosial media seperti menaikkan *awareness* tentang *bullying* pada anak dengan *neurodiverse*. Seperti memberikan pengetahuan baru tentang batasan apa yang termasuk ke dalam *bullying* dan tentang *bullying* pada umumnya.

Cara mengomunikasikan tentang *bullying* pada anak dengan *neurodiverse* dapat dilakukan dengan hal-hal yang mereka suka. Yaitu bisa menggunakan sosial media yang interaktif seperti What's Up Indonesia, Hi Fear Club, dan lainnya. Menurut Sarah, mereka tidak secara gamblang memberi tahu tentang isu yang mereka angkat. Tetapi lebih ke pertanyaan yang memicu (*thought provoking*) dan setelah itu memberikan informasi tentang isu yang diangkat. Selain itu juga bisa menggunakan *games* yang mempertanyakan atau *thought provoking*.

Untuk kampanye yang menaikkan tentang *neurodiverse* di Indonesia masih sedikit. Karena masih baru di Indonesia. Namun dari kampanye yang telah ada, hal-hal yang bisa ditingkatkan adalah dengan melibatkan individu dengan *neurodiverse*. Sehingga masyarakat tahu kesulitan yang mereka hadapi. Lalu yang terakhir, hal yang bisa ditingkatkan dari kampanye yang sudah ada adalah mengoptimalkan media yang dipakai untuk menaikkan *awareness* tentang *neurodiversity*.

3.1.1.2 Wawancara dengan Penyintas ADHD

Wawancara dilakukan dengan penyintas ADHD yaitu Filbert Agrata Setiawan, *freelancer* dan mahasiswa Film Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2017. Wawancara diadakan pada hari Jumat, 10 September 2021 pukul 13.00 melalui *direct message* Instagram. Pertanyaan wawancara yang ditanyakan adalah seputar perundungan yang pernah dialami oleh Filbert.

Pada awalnya, Filbert tidak tahu bahwa ia merupakan penyintas ADHD. Filbert mengetahui bahwa ia merupakan penyintas autisme. Namun setelah diselidiki lebih lanjut, ia memiliki ADHD. Hal ini diperkuat dengan terapi yang sebelumnya dijalankan sebelum dinyatakan ADHD, yaitu terapi konsentrasi.

Berdasarkan pengalaman Filbert, perundungan karena ADHD yang dimilikinya dimulai sejak SMP. Penindasan yang paling terparah terjadi adalah saat Filbert berada di bangku perguruan tinggi. Filbert lupa secara pasti bentuk penindasan yang dialaminya. Namun, penindasan yang dialami oleh

Filbert dikarenakan ADHD-nya yang dianggap berbeda oleh teman-temannya. Yaitu seperti kesulitan fokus dalam kegiatan perkuliahan sehingga Filbert kesulitan menangkap apa yang dibicarakan.

Dalam menghadapi perundungan, pada awalnya Filbert merasa takut dan trauma. Seperti takut untuk melaporkan kejadian tersebut dikarenakan tingkat sosial dan juga kurangnya pengawasan. Bahkan setelah perundungan yang dialaminya, Filbert masih merasakan hal-hal seperti sedih, marah, kesal, dan dendam. Namun berkat dukungan dari orang-orang yaitu program studi dan *student support*, Filbert menjadi berani untuk melaporkan kejadian perundungan yang dialaminya.

Menurut Filbert perundungan yang terjadi kepadanya dikarenakan pelaku membutuhkan perhatian, seperti merasakan kesenangan setelah melakukan penindasan. Namun menurut Filbert juga tidak menutup kemungkinan korban juga bisa merunding kepada orang yang di bawahnya.

Dampak dari perundungan yang terjadi kepada Filbert bisa membuatnya trauma. Hal ini dikarenakan kejadian tersebut terasa seperti bisa terulang kembali. Sama halnya seperti melihat pelaku kembali ke dunia hiburan yang membuat korban menjadi trauma. Filbert juga merasa bahwa kejadian tersebut tidak akan dilupakan. Tetapi Filbert mencoba untuk memaafkan dan menerima dengan hal positif seperti itu sudah terjadi. Filbert pun berharap bahwa kejadian perundungan tersebut tidak terulang kembali ke orang lain.

Dalam mendukung para penyintas ADHD, Filbert merasa bahwa pengertian dan perhatian merupakan hal yang penting untuk dilakukan masyarakat. Selain itu juga Filbert merasa bahwa masyarakat jangan menganggap para penyintas adalah orang yang berbeda, tetapi lebih belajar untuk mengerti para penyintas.

3.1.1.3 Kesimpulan Wawancara

Dari wawancara dengan Sarah Aurelia Saragih, S. Psi., dapat disimpulkan bahwa remaja 12-15 tahun merupakan masa yang sulit untuk

dilalui dan berpengaruh. Hal ini dikarenakan *storm & stress* yang dialami maupun pembentukan identitas. Remaja seringkali belum mampu meregulasikan emosi dengan baik yang mengakibatkan pada mengeluarkannya menjadi tindakan *bullying*. Namun hal itu dapat berakhir buruk dengan perundungan. Untuk meningkatkan *awareness* tentang *bullying* pada anak dengan *neurodiverse*, dapat dilakukan dengan optimalisasi media dan juga *solve provoking*.

Dari wawancara kepada Filbert penyintas ADHD, dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih menganggap mereka berbeda. Yaitu dengan perlakuan yang mereka lakukan kepada penyintas ADHD. Perlakuan tersebut digambarkan ke dalam *bullying* yang menyebabkan penyintas ADHD kesulitan secara emosional karena dianggap berbeda.

Secara keseluruhan, perbedaan yang ditunjukkan oleh orang dengan *neurodiverse* masih dianggap aneh oleh masyarakat pada umumnya. Namun, orang dengan *neurodiverse* merasa mereka butuh untuk dimengerti bahwa perbedaan yang mereka miliki bukanlah hal yang aneh.

3.1.2 Observasi

Observasi dilakukan dengan mengikuti *webinar* untuk mengetahui lebih lanjut mengenai *neurodiversity*. Untuk *webinar* pertama adalah *webinar* yang dilaksanakan oleh Diversity Project pada tahun 2021 dengan Meike Bliebenicht sebagai narasumber dari *webinar* tersebut. *Webinar* ke-2 dilaksanakan oleh Stanford Medicine pada tahun 2020 di Kulkata, India dengan Lawrence Fung, M.D., Ph.D. sebagai pembicara *webinar* tersebut.

3.1.2.1 Webinar 1

Dari webinar mengenai *neurodiversity* yang pernah diikuti, menurut Meike Bliebenicht (2021), *neurodiversity* berbeda dengan *cognitive diversity*, kesehatan mental, dan disabilitas. Untuk lingkup *cognitive diversity* sangat luas dibandingkan *neurodiversity*. *Cognitive diversity* mencakup keseluruhan cara kerja yang dipengaruhi dari latar belakang, perspektif, dan orang yang

berbeda. Misalnya orang dengan sosio-ekonomi atau LGBT termasuk ke dalam *cognitive diversity*.

Lalu untuk kesehatan mental atau *mental health*, orang dengan *neurodiversity* maupun *neurotypical* atau orang dengan otak normal dapat sama-sama memiliki *mental health* yang baik maupun buruk. Sehingga *neurodiversity* tidak bisa disamakan dengan *mental health*. Yang terakhir adalah *neurodiversity* berbeda dengan disabilitas. Hal ini dikarenakan seorang *neurodivergent* lebih cenderung untuk tidak mengakui disabilitas hanya karena beberapa penyakit yang termasuk ke dalam *neurodiversity* dianggap sebagai disabilitas dalam hukum.

3.1.2.2 Webinar 2

Menurut Lawrence Fung (2020), setiap manusia memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Seperti contoh pada model kurva Bell. Menurut Fung, mengukur kemampuan seseorang dengan *theory of multiple intelligence* oleh Howard Gardner dapat membuat kita berpikir lebih luas. Kategori yang dimaksud dari *theory of multiple intelligence* adalah *musical rhythmic, visual spatial, verbal linguistic, logical-mathematical, bodily-kinesthetic, naturalistic, interpersonal, dan intrapersonal*. Yang dimaksud dari manusia memiliki perbedaan masing-masing adalah sebagai contoh dari Albert Einstein. Albert Einstein memiliki kemampuan *logical-mathematical* sangat di atas rata-rata. Namun, Einstein memiliki kemampuan *interpersonal* dan *intrapersonal* di bawah rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa Albert Einstein mempunyai kelebihan dan kelemahannya di kategori yang berbeda.

Menurut Fung sangat disayangkan jika mereka selalu dibatasi kemampuannya oleh masyarakat. Sehingga Fung mengatakan bahwa jika kita berfokus kepada hal-hal yang dapat mengembangkan kelebihan mereka, maka sifat itu akan menjadi kekuatan mereka.

3.1.3 Kuesioner

Pengumpulan kuesioner akan dilakukan dengan sampel *non-random* dengan teknik *convenience sampling*. Dari data yang didapat mengenai anak-

anak berusia 15-19 tahun atau yang duduk di bangku SMA di Jabodetabek. Siswa SMA menjadi target dari kuesioner ini dikarenakan siswa SMA pernah melakukan kegiatan pembelajaran tatap muka sebelum pandemi saat masih di bangku SMP. Selain itu, usia 15-19 tahun didapatkan dari PPDB atau Proses Penerimaan Peserta Didik Baru di Jakarta pada tahun 2020. Dan penerimaan siswa paling banyak di usia 15 hingga 16 tahun.

Untuk mendapatkan data populasi, maka dilakukan penjumlahan populasi siswa SMA di Jabodetabek yaitu sebanyak 474.489. Maka didapatkan sampel dengan perhitungan berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:

$$S = \frac{474.489}{1 + (474.489 \times 0,1^2)} = 99,9789291366$$

Dengan pembulatan maka dibutuhkan 100 responden dalam kuesioner yang disebarakan.

Neurodiversity dan Perundungan

Perkenalkan nama saya Graciella Adriani Seciawanto, mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV) angkatan 2018.

Pada kuesioner ini, saya sedang mengumpulkan data seputar pengetahuan mahasiswa mengenai neurodiversity dan perbullyan yang terjadi di Sekolah Menengah Pertama. Data dari hasil kuesioner ini akan digunakan untuk Tugas Akhir.

Oleh karena itu, saya meminta ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini jika Anda merupakan:

1. Berusia 15-19 tahun
2. Berdomisili di Jabodetabek

Jika Anda tidak termasuk ke dalam kategori tersebut, dimohon ketersediannya untuk menyebarkan kuesioner ini kepada orang yang sesuai dengan kriteria di atas.

Atas waktu dan kerja sama Anda, saya ucapkan terima kasih 🙏

***Required**

Geografi, Demografi, dan Behavior

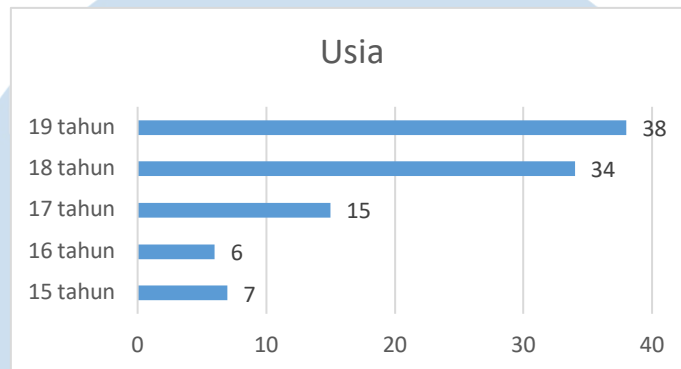
Usia (tulis tahun saja, contoh: 14) *

Your answer

Gambar 3. 1 Kuesioner *Neurodiversity* dan Perundungan yang disebarakan

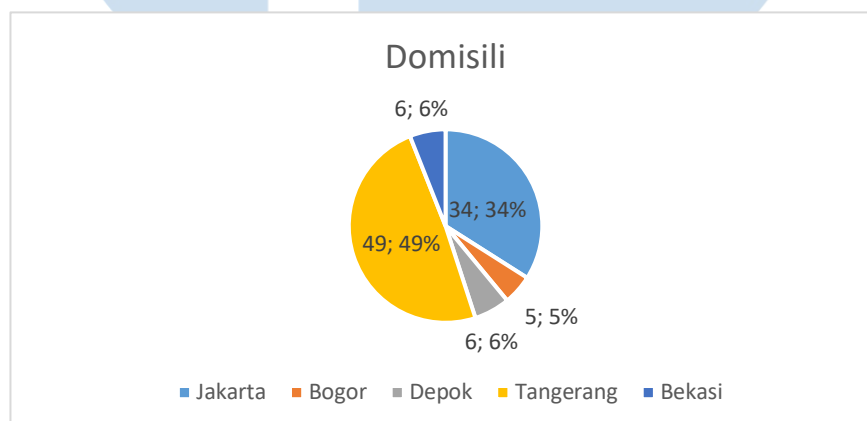
Tujuan dari disebarkannya kuesioner ini adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan siswa akan teman-temannya dengan *neurodiverse*. Selain itu juga penulis ingin mengetahui tentang perundungan yang terjadi saat responden di bangku SMP. Kuesioner ini disebarakan secara daring

melalui *google form* kepada siswa berusia 15-19 tahun. Dari kuesioner yang telah disebar, didapatkan 100 responden.



Gambar 3. 2 Grafik Usia Responden

Dari 100 responden, sebanyak 38% berusia 19 tahun, 34% berusia 18 tahun, 15% berusia 17 tahun, 7% berusia 15 tahun, dan 6% berusia 16 tahun.



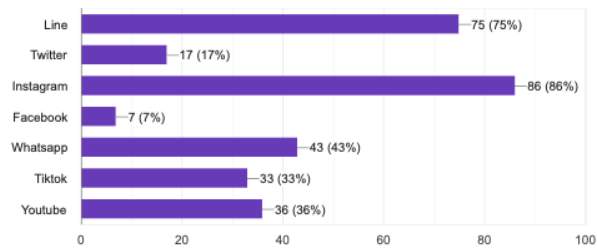
Gambar 3. 3 Grafik Domisili Responden

Untuk domisili responden, sebanyak 49% atau 49 responden berdomisili di Tangerang, 34% di Jakarta, 6% di Bekasi, 6% di Depok, dan 5% berdomisili di Bogor.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Pilih 3 media sosial yang sering dipakai

100 responses

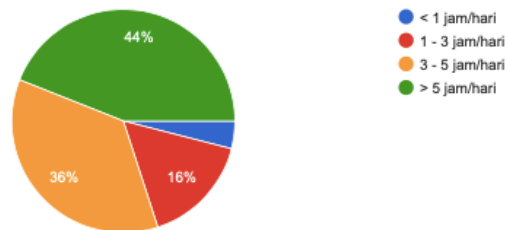


Gambar 3. 4 Grafik Media Sosial yang Sering Digunakan

Pada *section* pertama, penulis menanyakan *media behavior* dari responden. Untuk yang pertama adalah media sosial yang sering dipakai. Sebanyak 86% atau 86 responden menggunakan Instagram, 75% atau 75 responden menggunakan Line, 43% responden menggunakan Whatsapp, 36% menggunakan Youtube, 33% menggunakan Tiktok, 17% menggunakan Twitter, dan 7% menggunakan Facebook.

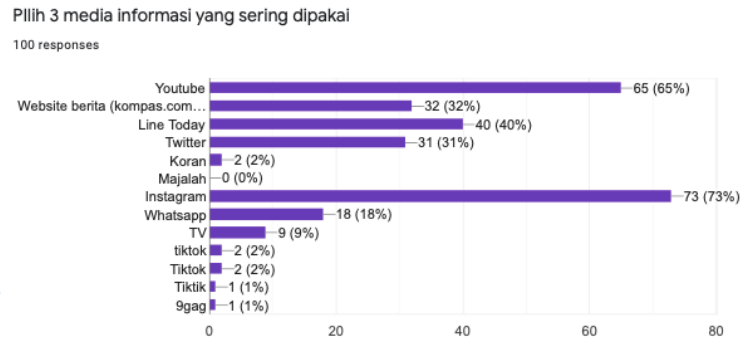
Berapa lama Anda menggunakan sosial media dalam sehari?

100 responses



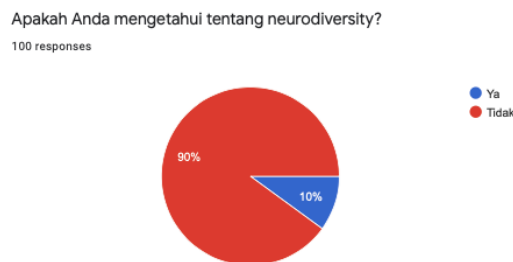
Gambar 3. 5 Grafik Lama Penggunaan Sosial Media

Lalu dalam kuesioner, penulis menanyakan tentang lama penggunaan sosial media kepada responden. Sebanyak 44% atau 44 responden menggunakan sosial media selama lebih dari 5 jam/hari, 36% menggunakan sosial media selama 3-5 jam/hari, 16% menggunakan sosial media selama 1-3 jam/hari, dan 4% selama kurang dari 1 jam/hari.



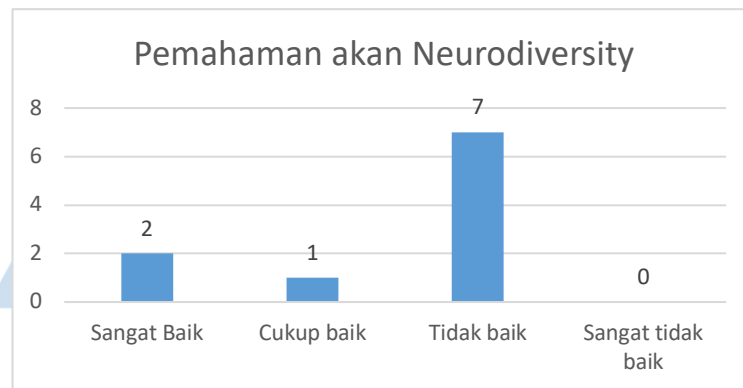
Gambar 3. 6 Grafik 3 Media Informasi yang Sering Dipakai

Lalu penulis juga menanyakan media informasi yang sering dipakai kepada responden. Sebanyak 73% atau 73 responden menggunakan Instagram, 65% menggunakan Youtube, 40% menggunakan Line Today, 32% menggunakan *website* berita (kompas.com, dll), 31% menggunakan Twitter, 18% menggunakan Whatsapp, 9% menggunakan TV, 5% menggunakan Tiktok, 2% menggunakan koran, dan 1% menggunakan 9gag.



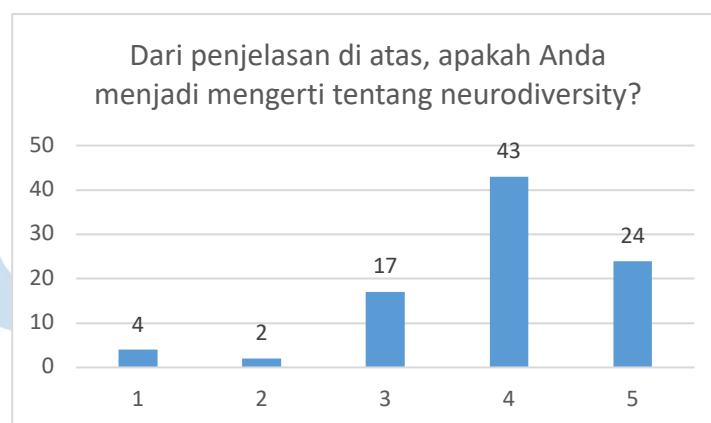
Gambar 3. 7 Grafik Pengetahuan tentang *Neurodiversity*

Pada *section* yang sama, penulis menanyakan responden apakah mengetahui tentang *neurodiversity*. Sebanyak 90% atau 90 responden menjawab tidak mengetahui dan 10% menjawab mengetahui tentang *neurodiversity*. Dari jawaban tersebut, responden diarahkan ke *section* yang berbeda. Untuk yang menjawab ya akan diarahkan ke *section* ke-2 untuk memastikan apakah responden benar-benar tahu tentang *neurodiversity*. Sedangkan untuk responden yang menjawab tidak, akan diarahkan ke *section* ke-3 untuk diberi penjelasan sedikit tentang *neurodiversity*.



Gambar 3. 8 Grafik Pemahaman akan *Neurodiversity*

Pada *section* ke-2, penulis menanyakan pertanyaan terbuka mengenai *neurodiversity*. Lalu penulis juga memberikan opsi penyakit yang termasuk maupun tidak termasuk ke dalam *neurodiversity*. Hal ini dilakukan untuk memastikan seberapa tinggi pengetahuan responden akan *neurodiversity*. Setelah dilakukannya analisis, dari 10 responden yang menjawab ya pada *section* sebelumnya, sebanyak 2 responden atau 20% memiliki pemahaman yang sangat baik akan *neurodiversity*, 10% memiliki pengetahuan yang cukup baik, dan 7% memiliki pengetahuan yang tidak baik. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman responden terhadap *neurodiversity* masih belum baik.

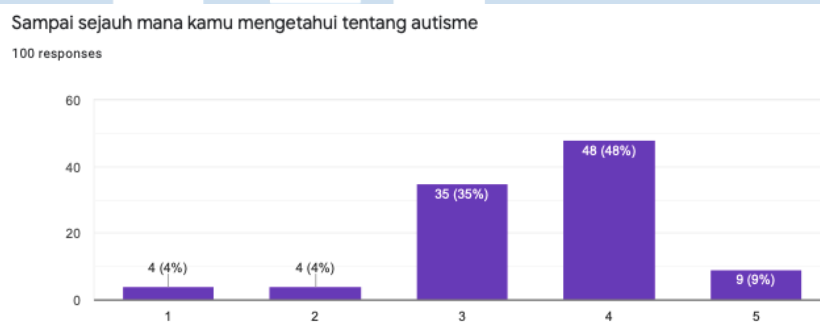


Gambar 3. 9 Grafik Pengertian terhadap Penjelasan tentang *Neurodiversity*

Pada *section* ke-3, penulis memberikan penjelasan singkat mengenai *neurodiversity*. Dari penjelasan tersebut, penulis memberikan pertanyaan skala Likert untuk mengetahui tingkat pemahaman responden setelah diberi

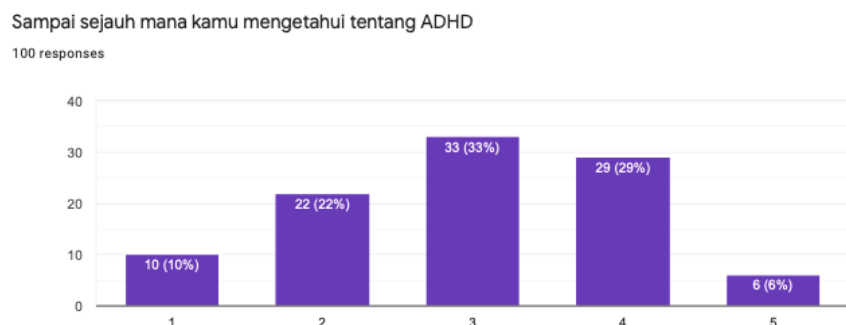
penjelasan singkat. Sebanyak 48% atau 43 responden merasa mengerti, 27% merasa sangat mengerti, 19% merasa cukup mengerti, 4% merasa sangat tidak mengerti, dan 2% merasa tidak mengerti penjelasan tentang *neurodiversity*.

Lalu pada *section* yang selanjutnya, penulis menanyakan responden tentang kelainan yang termasuk ke dalam *neurodiversity*. Penulis memberikan pertanyaan dalam bentuk skala Likert untuk mengetahui tingkat pemahaman responden terhadap setiap jenis kelainan.



Gambar 3. 10 Grafik Pengetahuan tentang Autisme

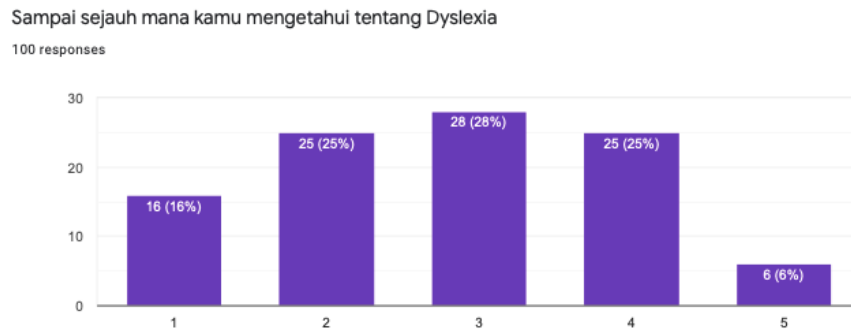
Untuk yang pertama adalah tentang pengetahuan responden akan autisme. Sebanyak 48% atau 48 responden mengetahui tentang autisme, 35% cukup mengetahui, 9% sangat tahu, 4% tidak tahu, dan 4% responden sangat tidak tahu tentang autisme.



Gambar 3. 11 Grafik Pengetahuan tentang ADHD

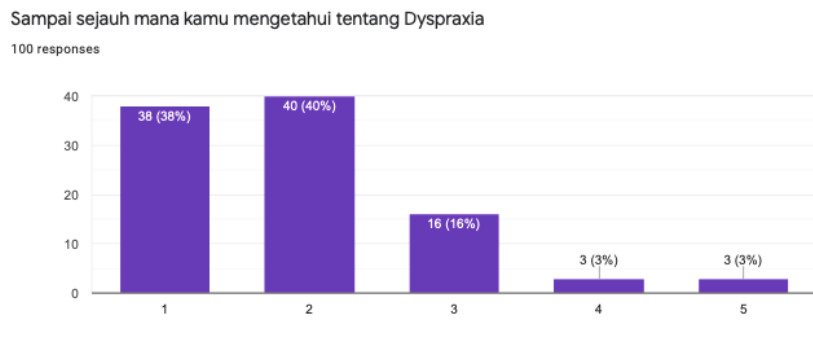
Yang kedua adalah tingkat pengetahuan responden terhadap ADHD. Sebanyak 33% atau 33 responden cukup mengetahui tentang ADHD, 29%

mengetahui tentang ADHD, 22% tidak mengetahui, 10% sangat tidak tahu, dan 6% sangat tahu tentang ADHD.



Gambar 3. 12 Grafik Pengetahuan tentang *Dyslexia*

Yang ketiga adalah tingkat pengetahuan responden terhadap disleksia. Sebanyak 28% atau 28 responden cukup mengetahui tentang disleksia, 25% mengetahui, 25% tidak mengetahui, 16% sangat tidak tahu, dan 6% sangat tahu tentang disleksia.

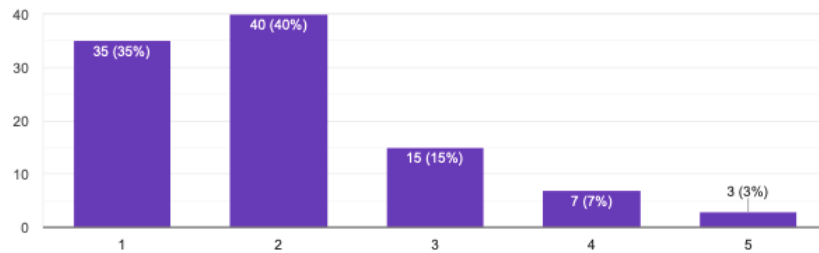


Gambar 3. 13 Grafik Pengetahuan tentang *Dyspraxia*

Yang keempat adalah tingkat pengetahuan responden akan *dyspraxia*. Sebanyak 40% tidak tahu tentang *dyspraxia*, 38% sangat tidak tahu, 16% cukup mengetahui, 3% mengetahui, dan 3% sangat tahu tentang *dyspraxia*.

Sampai sejauh mana kamu mengetahui tentang Dysgraphia

100 responses

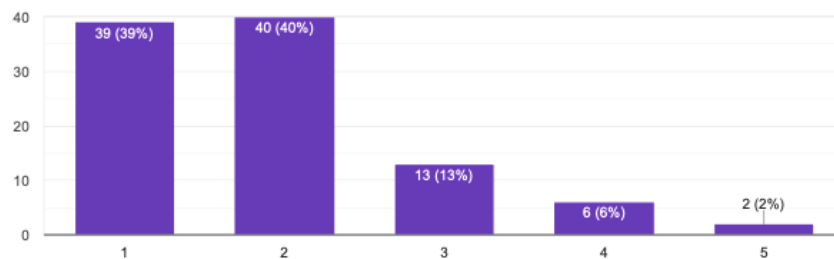


Gambar 3. 14 Grafik Pengetahuan tentang *Dysgraphia*

Yang kelima adalah tingkat pengetahuan responden akan *dysgraphia*. Sebanyak 40% atau 40 responden tidak tahu tentang *dysgraphia*, 35% sangat tidak tahu, 15% cukup tahu, 7% tahu, dan 3% sangat tahu tentang *dysgraphia*.

Sampai sejauh mana kamu mengetahui tentang Dyscalculia

100 responses

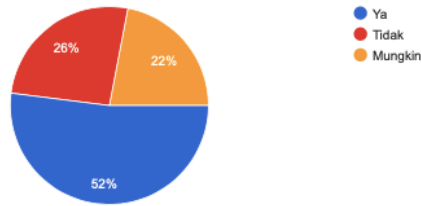


Gambar 3. 15 Grafik Pengetahuan tentang *Dyscalculia*

Yang keenam adalah tingkat pengetahuan responden akan *dyscalculia*. Sebanyak 40% atau 40 responden tidak tahu tentang *dyscalculia*, 39% sangat tidak tahu, 13% cukup tahu, 6% tahu, dan 2% sangat tahu tentang *dyscalculia*. Dan dari 6 pertanyaan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat sudah cukup untuk autisme. Namun pengetahuan responden akan ADHD, disleksia, *dysgraxia*, *dysgraphia*, dan *discalculia* masih sangat rendah.

Apakah Anda memiliki teman dekat/teman sekolah yang 'berbeda'?

100 responses



Gambar 3. 16 Grafik tentang Teman yang Berbeda

Dari *section* mengenai pengetahuan responden akan *neurodiverse*, penulis menanyakan perundungan yang terjadi terhadap remaja dengan *neurodiverse*. Untuk yang pertama adalah penulis menanyakan tentang apakah responden memiliki teman yang mungkin terlihat berbeda di mata mereka. Dari pertanyaan tersebut, sebanyak 52% atau 52 responden menjawab ya, 22% menjawab mungkin, dan 26% menjawab tidak memiliki teman yang berbeda.



Gambar 3. 17 Grafik tentang Perbedaan yang Dipunyai

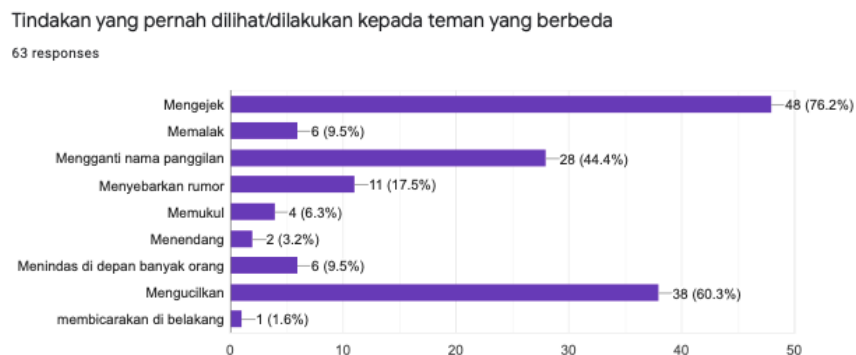
Lalu penulis juga menanyakan tentang perbedaan seperti apa yang teman mereka punya. Sebanyak 36% atau 36 responden menjawab mereka memiliki perbedaan secara kognitif, 33% perbedaan sosial, 24% perbedaan secara emosi, 23% tidak tahu perbedaan apa yang dimiliki oleh temannya, 5% responden menjawab perbedaan bahasa, 3% menjawab autisme, 2% masalah keluarga, 1% motorik, dan 1% ADHD. Dapat dilihat bahwa responden masih secara abstrak menggambarkan perbedaan yang dimiliki oleh temannya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden masih belum tahu istilah seperti autisme, ADHD, dan lainnya untuk menggambarkan perbedaan yang dimiliki oleh teman mereka.



Gambar 3. 18 Grafik tentang Melihat Perundungan

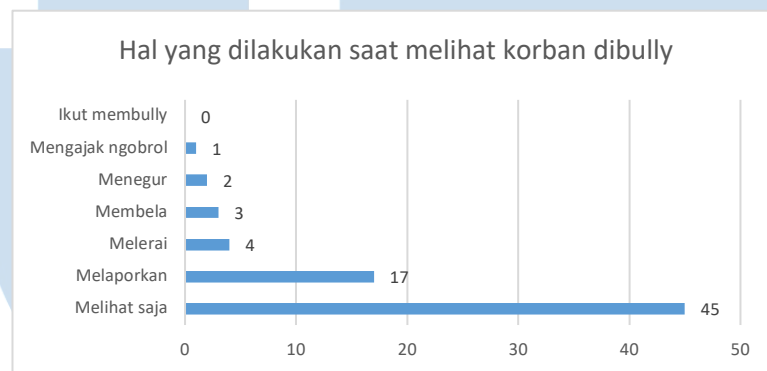
Dalam perbedaan yang dimiliki, penulis menanyakan apakah mereka pernah melihat perundungan dilakukan kepada teman yang berbeda tersebut. Sebanyak 39% menjawab ya, 37% menjawab tidak, dan 24% menjawab mungkin. Dari jawaban yang telah dipilih, responden akan diarahkan ke *section* yang berbeda. Untuk responden yang menjawab ya dan mungkin, responden diarahkan ke *section* 6. Hal ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai perundungan yang terjadi kepada remaja dengan *neurodiverse*.



Gambar 3. 19 Grafik tentang Tindakan *Bullying*

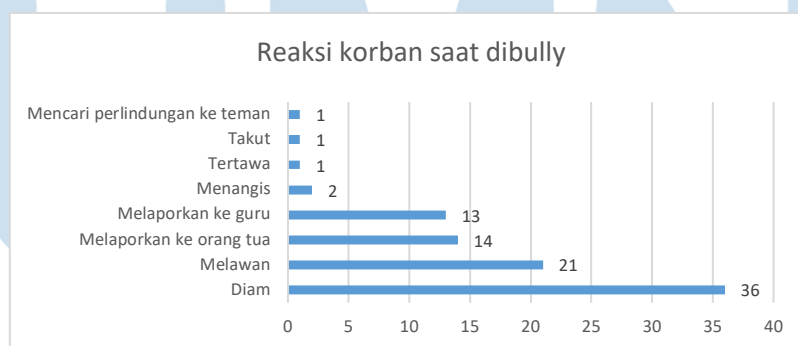
Pada *section* 6, penulis menanyakan bentuk perundungan apa yang dilakukan oleh pelaku. Sebanyak 76,2% atau 48 responden menjawab pelaku

mengejek, 60,3% mengucilkan, 44,4% mengganti nama panggilan, 17,5% menyebarkan rumor, 9,5% memalak, 9,5% menindas di depan banyak orang, 6,3% memukul korban, 3,2% menendang, dan 1,6% membicarakan korban di belakang. Sehingga *bullying* terhadap remaja dengan *neurodiverse* cenderung kepada *bullying* secara verbal dan sosial dibandingkan dengan *bullying* secara fisik yang hanya 3,2% dan 6,3%.



Gambar 3. 20 Grafik tentang Hal yang Dilakukan ketika Melihat Korban

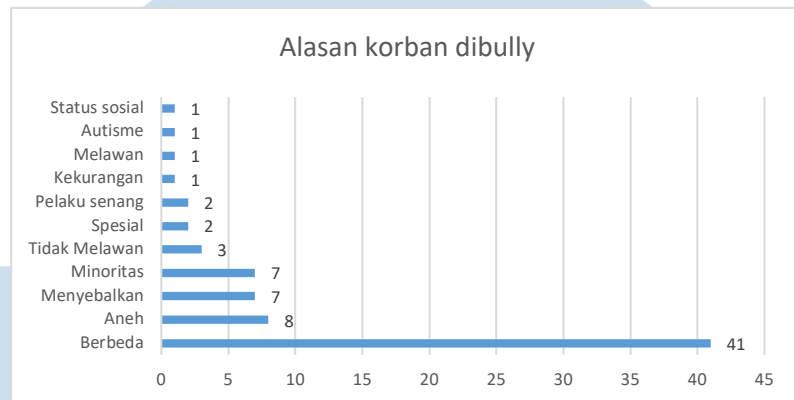
Dari grafik di atas, dapat dilihat bahwa responden masih belum tergerak secara empati untuk ikut membela korban. Dengan sebanyak 71% atau 45 responden masih menjadi *bystander* ketika perundungan yang terjadi terhadap anak dengan *neurodiverse*.



Gambar 3. 21 Grafik Reaksi Korban saat Dirundung

Pada pertanyaan selanjutnya, penulis juga menanyakan bagaimana respon atau reaksi dari korban ketika dirundung. Sebanyak 57% atau 36 responden menjawab korban hanya diam, 33% melawan pelaku, 22%

melaporkan perundungan ke orang tua, 20% melaporkan ke guru, 3% menangis, 1% tertawa, 1% takut, dan 1% mencari perlindungan ke temannya.

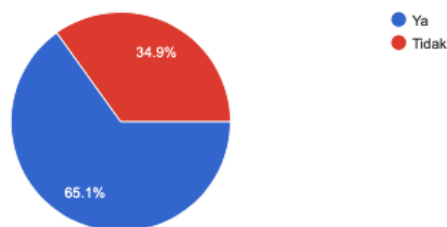


Gambar 3. 22 Grafik Alasan Korban Dirundung

Lalu, penulis menanyakan pendapat mereka tentang alasan mereka dirundung atau *dibully*. Sebanyak 65% atau 41 responden menganggap korban berbeda, 12% menganggap korban aneh, 11% menyebalkan, 11% menganggap korban adalah minoritas, 4% tidak melawan, 3% menganggap korban spesial, 3% pelaku senang, 1% karena kekurangannya, 1% karena melawan, 1% karena autisme yang dimiliki, dan 1% karena status sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa korban dianggap berbeda dan aneh oleh teman-temannya di sekolah.

Apakah kamu pernah menghibur/berbicara kepada korban?

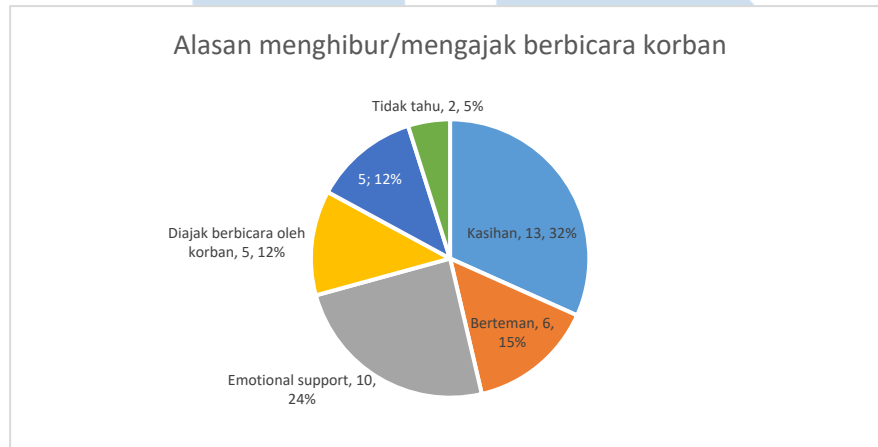
63 responses



Gambar 3. 23 Grafik Apakah Pernah Menghibur Korban

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Penulis juga menanyakan tentang apakah mereka pernah menghibur/berbicara kepada korban. Sebanyak 41 atau 65,1% pernah menghibur/mengajak berbicara korban dan sebanyak 34,9% tidak pernah.

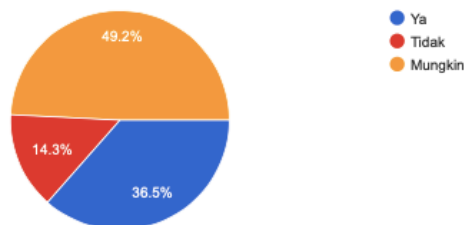


Gambar 3. 24 Grafik Alasan Menghibur Korban

Dari jawaban sebelumnya, penulis menanyakan tentang alasan mereka menghibur/berbicara kepada korban. Dari responden yang menjawab ya pada pertanyaan sebelumnya, sebanyak 32% responden merasa kasihan, 24% merasa korban butuh *emotional support*, dan 15% responden memang berteman dengan korban. Dapat disimpulkan bahwa rasa empati yang ditunjukkan dengan berbicara/menghibur korban adalah mayoritas dikarenakan rasa iba dan juga rasa korban membutuhkan *emotional support*.

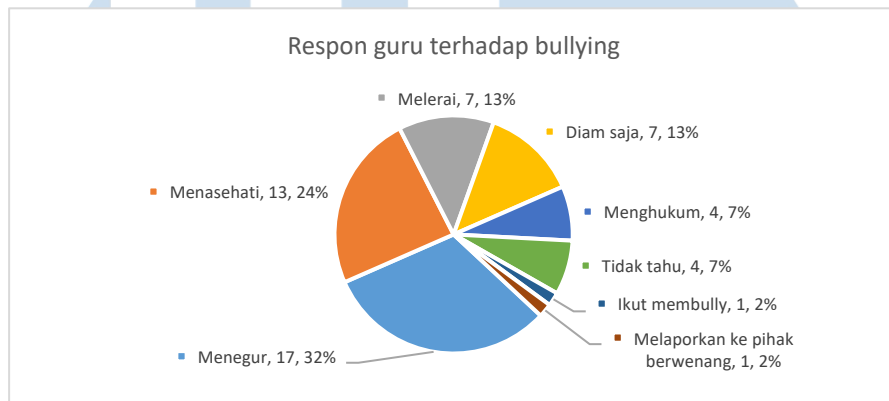
Apakah guru yang tahu tentang penindasan tersebut?

63 responses



Gambar 3. 25 Grafik tentang Pengetahuan Guru terhadap *Bullying*

Penulis juga menanyakan tentang apakah otoriter di sekolah atau guru tahu tentang perundungan yang terjadi terhadap remaja dengan *neurodiverse*. Sebanyak 49,2% atau 31 responden menjawab mungkin, 36,5% atau 23 responden menjawab ya, dan 14,3% menjawab tidak.

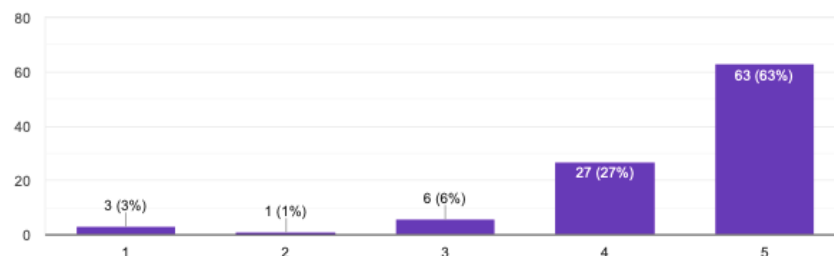


Gambar 3. 26 Grafik Respons Guru terhadap *Bullying*

Dari responden yang menjawab ya dan mungkin pada pertanyaan sebelumnya, sebanyak 32% responden menegur pelaku, 24% menasihati pelaku, 13% melerai, dan 13% diam saja. Dapat dilihat bahwa guru sudah memulai untuk mengurangi *bullying* terhadap korban. Namun, guru masih belum cukup untuk memberikan langkah preventif agar *bullying* terhadap anak dengan *neurodiverse* tidak terjadi.

Menurut kamu apakah neurodiversity penting untuk dikampanyekan?

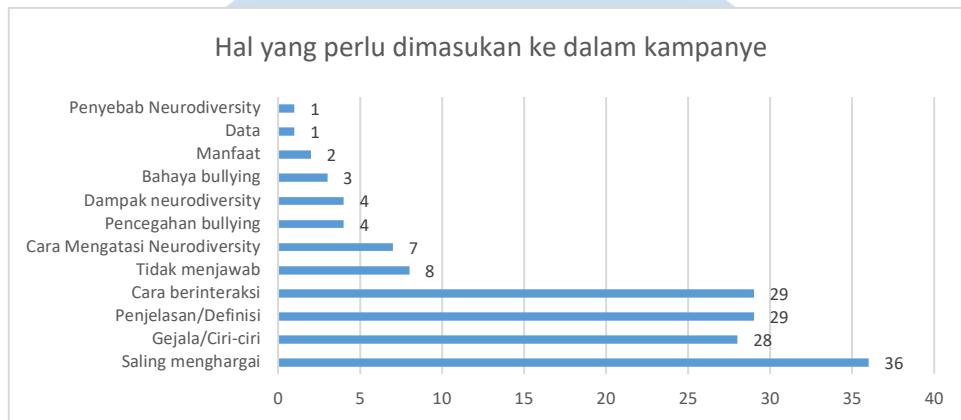
100 responses



Gambar 3. 27 Grafik Pentingnya Kampanye *Neurodiversity*

Pada *section* yang terakhir, penulis menanyakan mengenai perancangan kampanye *neurodiversity*. Sebanyak 63% atau 63 responden

merasa *neurodiversity* sangat penting untuk dikampanyekan dan 27% merasa *neurodiversity* penting untuk dikampanyekan.



Gambar 3. 28 Grafik Hal yang Perlu Dimasukan ke dalam Kampanye

Untuk pertanyaan terakhir, penulis menanyakan mengenai hal-hal apa yang perlu dikampanyekan. Sebanyak 36% responden merasa saling menghargai harus dimasukkan ke dalam kampanye. Lalu 29% responden merasa cara berinteraksi dengan teman yang memiliki ‘perbedaan’ tersebut penting untuk dimasukkan. Selain itu 29% responden merasa penjelasan/definisi mengenai *neurodiversity* juga perlu untuk dibahas. Dan yang terakhir adalah sebanyak 28% responden merasa ciri-ciri dari setiap perbedaan yang termasuk ke dalam *neurodiversity* penting untuk dimasukkan.

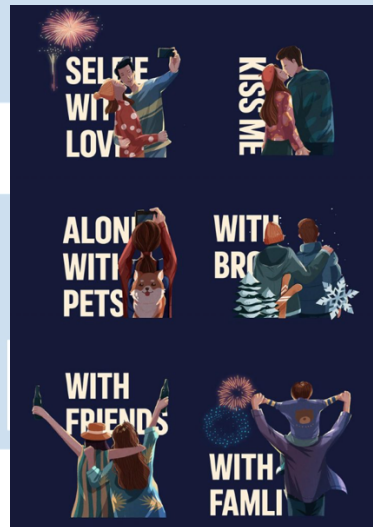
3.2 Studi Referensi

Dalam rangka menambah preferensi visual untuk kegiatan kampanye, maka dilakukan studi referensi terhadap kampanye *chinese new year 2021* Airbnb. Selain itu juga untuk menambah preferensi strategi komunikasi untuk kampanye, maka dilakukan juga studi referensi terhadap kampanye *sexism* oleh UN Women.

3.2.1 Kampanye *Chinese New Year 2021* Airbnb

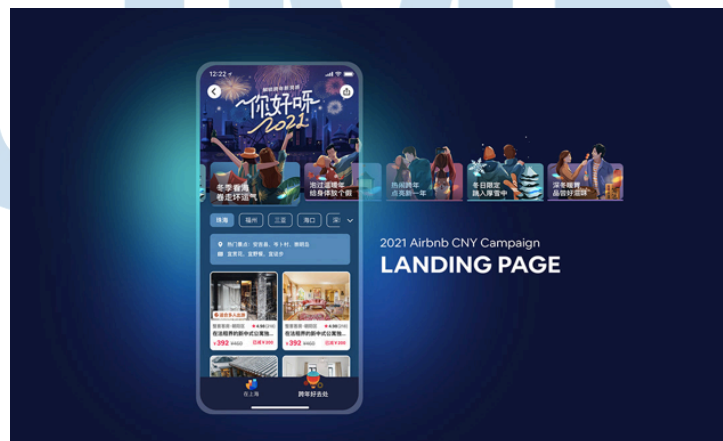
Studi Referensi dilakukan dengan menganalisis visual kampanye 2021 Airbnb CNY Campaign. Kampanye ini dilakukan di Airbnb Tiongkok sebagai *landing page*. Kampanye ini ditujukan untuk mengekspresikan orang-orang dengan berbagai latar belakang menyambut tahun baru dengan

gaya maupun mentalitas yang berbeda. Namun dengan harapan yang sama bahwa 2021 akan lebih baik.



Gambar 3. 29 Ilustrasi Karakter 2021 Airbnb CNY Campaign
Sumber: designbolts.com, n.d.

Desain karakter dirancang dengan penggunaan warna yang disesuaikan dengan suasana setiap karakter. Namun dalam implementasinya, warna hangat yang menunjukkan kebersamaan saat tahun baru tetap dipakai. Lalu secara tekstur juga menggunakan *visual texture* yang hanya bisa dilihat dari ilustrasi yang dibuat. Selain itu juga penggunaan tipografi dengan tipe sans serif dipakai sebagai penunjuk setiap karakter yang telah didesain.



Gambar 3. 30 Landing Page 2021 Airbnb CNY Campaign
Sumber: designbolts.com, n.d.

Desain karakter yang telah dibuat, dipakai ke dalam *landing page* dari aplikasi Airbnb. Dalam penggunaannya, desain karakter ditambahkan dengan latar yang menggambarkan suasana dari setiap karakter. Selain itu juga penggunaan tipografi yang sebelumnya dihapus. Secara keseluruhan, berikut adalah hasil analisis dari kampanye Airbnb:

Tabel 3. 1 Analisis SWOT Kampanye 2021 Airbnb CNY Campaign

| Jenis | Analisis |
|----------------------|--|
| <i>Strengths</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan warna dan karakter yang sesuai dan menggambarkan suasana tiap karakter • Penyampaian pesan disampaikan melalui ekspresi atau <i>gesture</i> karakter |
| <i>Weaknesses</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan tipografi yang ditutupi oleh ilustrasi • Kontras warna pada karakter dan <i>background</i> |
| <i>Opportunities</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Media yang digunakan dapat menarik pengunjung yang sesuai target Airbnb |
| <i>Threats</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan <i>gesture</i> pada ilustrasi dapat menjadi contoh yang tidak baik bagi anak-anak |

3.2.2 Kampanye *Sexism* UN Women

Studi referensi kedua dilakukan dengan menganalisis strategi pesan dari kampanye *sexism* oleh United Nations (UN) Women. Kampanye tentang *sexism* ini ditujukan untuk kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan. Pada kampanye yang dibuat oleh Christopher Hunt, pesan berfokus pada stigma yang ada tentang apa yang bisa dan tidak bisa dilakukan perempuan. Pesan tersebut dikemas ke dalam bentuk *google search*.



Gambar 3. 31 Poster Kampanye UN Women

Sumber: www.creativebloq.com/advertising/un-women-highlight-sexism-new-ads-10134982, n.d.

Pesan yang ingin disampaikan oleh kampanye ini adalah bahwa wanita bisa melakukan segala hal tanpa dibatasi oleh stigma dan perlakuan diskriminasi. Secara target, UN Women berfokus secara global untuk meningkatkan *awareness* bahwa ketidaksetaraan gender merupakan masalah yang terjadi secara global. Untuk strategi yang digunakan kampanye ini berfokus pada tahapan *attention*, yaitu dengan teknik *thought provoking* yang mendorong target untuk mencari lebih lanjut dan memasuki ke tahap AISAS selanjutnya. Secara keseluruhan, berikut adalah hasil analisis dari kampanye *sexism* UN Women:

Tabel 3. 2 Analisis SWOT Kampanye *Sexism* UN Women

| Jenis | Analisis |
|----------------------|---|
| <i>Strengths</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan foto yang berbeda dan contoh yang bervariasi • Menggunakan <i>thought provoking</i> untuk mendorong target ke tahapan AISAS selanjutnya |
| <i>Weaknesses</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Media terbatas pada sosial media dan internet |
| <i>Opportunities</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Target dari kampanye luas secara global |
| <i>Threats</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Isu kultur yang berbeda setiap negara/wilayah mengakibatkan mis-informasi |

3.3 Metode Perancangan

Dalam merancang kampanye, akan digunakan metode perancangan berdasarkan teori Landa (2014), yaitu: *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Selain itu metode perancangan juga akan menggunakan strategi komunikasi AISAS ke dalam metode Landa pada tahap *strategy*.

1) *Overview*

Pada tahapan ini, pengumpulan data dilakukan untuk menentukan strategi pada tahapan selanjutnya. Hal yang dilakukan pada tahap ini dilakukan riset terhadap isu, *target audience*, lembaga, dan kompetitor.

2) *Strategy*

Pada tahapan ini, akan dirancang strategi untuk digunakan dalam merancang kampanye. Hal yang dilakukan pada tahap ini adalah menganalisis, menemukan, dan menentukan rencana untuk kampanye sosial. Untuk melengkapi metode Landa, maka ditambahkan strategi media yaitu AISAS:

- a) *Attention*: Pada tahapan ini, kampanye akan dirancang untuk menarik perhatian *target audience*.
- b) *Interest*: Pada tahapan ini, kampanye dirancang untuk menarik minat *target audience*.
- c) *Search*: Tahapan ini dilakukan untuk menarik *target audience* untuk mencari informasi tentang kampanye yang dilakukan.
- d) *Action*: Dalam tahapan ini, kampanye bertujuan agar *target audience* ikut serta atau berpartisipasi ke dalam kampanye.
- e) *Share*: Pada tahapan ini, kampanye bertujuan agar *target audience* membagikan tentang kampanye kepada orang lain.

3) *Ideas*

Setelah menentukan rencana yang akan dilakukan pada tahap *share*, pada tahapan ini akan dilakukan analisis dalam menemukan dan menentukan konsep kampanye sosial.

4) *Design*

Dari konsep yang sudah didapatkan, maka dalam tahap ini akan dilakukan proses visualisasi dari konsep yang sudah didapat. Hal yang dilakukan adalah dengan membuat sketsa dan mendigitalisasikan hasil sketsa.

5) *Production*

Pada tahapan ini, akan dilakukan pengembangan produksi. Hal yang dilakukan adalah menentukan media yang ingin dipakai.

6) *Implementation*

Pada tahapan ini, hasil dari visualisasi kampanye sosial akan ditunjukkan kepada klien untuk diberikan *feedback* dan solusi jika terdapat perubahan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA