

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut WHO (2019), 1 dari 160 anak di dunia merupakan anak autistik. Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) memperkirakan terdapat 4,2-4,8 juta anak lahir di Indonesia setiap tahunnya (Manafe, 2019). Merujuk pada data tersebut, maka diperkirakan terdapat sekurang-kurangnya 2500 anak lahir dengan autisme setiap tahunnya di Indonesia. Anak autistik memiliki gangguan perilaku sosial dan komunikasi bahasa (WHO, 2019). Oleh karena itu, anak autistik harus mendapatkan penanganan yang cepat dan tepat.

Endang Retno dalam makalah berjudul Penanganan Orangtua Terhadap Kondisi Anak Autisme (2003) menjelaskan bahwa, deteksi dini pada anak secara menyeluruh adalah tahap awal dari penanganan anak autistik (KPPPA, 2016). Di Indonesia, deteksi dini masih sulit dilakukan akibat seringnya terjadi keterlambatan. Dr. Mei Neni Sitaresmi, PhD., SpA(K), selaku pakar kesehatan anak mengungkapkan bahwa, mayoritas anak penyandang autisme terdeteksi setelah berumur empat tahun (Khalika, 2019). Padahal, gejala autisme pada anak sudah dapat muncul sebelum anak menginjak usia 3 tahun (KPPPA, 2018).

Masalah keterlambatan deteksi dini terjadi karena banyak orang tua terlambat menyadari gejala autisme pada anak (Devani, 2016). Adanya keterlambatan disebabkan oleh perilaku penolakan (*denial*) orang tua terhadap kondisi anak (Pamoedji, komunikasi pribadi, 15 Februari 2022). Perilaku penolakan berpotensi menghambat orang tua untuk memeriksakan anak ke fasilitas kesehatan. Perilaku tersebut juga diperparah dengan rendahnya literasi membaca orang tua, yang menyebabkan orang tua rentan mengambil keputusan yang salah terkait penanganan autisme pada anak (Hadiwinoto, komunikasi pribadi, 17 Februari 2022).

Apabila terjadi keterlambatan deteksi dan penanganan, sulit bagi anak untuk mengejar ketertinggalan dengan anak seusianya (Kusumawardani, komunikasi pribadi, 1 Maret 2022). Menurut Dr. Ika Widyawati, SpKJ(K), dalam konferensi pers Autism Awareness Month 2015, terapi apapun sulit mengurangi gangguan autisme bila anak dibawa ke dokter pada usia belasan tahun (detikHealth, 2014). Salah satu contoh kasus diungkapkan oleh Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., pendiri dari Art Therapy Center Widyatama (ATCW). Salah seorang peserta terapi berusia 20 tahun terlambat mendapat penanganan yang tepat. Akibatnya terbentuk respon komunikasi yang salah, yaitu dengan cara memukul.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merancang kampanye sosial mengenai deteksi dini ciri-ciri autisme pada anak usia 0-2 tahun bagi orang tua di JABODETABEK. Venus (2018), mengutip Rogers dan Storey (1987), menyatakan bahwa, "kampanye adalah 3 serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu kepada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu" (hal. 9). Agar kampanye dapat tepat sasaran, penulis menjadikan Yayasan MPATI (Masyarakat Peduli Autis Indonesia) sebagai profil penyelenggara kampanye. Melalui kampanye ini penulis ingin mempersuasi orang tua untuk menerima kondisi anak. Persuasi diharapkan mendorong orang tua untuk memeriksakan anak ke fasilitas kesehatan sedini mungkin.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas maka masalah dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye tentang deteksi dini ciri-ciri autisme pada anak usia 0-2 tahun bagi orang tua di daerah JABODETABEK.

1.3 Batasan Masalah

Perancangan kampanye sosial deteksi dini orang tua terhadap anak penyandang autisme ditujukan bagi orang tua, dengan batasan masalah sebagai berikut.

1.3.1. Demografis

1. Jenis kelamin : Pria dan wanita.
2. Usia : 26-35 tahun (dewasa awal, Depkes RI, 2009).
3. Pendidikan : Minimal SMA
4. Kelas ekonomi : Middle Class (World Bank, 2020)
Pengeluaran Rp. 1.200.000 – 6.000.000 per-bulan
Pendapatan Rp. 3.355.000 – 16.500.000 per-bulan

1.3.2. Geografis

Target geografis adalah orang tua yang berdomisili di area urban pada daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Target tinggal pada tipe hunian perumahan atau kompleks apartemen.

1.3.3. Psikografis

Target primer psikografis adalah orang tua yang memiliki anak dengan gejala autisme seperti gangguan komunikasi, gangguan interaksi sosial, dan gangguan minat atau perilaku. Sedangkan target sekunder psikografis adalah orang tua pada umumnya yang memiliki kepedulian terhadap tumbuh kembang anak.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan perancangan adalah merancang media kampanye sosial deteksi dini gejala autisme pada anak untuk orang tua yang tinggal di daerah JABODETABEK. Selain itu, media kampanye bertujuan untuk mengubah perilaku orang tua dari *denial* menjadi menerima kondisi anak. Kampanye juga bertujuan untuk memberikan edukasi ciri autisme kepada orang tua.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan memiliki manfaat bagi penulis, universitas, dan masyarakat. Manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1.5.1. Bagi Penulis

Bagi penulis, tugas akhir ini bermanfaat sebagai sarana memperoleh gelar sarjana desain (S. Ds.). Melalui perancangan tugas akhir, penulis juga disadarkan akan pentingnya deteksi dini gejala autisme pada anak bagi orang tua. Selain itu, penulis juga mendapat ilmu untuk merancang solusi kreatif terkait isu dan menulisnya dalam kerangka penulisan akademis.

1.5.2. Bagi Universitas

Bagi universitas, perancangan ini bermanfaat untuk memperkaya arsip universitas. Arsip nantinya dapat menjadi bahan kajian untuk mahasiswa lainnya, terutama mahasiswa DKV yang akan merancang perancangan media kampanye untuk tugas akhirnya.

1.5.3. Bagi Masyarakat

Perancangan tugas akhir ini bermanfaat untuk mempersuasi orang tua anak autistik untuk menerima kondisi anak. Selain itu, kampanye juga bermanfaat sebagai media edukasi bagi orang tua agar mengenai pentingnya deteksi dini gangguan autisme pada anak. Dengan adanya persuasi dan pengetahuan deteksi dini, orang tua diharapkan dapat tergerak untuk memeriksakan anak ke fasilitas kesehatan.