

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN

3.1 Metode Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Prosedur pengumpulan data kualitatif dilakukan menggunakan wawancara serta studi *existing* dan referensi melalui dokumen serta audiovisual (Creswell, 2018) Wawancara dilakukan melalui metode daring dan luring. Pada wawancara daring, wawancara dilakukan dan didokumentasikan melalui aplikasi Zoom. Sedangkan pada wawancara luring, wawancara didokumentasikan melalui perekam suara dan beberapa foto dokumentasi. Metode kuantitatif akan menggunakan survei sebagai instrumen pengumpulan data (Creswell, 2018).

3.1.1 Metode Kualitatif

Prosedur pengumpulan data kualitatif dilakukan menggunakan wawancara dan studi *existing* melalui dokumen serta audiovisual (Creswell, 2018) Wawancara dilakukan melalui metode daring dan luring. Pada wawancara daring, wawancara dilakukan dan didokumentasikan melalui aplikasi Zoom. Sedangkan pada wawancara luring, wawancara didokumentasikan melalui perekam suara dan beberapa foto dokumentasi.

3.1.1.1 Interview

Penulis melakukan wawancara kepada tiga orang pendiri Yayasan/Intitusi Pendidikan/Media di bidang autisme secara daring, melalui Zoom. Wawancara dilakukan terhadap Gayatri Pamoedji, selaku Founder Yayasan MPATI, dilakukan pada tanggal 15 Februari 2022. Kemudian, pada tanggal 17 Februari 2022, penulis melangsungkan wawancara dengan Ratih Hadiwinoto, selaku Founder Teman Autis. Sebelumnya, penulis juga telah melakukan wawancara dengan Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., selaku

penasihat sekaligus pendiri Art Therapy Center Widayatama pada 3 Mei 2021, secara daring lewat aplikasi Zoom.

Selain itu, penulis juga melakukan wawancara terhadap dua tenaga medis pada bidang autisme. Wawancara pertama dilakukan kepada Dr. Sunarti Afif, SP.KFR dari Klinik ASA Tumbuh Kembang Anak pada 7 Mei 2021, secara luring di Klinik ASA Tumbuh Kembang Anak. Lalu, penulis melakukan wawancara kepada Psikolog Klinik RHE Tumbuh Kembang Anak, yaitu Ibu Aida Yuni Kusumawardani S.Psi., M.Psi., Psikolog. Wawancara dilangsungkan secara daring melalui Zoom pada 1 Maret, 2022. Terakhir, penulis juga melakukan FGD (Focus Group Discussion) bersama lima orang orang tua pada 3 Maret, 2022, melalui Zoom.

1) *Interview* kepada Gayatri Pamoedji, Founder Yayasan MPATI

Gayatri Pamoedji, merupakan Founder dari Yayasan MPATI (Masyarakat Peduli Autis Indonesia). Yayasan MPATI berawal dari sebuah komunitas bernama Komunitas Masyarakat Peduli Autis dan ADHD (KMPA) yang berdiri tahun 1996. Namun, pada tahun tersebut, Pamoedji mencermati adanya peningkatan jumlah anak yang terdiagnosa dengan autisme dengan derajat keparahan yang lebih tinggi dari ADHD. Menyikapi hal tersebut, Pamoedji menilai bahwa hal yang bisa dilakukan untuk menolong anak dengan autisme adalah memberdayakan orang tua dari para anak. Penilaian tersebut didasari pada pemikiran bahwa orang tua merupakan sosok yang akan selalu mendampingi anak. Maka, pada tahun 2004, MPATI resmi berdiri.



Gambar 3.1. Wawancara dengan Gayatri Pamoedji

Dalam memberdayakan orang tua, MPATI memiliki misi yang berfokus pada tiga pilar utama, yaitu diagnosa, pendidikan, dan dukungan. Diagnosa adalah pintu gerbang penanganan autisme pada anak. Biasanya gejala autisme pada anak dapat terdeteksi pada usia 0-3 tahun. Kemudian, setelah orang tua mendapatkan diagnosa yang akurat, baru lah orang tua dapat memikirkan pendidikan yang tepat untuk anak. Pendidikan merupakan perjalanan penanganan autisme yang sebenarnya. Sambil mendidik anak, dukungan yang kuat juga sangat dibutuhkan oleh orang tua. Pamoedji menyebutkan dalam wawancara bahwa, meskipun anak sudah ditangani dengan baik di rumah, tanpa dukungan dan penerimaan dari lingkungan sekitar, penanganan anak autisme di rumah menjadi percuma.

Dalam menjalankan misi tersebut, Pamoedji menjelaskan tantangan yang dihadapi oleh orang tua yang menjalankan dan juga yang dialami oleh MPATI. Bagi orang tua, tantangan terbesar adalah penerimaan orang tua terhadap kondisi anaknya. Pamoedji menilai saat ini masih ada orang tua yang tidak mau mengakui autisme pada anaknya, akibat stigma yang dimiliki masyarakat terhadap autisme. Stigma yang dimaksud adalah, autisme masih dianggap aib yang mencoreng nama baik keluarga. Stigma tersebut juga menjadi tantangan dari Yayasan MPATI. Oleh karena itu, MPATI ingin mengedukasi dan mencerdaskan orang tua agar tidak lagi memiliki stigma dan pemahaman yang salah tentang autisme. Contoh

pemahaman yang salah adalah autisme pada anak akan sembuh sendiri atau ada penyembuhan yang instan terhadap autisme.

Untuk mencapai misi tersebut, MPATI gencar menyebarluaskan informasi edukasi mengenai 7 ciri utama autisme. Informasi tersebut perlu disebarluaskan agar orang tua mampu mengenali dan mengambil tindakan pada anak mereka yang memiliki indikasi autisme. Informasi tersebut disebarluaskan dari berbagai media yaitu TV (seperti RCTI dan SCTV), radio, majalah Wanita (seperti Femina dan Kartini), media koran (seperti Kompas), majalah anak, media *partners* (seperti Prodia), kampanye dan lainnya. Sedangkan pada masa pandemi, informasi disebarluaskan lewat media sosial MPATI (seperti Instagram). Selain itu, MPATI juga aktif mengadakan kegiatan daring dan luring. Salah satu contohnya adalah kampanye Autism Is Not A Joke yang diselenggarakan bersama Universitas Binus. Yayasan MPATI juga aktif menaruh video dan *flyer* 7 ciri autisme pada Klinik Prodia di seluruh Indonesia. *Flyer* berisi 7 ciri autisme yang dapat diisi, sehingga orang tua mampu melakukan asesmen secara mandiri pada anak. Hasil isian *flyer* dikirimkan ke Kantor Yayasan MPATI. Orang tua yang anaknya terindikasi memiliki autisme akan dikirimkan video penanganan awal anak.

Selanjutnya, penulis juga menanyakan mengenai pengetahuan orang tua terhadap autisme pada anak di era sekarang. Pamoedji memaparkan bahwa di era sekarang, bila dibandingkan dengan tahun 1990-an, pengetahuan orang tua tentang autisme telah meningkat. Peningkatan tersebut disebabkan oleh adanya kampanye yang dilakukan MPATI dan kemudahan akses informasi. Meskipun tidak memiliki perhitungan secara pasti, Pamoedji memprediksi bahwa pasangan muda berusia 25-40 tahun, 70-80%, sudah tahu apa itu autisme, ciri autisme, serta apa yang harus dilakukan. Menurut Pamoedji, hal yang menjadi permasalahan

adalah penerimaan orang tua bila anak mereka terdiagnosa autisme. Penerimaan memerlukan waktu, persuasi, dan motivasi. Selain itu, masih banyak stigma terkait autisme juga mempersulit penerimaan.

Kemudian, penulis juga menanyakan penyebab keterlambatan diagnosa autisme pada anak. Pamoedji menjawab bahwa keterlambatan lebih banyak disebabkan oleh faktor sulitnya penerimaan orang tua dibanding kurangnya pengetahuan orang tua. Menurut Pamoedji seorang ibu pasti memiliki insting yang kuat tentang anaknya, sehingga mereka pasti mampu menyadari permasalahan tumbuh kembang anak.

Lamanya penerimaan orang tua menyebabkan anak terlambat mendapatkan penanganan. Hal tersebut seringkali juga diperburuk dengan informasi yang salah dari lingkungan. Misalnya saat anak mengalami keterlambatan bicara, lingkungan menyarankan orang tua untuk menunggu anak untuk bisa bicara sendiri. Pada kota besar, hal tersebut biasanya diperparah dengan kebiasaan menyerahkan urusan dan keperluan anak pada asisten rumah tangga. Adanya faktor keterlambatan diagnosa, keterlambatan penerimaan orang tua, dan tidak adanya dukungan dari lingkungan dapat menyebabkan kegagalan penanganan autisme pada anak.

Lalu, Pamoedji juga memaparkan bahwa, agar penanganan anak autis tidak terlambat, ada beberapa hal yang harus dilakukan orang tua. Hal yang harus dilakukan adalah cepat membuka diri, bergabung dengan komunitas/yayasan, dan mencerdaskan diri sendiri dengan informasi yang valid. Yayasan yang dituju harus lah yayasan yang sudah berdiri sejak lama, didirikan oleh orang yang tidak punya kepentingan komersil, serta memiliki tokoh yang sudah sukses dalam penanganan autisme pada anak.

Selanjutnya, penulis menanyakan pentingnya mengedukasi kepada orang tua, pengasuh, atau pendidik tentang pentingnya penanganan dini autisme di Indonesia. Menurut Pamoedji, edukasi

mengenai autisme sangat dibutuhkan di seluruh dunia. Edukasi dibutuhkan untuk mempersuasi orang tua untuk melakukan diagnosa akurat serta menghilangkan stigma negatif terkait autisme.

Kemudian, pada akhir wawancara, penulis meminta pihak MPATI untuk menjadi profil penyelenggara kampanye yang sedang dirancang. Permohonan tersebut disetujui oleh Pamoedji selaku Founder Yayasan MPATI. Namun, Pamoedji juga menginginkan agar penulis ikut berkontribusi pada isu autisme dan juga kepada Yayasan MPATI. Pamoedji mendorong penulis untuk merancang *dummy campaign* yang dapat diwujudkan secara riil oleh Yayasan MPATI. Selain itu, Ibu Gayatri juga mengajak penulis untuk aktif memberi saran untuk sosial media MPATI, terutama Instagram dari sudut pandang keilmuan desain grafis.

2) *Interview Ratih Hadiwinoto, Founder Teman Autis*

Ratih Hadiwinoto adalah Founder dari Teman Autis, sebuah media informasi untuk orang tua anak autis. Teman Autis dimulai dari suatu proyek yang diinisiasi oleh Hadiwinoto bersama teman-temannya. Proyek tersebut dilatarbelakangi oleh isu sosial yang merebak pada tahun 2017, yaitu adanya pemberitaan kata autisme yang dijadikan lelucon untuk menyebut orang yang tidak mau bergaul. Selain itu, pada tahun tersebut juga muncul isu *bullying* terhadap anak autis. Dengan latar belakang isu tersebut, pada tahun 2017 Hadiwinoto membuat sebuah proyek bernama Light It Up. Proyek tersebut menyelenggarakan *fun walk* dan seminar edukasi.



Gambar 3.2. Wawancara Ratih Hadiwinoto

Setelah menjalan proyek Light It Up, melalui diskusi, Hadiwinoto dan panitia proyek memiliki ide untuk menjadikan Light It Up menjadi sebuah proyek tetap. Akhirnya mereka mendirikan Teman Autis yang merupakan media terintegrasi untuk para orang tua anak autis. Media Teman Autis bertujuan untuk memberikan informasi akurat mengenai autisme dalam satu media yang terintegrasi. Selain itu, Teman Autis juga ingin menjadi jembatan antara orang tua dengan fasilitas penunjang seperti klinik, sekolah, dan dokter.

Saat ini, Teman Autis memiliki media utama berupa situs web (www.temanautis.org). Situs tersebut memiliki beberapa fitur utama yaitu Autism 101, fitur deteksi dini autisme menggunakan EQ Child Test, dan fitur *directory* klinik. Autism 101 adalah fitur yang menyediakan informasi general yang perlu diketahui tentang autisme. Pada fitur tersebut juga disediakan artikel yang berhubungan sama autisme, kesehatan, dan hobi. Sedangkan fitur EQ Child Test merupakan fitur yang membantu deteksi dini autisme pada anak. Pada fitur tersebut terdapat pertanyaan yang bisa dijawab oleh orang tua. Kemudian hasil pertanyaan tersebut akan dihitung menjadi hasil yang bisa memberikan prediksi terkait ada atau indikasi autisme pada anak. Pada fitur *directory* klinik, orang tua dapat mencari klinik dan komunitas terkait autisme.

Selain situs web, teman autis juga aktif pada media sosial Instagram. Pada Instagram, Teman Autis rutin mengadakan IG Live, IG Live setiap bulan, tanggal 25. IG Live menghadirkan klinik yang merupakan anggota di Teman Autis. IG Live ditujukan agar orang tua bisa menanyakan pertanyaan apa saja pada narasumber terkait autisme. Teman Autis juga mengadakan webinar yang membahas topik spesifik seperti pemenuhan gizi anak. Berbeda dengan IG Live, webinar bertujuan untuk membahas satu isi spesifik. Kemudian,

dalam waktu dekat, Teman Autis berencana untuk mengadakan acara konsultasi daring.

Dalam menjalankan kegiatan, Teman Autis juga memiliki kesulitan tertentu. Kesulitan yang dihadapi adalah rendahnya literasi membaca orang tua. Hadiwinoto menjelaskan literasi membaca menjadikan orang tua lemah terhadap hoaks yang menyebar tentang autisme. Hal tersebut dapat membuat orang tua mengambil keputusan yang salah terkait penanganan autisme pada anaknya. Selain itu, menurut Hadiwinoto, stigma negatif terkait autisme masih sangat kuat. Stigma menyebabkan orang tua seringkali sulit menerima bahwa anak mereka adalah seorang penyandang autisme. Hal tersebut menyebabkan orang tua tidak mau memeriksakan anak mereka ke klinik tumbuh kembang. Menurut Kak Ratih, kesadaran untuk memeriksakan anak ke Klinik Tumbuh Kembang harus dikampanyekan.

Kemudian, penulis juga menanyakan terkait siapa pihak yang paling membutuhkan informasi autisme yang ada pada Teman Autis. Menurut Hadiwinoto, pihak yang paling membutuhkan informasi tersebut adalah orang tua. Hal tersebut karena orang tua merupakan pengasuh sah anak, yang memiliki hak dan tanggung jawab atas penanganannya. Lalu, menurut pengamatan Hadiwinoto, orang tua yang merupakan audiens Teman Autis adalah orang tua muda di bawah usia 40 tahun. Hal tersebut diketahui dari analisa Instagram Teman Autis. Para orang tua biasanya mengetahui Teman Autis dari pencarian Google atau pun Instagram. Mereka biasa memiliki karakteristik yaitu memiliki keingintahuan dan kepedulian tentang autisme atau bahkan sudah memiliki diagnosa dari dokter. Sehingga tujuan mereka menghubungi Teman Autis adalah untuk membuat rencana pendidikan atau terapi yang lebih baik lagi.

Berdasarkan hal tersebut, Hadiwinoto menilai orang tua di era sekarang sudah lebih peduli dan proaktif untuk mencari informasi tentang autisme. Namun, Hadiwinoto menilai edukasi tentang autisme masih sangat dibutuhkan. Edukasi dibutuhkan untuk memberi kesadaran ke orang tua untuk menyadari apabila anaknya tidak memiliki progres tumbuh kembang seperti yang seharusnya dan segera membawa anak ke klinik tumbuh kembang apabila hal tersebut terjadi.

Terakhir, saran Hadiwinoto untuk penanganan autisme di Indonesia adalah menormalisasi autisme. Normalisasi yang dimaksud adalah memahami bahwa anak autis normal dalam cara mereka sendiri. Baik anak tipikal maupun non-tipikal (autis) memiliki cara komunikasi masing-masing. Semua orang adalah normal dengan definisi kita sendiri. Sehingga ke depannya komunitas tidak meminggirkan anak autis.

3) *Interview* kepada Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., Pendiri Art Therapy Center Widyatama (ATCW)

Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., merupakan pendiri dari Art Therapy Center Widyatama (ATCW), sebuah Lembaga Pelatihan Kerja yang ditujukan bagi anak penyandang disabilitas berusia 6-18 tahun. ATCW menawarkan dua program yaitu pelatihan kerja untuk bidang desain grafis, kriya, dan musik. serta program penanganan khusus. Kedua program ini disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan dari anak.

Pelatihan dan penanganan pada ATCW didasarkan pada metode sensasi, yaitu metode stimulasi respon komunikasi berbasis audio-visual. Penelitian terhadap metode sensasi ini menggunakan anak penyandang autisme sebagai studi kasus. Namun, kini metode sensasi juga digunakan untuk membangun respon komunikasi pada

anak penyandang disabilitas lainnya. Dalam wawancara dengan Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., beliau mengungkapkan bahwa 80% anak yang diterapi di ATCW dapat terbangun respon komunikasinya. Sedangkan penyebab terdapat 20% anak yang tidak terbangun komunikasinya mayoritas karena metode terapi tidak diterapkan pada lingkungan rumah.



Gambar 3.3. Wawancara dengan Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn.

Melalui wawancara lebih lanjut, penulis mendapat informasi bahwa peran orang tua dalam penanganan autisme pada anak sangat penting. Sebuah terapi hanya akan berhasil bila diterapkan tidak hanya di tempat terapi, tetapi juga pada lingkungan rumah. Di ATCW, orang tua wajib memahami kekhususan anaknya. Terdapat penilaian bagi orang tua sebagai upaya agar orang tua memahami bahwa terapi bersifat kontinyu. Aturan main yang diterapkan di ATCW harus diterapkan di rumah juga agar anak mengalami perkembangan.

Selain itu sangat penting bagi orang tua untuk memberi penanganan yang tepat dan pada usia yang tepat juga. Kesalahan penanganan dan keterlambatan akan menyebabkan sulitnya anak mencapai perkembangan yang signifikan. Nurfarina menjelaskan bahwa ia sering mendapati kasus keterlambatan penanganan di ATCW. Banyak orang tua membawa anak mereka pada usia 15

tahun. Bila dibandingkan dengan anak yang diterapi sejak umur 6 tahun, kecepatan laju perkembangannya sangat berbeda.

Salah satu kasus keterlambatan penanganan yang berimbas cukup parah terhadap perilaku anak terjadi pada salah satu peserta terapi yang baru dibawa ke ATCW pada usia 20 tahun. Sebelum dibawa menjalani terapi di ATCW, anak tersebut mendapat penanganan yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Akibatnya terbentuk respon komunikasi yang salah yaitu dengan memukul. Meskipun akhirnya di ATCW anak menunjukkan perkembangan respon komunikasi, perkembangan yang dialami sangat lambat.

Nurfarina kemudian menambahkan bahwa sebenarnya umur tidak menjadi persoalan. Hal yang paling penting adalah penanganan yang diterima oleh anak. Penanganan yang salah menyebabkan terbentuknya respon komunikasi yang salah dan menguatnya autisme pada anak. Semakin anak dewasa perilaku tersebut semakin menguat dan sulit untuk diubah. Hal tersebut menjadi alasan mengapa memberi penanganan yang tepat dan pada usia yang tepat sangat lah penting bagi anak penyandang autisme.

4) *Interview* kepada Aida Yuni Kusumawardani S.Psi., M.Psi., Psikolog Anak Klinik RHE Tumbuh Kembang Anak

Aida Yuni Kusumawardani S.Psi., M.Psi., merupakan psikolog klinis yang berpraktek di beberapa klinik tumbuh kembang anak, salah satunya Klinik RHE Tumbuh Kembang Anak. Pada wawancara dengan Kusumawardani pertanyaan yang ditanyakan penulis terbagi menjadi empat topik yaitu, pengertian dan gejala autisme, diagnosa autisme, orang tua, dan harapan dan saran.



Gambar 3.4. Wawancara dengan Aida Yuni Kusumawardani S.Psi., M.Psi., Psikolog

Pertama, penulis menanyakan terkait defnisi, gejala, dan kapan gejala autisme dapat muncul pada seorang anak. Ibu Aida kemudian menjelaskan bahwa, autisme atau *autism spectrum disorder* merupakan gangguan tumbuh kembang syaraf (*neuro-developmental-disorder*). Autisme mengganggu tumbuh kembang sistem dan cara kerja otak. Secara garis besar, gejala autisme terbagi menjadi dua, yaitu gangguan komunikasi dan interaksi sosial dan gangguan minat dan perilaku.

Contoh gangguan komunikasi dan interaksi sosial antara lain kurang/tidak ada kontak mata, tidak dapat melakukan percakapan timbal balik, dan sulit menjalin pertemanan. Sedangkan contoh gangguan minat dan perilaku antara lain adalah perilaku berulang-ulang (*stereotype*), menjejerkan benda sesuai warna, ukuran, dan jenis, stimulasi diri (*stimming*), *flapping*, meloncat-loncat. Gejala autisme lainnya meliputi ketidakmampuan anak untuk memahami ekspresi atau emosi serta hipersensitif/hiposensitif terhadap stimulus cahaya, bunyi, atau sentuhan. itu juga salah satu gejala dari autisme.

Gejala autisme muncul paling tidak saat anak berusia 2 tahun atau paling tidak 18 bulan. Pada beberapa sumber, gejala autisme dinilai dapat terlihat sejak anak berusia 6 bulan. Gejala yang dapat diperhatikan saat anak usia 6 bulan adalah ada atau tidaknya

senyum sosial pada anak. Senyum sosial yang dimaksud timbul pada perilaku anak yang ikut tertawa ketika melihat orang lain tertawa.

Selanjutnya, penulis menanyakan terkait proses diagnosa autisme. Kusumawardani menceritakan bahwa proses biasa dimulai dari pemeriksaan anak pada dokter umum atau spesialis anak. Dokter akan melihat kesesuaian progres tumbuh kembang anak. Bila ditemukan progres yang tidak sesuai atau terdapat keterlambatan baru lah dilakukan asesmen lanjutan. Asesmen dilakukan dengan mengobservasi perilaku anak serta interaksi anak dan orang tua. Hal yang dilihat adalah cara anak berinteraksi dan berkomunikasi. Setelah dilakukan asesmen, baru diagnosa autisme dilakukan. Dalam melakukan diagnosa, biasanya akan ada kerja sama dengan psikolog untuk melihat perilaku, emosi, serta cara orang tua merespon anak. Pada beberapa kasus, anak yang dicurigai autisme ternyata tidak tidak memiliki autisme tetapi pola asuhnya yang salah.

Semakin cepat anak mendapatkan diagnosa yang tepat, maka anak akan semakin cepat ditangani. Penanganan cepat akan mendorong progres anak akan semakin baik. Apabila terjadi keterlambatan diagnosa dan penanganan, sulit bagi anak untuk mengejar ketertinggalan. Hal tersebut disebabkan oleh adanya jarak antara kemampuan anak saat ini dengan kemampuan anak yang seharusnya. Kusumawardani menjelaskan bahwa, pada anak yang memulai terapi pada usia 2 tahun, frekuensi terapinya hanya seminggu sekali. Namun, pada anak yang baru memulai terapi pada usia 5-6 tahun, frekuensi terapinya 3-4 kali seminggu. Selain itu, anak yang terlambat mendapat penanganan akan kesulitan untuk mengejar kemampuan kognitif. Sehingga penanganan anak semakin sulit.

Oleh karena itu, autisme sangat penting untuk diketahui oleh orang tua. Autisme sangat penting untuk diketahui agar orang

tua cepat sadar dan mencari pertolongan apabila progres perkembangan anak tidak seperti seharusnya. Hal krusial yang harus diketahui orang tua tentang autisme adalah gejalanya. Selain itu, orang tua harus sadar tahap perkembangan anak. Kusumawardani menyarankan agar orang tua membaca buku perkembangan anak dari Puskesmas atau Posyandu. Selain itu, orang tua juga bisa membaca poster tumbuh kembang anak saat jadwal vaksinasi anak. Orang tua juga bisa langsung bertanya ke suster atau bidan pada Puskesmas atau Posyandu.

Penulis kemudian menanyakan banyak orang tua yang memiliki kesalahan persepsi tentang autisme. Menurut Kusumawardani kesalahan persepsi banyak terjadi. Contoh kesalahan persepsi yang paling umum adalah persepsi bahwa anak autistik anti-sosial, asik dalam dunia sendiri dan tidak suka dipeluk. Pada kenyataannya, tidak semua anak autistik asik dalam dunia sendiri. Perilaku tersebut biasanya muncul karena anak sulit untuk memahami gestur sosial orang lain atau hipersensitif terhadap stimulus luar. Sehingga anak autistik bisa menunjukkan respon menarik diri untuk meregulasi emosinya. Selain itu, tidak semua anak autistik tidak suka dipeluk. Anak autistik yang hiposensitif malah cenderung suka memeluk, dipeluk, atau didekap.

Selanjutnya, Kusumawardani juga menjelaskan pentingnya peran orang tua dalam penanganan autisme pada anak. Peran orang tua sangat penting karena orang tua adalah sosok yang mendampingi anak terus-menerus. Peran orang tua yang pertama adalah menerima kondisi anak. Penerimaan dibutuhkan agar proses penanganan bisa berjalan dengan lancar. Peran kedua berkaitan dengan rasa kasih dan rasa sayang orang tua. Orang tua harus mengatur ekspektasi pada anak dengan autisme dan tidak disamakan dengan anak tipikal. Sehingga anak dapat merasa Bahagia dan diterima. Ketiga, orang tua

ikut berperan dalam aktivitas terapi anak sesuai dengan dengan yang disarankan oleh terapis.

Terakhir, Kusumawardani memberi saran untuk penanganan autisme di Indonesia. Menurut Kusumawardani, untuk menangani autisme, perlu adanya kerjasama antar profesi dan keterlibatan orang tua. Kerjasama antar profesi dibutuhkan karena autisme pada anak sangat beragam. Setiap anak memiliki kebutuhan yang berbeda. Pada contoh kasus ekstrim, ada anak autistik yang menampilkan perilaku menyakiti diri sendiri. Untuk kasus seperti ini, anak memerlukan obat khusus dan penanganan yang berbeda. Sehingga kerjasama antar profesi (dokter, psikolog, psikiater, dan terapis) sangat diperlukan. Orang tua juga perlu aktif dalam penanganan anaknya. Orang tua tidak boleh malu bertanya dan harus aktif menerapkan saran ahli di rumah.

5) *Interview* kepada Dr. Sunarti Afif, SP.KFR, Dokter Spesialis Rehabilitasi Anak, Klinik ASA Tumbuh Kembang Anak

Dr. Sunarti Afif, SP.KFR merupakan seorang dokter spesialis rehabilitasi anak yang berpraktek di Klinik ASA Tumbuh Kembang Anak. Selain berpraktek, Afif juga merupakan pendiri dari Klinik ASA Tumbuh Kembang Anak. Klinik tersebut melayani pemeriksaan, skrining, dan terapi bagi perkembangan tumbuh (fisik) dan kembang anak. Pada wawancara dengan Afif, penulis secara spesifik menanyakan gangguan kembang anak yaitu autisme.



Gambar 3.5. Wawancara dengan Dr. Sunarti Afif, SP.KFR

Pertama-tama Afif menjelaskan pengertian autisme dari autisme itu sendiri. Beliau menjelaskan bahwa, autisme adalah gangguan tumbuh kembang pada anak yang memiliki gejala yaitu, ketidakmampuan anak untuk berinteraksi sosial dengan baik, ketidakmampuan anak untuk berkomunikasi secara lazim dengan teman sebaya, serta adanya perilaku *repetitive movement* atau *stereotypic*. Sepanjang wawancara Afif sering menekankan bahwa yang membedakan autisme dengan gangguan kembang anak lainnya adalah tidak adanya kontak. Diagnosa autisme sendiri dapat ditegakkan berdasarkan tiga trias autisme yaitu, adanya gangguan komunikasi, adanya gangguan interaksi sosial, dan adanya gangguan perilaku atau gangguan minat, yang dicirikan dengan adanya aktivitas repetitif. Selain trias autisme, ciri lain yang bisa membantu proses diagnosa antara lain adalah perilaku, *hand-flapping*, *hand-clapping*, *tiptoeing*, *gazing*, dan rasa takut berlebihan pada suara dengung.

Afif juga menjelaskan berbagai tipe-tipe autisme yang dibedakan berdasarkan interaksi sosial dan tingkat intelegensi. Berdasarkan interaksi sosial, autisme dibagi menjadi tiga tipe yaitu, tipe *aloof*, tipe pasif, dan tipe aktif. Tipe *aloof* memiliki ciri yaitu, tidak memiliki minat, sering mematung, dan senang berada di sudut-sudut ruangan. Sedangkan untuk tipe pasif, dibandingkan dengan tipe *aloof*, ia masih memiliki minat terhadap hal-hal tertentu. Kemudian untuk tipe aktif, dicirikan dengan perilaku hiperaktif, mirip seperti anak dengan gangguan ADHD (*Attention Deficit Hiperactivity Disorder*). Namun, tipe aktif memiliki ciri khas anak penyandang autisme yaitu tidak adanya kontak. Berdasarkan tingkat intelegensi anak penyandang autisme dibagi menjadi tiga yaitu, *high-function*, *middle-function*, dan *low-function*. Afif juga menambahkan bahwa, selain tipe-tipe tersebut autisme juga memiliki beragam

kompleksitas. Antara lain ada anak yang menunjukkan gejala autisme sejak usia 2 bulan. Ada juga anak yang memiliki perkembangan wajar sampai umur tertentu, kemudian mengalami regresi.

Namun, apapun tipe dan kompleksitas dari masing-masing anak penyandang autisme, peran orang tua sangat vital dalam deteksi dini dan penanganan. Afif menjelaskan bahwa, deteksi dini harus dilakukan sedini mungkin. Semakin dini deteksi, maka semakin cepat juga penanganan dapat dilakukan. Apabila terjadi keterlambatan melewati usia emas anak (0-2 tahun), maka anak berpotensi mendapatkan penanganan yang tidak semestinya. Pada Klinik ASA Tumbuh Kembang Anak, Afif masih sering mendapati adanya keterlambatan penanganan. Untuk mencegah keterlambatan penanganan, Afif mengungkapkan bahwa penting bagi orang tua untuk peka pada perkembangan anak di usia emasnya. Apabila menemukan perkembangan yang tidak sesuai, segera bawa ke klinik tumbuh-kembang anak agar mendapat penanganan.

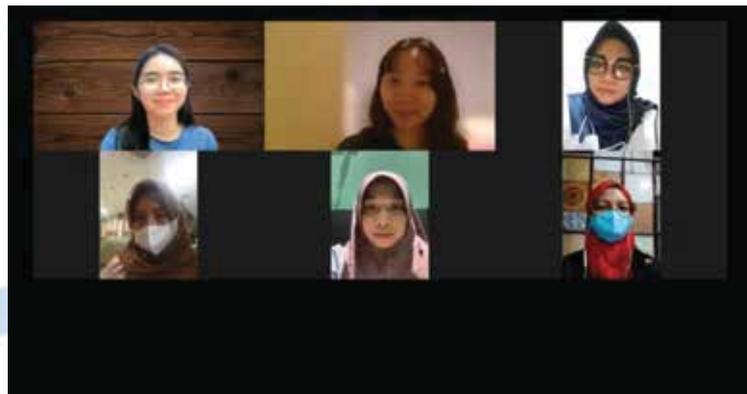
Terakhir, Afif mengungkapkan empat kunci penting penanganan autisme pada anak. Kunci pertama adalah deteksi dini. Semakin dini deteksi, semakin baik prognosis keberhasilan. Kedua, adanya penanganan yang tepat untuk anak. Apabila diagnosa telah dilakukan sedini mungkin, tetapi penanganan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan anak, maka tetap tidak akan memperlihatkan hasil yang maksimal. Ketiga, adanya peran serta orang tua dalam menangani anak penyandang autisme. Orang tua tidak boleh lepas tangan pada penanganan anaknya. Afif mengungkapkan bahwa, ia sudah melihat sendiri bagaimana perbedaan perkembangan pada anak yang orang tua ikut serta dalam penanganan, dengan yang tidak. Peran aktif orang tua sangat membantu penanganan autisme pada anak. Kunci keempat adalah kompleksitas autisme pada anak. Tidak dapat dipungkiri, semakin

ringan kompleksitas autisme pada anak, maka keberhasilan semakin mudah untuk dicapai.

3.1.1.2 *Focus Group Discussion (FGD)*

Pelaksanaan FGD dihadiri oleh 7 orang yaitu, penulis sebagai moderator, Eunice Samantha (mahasiswi DKV UMN) sebagai notulis, serta 5 orang narasumber yang merupakan orang tua berusia 26-35 tahun dan tinggal di daerah JABODETABEK. Ke-5 narasumber tersebut adalah Marisa Haki (29 tahun, dari Depok), Edna (29 tahun, dari Bekasi), Indah (31 tahun, tidak menyebutkan domisili), Dian Yulia (tidak menyebutkan umur, dari Tangerang), dan Fatih (31 tahun, dari Tangerang). Haki merupakan orang tua dari anak tipikal, sedangkan keempat narasumber lainnya merupakan orang tua dari anak non-tipikal (dengan autisme).

FGD dilangsungkan selama kurang lebih 45 menit dan bertujuan untuk mendapatkan *insight* mengenai pengetahuan, pemahaman, dan pengalaman orang tua terkait autisme. *Insight* didapatkan melalui empat pertanyaan yang ditanyakan oleh penulis.



Gambar 3.6. Dokumentasi FGD

Pada pertanyaan pertama, penulis menanyakan pemahaman pribadi narasumber mengenai definisi dan ciri autisme. Empat narasumber yang memiliki anak dengan autisme dapat menjabarkan apa itu autisme beserta cirinya dengan sangat jelas. Secara umum

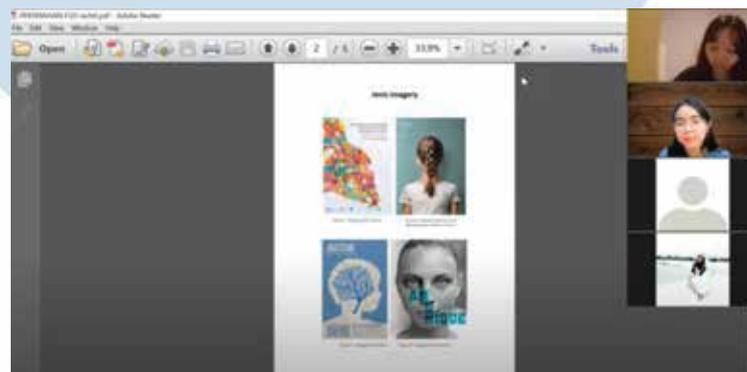
menurut empat narasumber, autisme adalah gangguan tumbuh kembang anak pada bagian komunikasi dan interaksi. Keempat orangtua juga mampu menjelaskan lebih dari 4 ciri autisme. Sedangkan Haki mengungkapkan bahwa dirinya belum memahami dengan jelas apa itu autisme dan cirinya. Namun, Haki bertetangga dengan keluarga yang memiliki anak dengan autisme, sehingga ia cukup familiar dengan autisme.

Pada pertanyaan kedua, penulis menanyakan mengenai stigma tentang autisme yang ada pada lingkungan narasumber. Menurut seluruh narasumber, stigma terkait autisme masih sangat dirasakan di lingkungan sekitar mereka. Stigma negatif diberikan bahkan oleh lingkungan terdekat seperti tetangga, teman, dan keluarga, dan lingkungan kerja. Stigma yang diungkapkan oleh orang tua adalah bahwa banyak orang menilai anak dengan autisme tidak akan bisa melakukan apa-apa, tidak bisa bermasyarakat, atau dianggap cacat. Selain itu, orang tua juga mendapati adanya stigma yang tidak benar di masyarakat terkait penyebab kondisi autisme pada anak. Stigma yang didapati adalah autisme adalah hasil dosa orang tua, ibu yang kurang gizi, ibu terlalu banyak mengonsumsi *junk food* ketika mengandung, dan lainnya. Stigma yang dimiliki masyarakat ini membuat hati para orang tua terluka. Menurut para orang tua, stigma dapat muncul karena kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang autisme. Bagi masyarakat, autisme terasa asing sehingga muncul banyak stigma negatif yang tidak benar.

Pada pertanyaan ketiga, penulis menanyakan mengenai pendapat narasumber mengenai pentingnya edukasi ciri autisme untuk orang tua anak tipikal dan non-tipikal. Seluruh narasumber setuju bahwa edukasi ciri autisme sangat penting bagi seluruh orang tua, baik yang memiliki anak tipikal maupun non-tipikal. Orang tua anak non-tipikal harus mengetahui lebih banyak tentang ciri autisme

agar bisa menerima dan menyayangi anaknya. Orang tua tipikal harus mengetahui tentang ciri autisme untuk mengantisipasi apabila anaknya di masa depan atau anak orang lain di lingkungan terdekatnya menunjukkan gejala autisme.

Hal tersebut sangat penting agar anak tertangani dengan cepat pada saat usia emasnya. Selain itu, ciri autisme ini akan semakin baik bila diketahui oleh masyarakat seluas-luasnya. Hal tersebut agar masyarakat mampu berempati pada anak dan orang tua serta tahu cara bersikap untuk menghargai satu sama lain. Selain itu, menurut orang tua, apabila autisme semakin banyak diketahui oleh masyarakat, maka akan membantu mengurangi stigma dan hoaks tentang autisme di masyarakat.



Gambar 3.7. Dokumentasi FGD, Pertanyaan Ke-4

Terakhir, penulis menanyakan pendapat orang tua mengenai karakteristik desain yang tepat pada perancangan Kampanye. Pada pertanyaan terakhir, penulis menunjukkan serangkaian gambar yang berisi poster, *imagery* mengenai autisme, ilustrasi, *typography*, dan warna. Orang tua diminta untuk memilih desain yang dirasa paling menarik untuk mereka.



Gambar 3.8. Pertanyaan FGD, Jenis Poster

Saat ditanya mengenai jenis poster yang paling menarik bagi mereka, mayoritas orang tua menjawab *Figure 4*, yaitu poster yang dominan gambar. Sedangkan lainnya menjawab *Figure 3*, yaitu 50% huruf, 50% gambar. Artinya orang tua lebih berminat pada poster yang memiliki gambar.



Gambar 3.9. Pertanyaan FGD, Jenis *Imagery*

Saat ditanya mengenai jenis *imagery* autisme yang paling menarik bagi mereka, mayoritas orang tua menjawab *Figure 6*, yaitu poster yang menggunakan rekayasa gambar dengan *digital imaging*.

Sisanya menjawab *Figure 7* yaitu poster satu warna dengan banyak simbol. Kesamaan kedua poster adalah, keduanya tidak menggambarkan autisme secara harafiah, dengan menggunakan kias dan majas.



Gambar 3.10. Pertanyaan FGD, Jenis Ilustrasi

Saat ditanya mengenai jenis ilustrasi yang paling menarik bagi mereka, mayoritas orang tua menjawab *Figure 10*, yaitu ilustrasi Ibu memeluk anak. Sedangkan sisanya memilih *Figure 9*, yaitu ilustrasi dua anak kecil. *Figure 10* adalah ilustrasi yang dibuat menggunakan vektor, sedangkan *Figure 9* adalah ilustrasi yang dibuat dengan tangan. Kesamaan kedua ilustrasi adalah menampilkan subjek yang berkaitan dengan diri orang tua, yaitu Ibu dan atau anak.

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.11. Pertanyaan FGD, Jenis *Typography*

Saat ditanya mengenai jenis *typography* yang paling mudah terbaca bagi mereka, seluruh orang tua menjawab *Figure 14*, yaitu *typography* sans serif.



Gambar 3.12. Pertanyaan FGD, Jenis Ilustrasi

Saat ditanya mengenai jenis warna yang paling menarik bagi mereka, seluruh orang tua menjawab *Figure 17 (vibrant colors)*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.1.1.3 Studi Referensi

Studi referensi dilakukan pada serangkaian iklan atau kampanye yang dapat dijadikan referensi untuk kampanye baik dari segi pesan atau pun visual.

1) Kampanye Ultra Mimi 2015

Kampanye Ultra Mimi 2015 diusung oleh agensi iklan Bates CHI & Partners (Liunic, Hadi, Kartodimedjo, Indria, 2015). Salah satu hasil dari kampanye ini adalah poster sebagai berikut.



Gambar 3.13. Poster Kampanye Ultra Mimi 2015
<https://www.behance.net/gallery/32274001/ADVERTISING-Ultra-Mimi-2015>

Hal yang dipelajari dari kampanye ini adalah cara *layout* dan penyampaian pesan dari kampanye. Agensi iklan membuat kontras yang baik pada visual poster dengan memakai foto asli sebagai *foreground* dan ilustrasi sederhana sebagai *background*. Dengan demikian mata *audience* akan terarah kepada obyek visual utama poster, yaitu anak.

Selain itu, pada poster agensi iklan memakai visual dan *copywriting* yang straightforward (tanpa kias). Pada *copywriting* tertulis “Tumbuh Alami Tak Cuma Soal Jadi Pintar, tapi Juga Pandai Berbagi”. Visual yang dipilih adalah dua anak yang sedang berbagi jaket untuk melindungi diri mereka dari hujan. *Layout* dari poster juga dibuat center dengan *mandatory* visual ada pada ujung-ujung bidang desain. Hal tersebut membuat hierarki visual dan pesan mudah dipahami.

2) Kampanye Illustrators Fest 2022 Oleh Ilustrasee X Moretalk

Illustrator Fest adalah sebuah acara komersil yang terdiri dari serangkaian webinar dengan pembicara dari industri ilustrasi. Acara ini secara umum membahas tentang bagaimana cara menjadi illustrator dari hulu ke hilir. Seluruh promosi sampai terlaksananya acara dilakukan secara online. Acara ini mampu menarik lebih dari 300 peserta (moretalk, 2022).



Gambar 3.14. Feeds Instagram @Illustratorfest.id
<https://www.instagram.com/illustratorsfest.id/>

Keberhasilan dari acara ini dipengaruhi oleh penempatan KOL (*Key Opinion Leader*) yang sesuai dengan *target audience*. Acara ini merupakan hasil Kerjasama antara Ilustrasee dan Moretalk. Ilustrasee adalah akun Instagram yang memberikan tips dan video

gratis tentang cara menjadi ilustrator professional. Ilustrasee digagas oleh Dionmbd, seorang ilustrator Indonesia dengan 58k *followers* di Instagram. Dengan peran aktif Dionmbd untuk mempromosikan acara tersebut pada *audience* yang tepat, acara pun mampu menarik *audience*. Sedangkan Moretalk adalah *platform* edukasi online yang membahas berbagai topik.



Gambar 3.15. Promosi Illustrator Fest Oleh Dionmbd
<https://www.instagram.com/p/CbcozdrAFQH/>

Selain itu, informasi yang disebarakan pada Illlustrator Fest 2022 dibuat dengan informatif. Jadwal acara, daftar pembicara, dan harga webinar ditampilkan dengan jelas.

3.1.1.4 Studi *Existing*

Studi *existing* dilakukan pada serangkaian iklan atau kampanye yang mengangkat isu autisme pada anak.

1) Kampanye Faces of Autism

Kampanye dibuat atas nama Autism MENA, sebuah lembaga layanan dan pelatihan yang berjuang menggalakan inklusi sosial sebagai hak asasi dasar bagi anak penyandang autisme

(Ammary, n.d.). Autism MENA berusaha untuk menyebarkan kesadaran dan pemahaman tentang autisme melalui kampanye berskala nasional yang ditujukan untuk masyarakat Yordania dan sekitar Timur Tengah (Ammary, n.d.). Salah satu upaya yang dilakukan untuk menyebarkan kesadaran dan pemahaman tentang autisme adalah melalui iklan *Faces of Autism*.

Iklan *Faces of Autism* dibuat oleh agensi periklanan Y&R Amman dan diluncurkan pada tahun 2017 (Abidi, Khayyat, 2017). Iklan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai gejala hingga terapi autisme (Abidi, n. d.). Target sasaran yang dituju dari iklan ini adalah keluarga yang masih memiliki keragu-raguan terhadap autisme atau bingung bagaimana cara menghadapi kasus autisme yang terjadi di sekitar mereka (Abidi, n.d.).

Oleh karena itu, iklan ini mengangkat pesan “*with autism, facing you is harder than it seem*”. Arti kalimat tersebut adalah “dengan autisme, menghadapi Anda lebih sulit daripada yang terlihat”. Kalimat tersebut memberi pesan bahwa, anak dengan autisme sulit melakukan respon komunikasi yang sewajarnya. Kalimat dijelaskan lebih lanjut lagi pada gambar poster iklan yaitu anak yang wajahnya tertutup rambut. Gambar tersebut menjelaskan salah satu gejala autisme yaitu menghindari kontak mata (Abidi, n.d.). Kalimat dan gambar pada poster bekerjasama untuk menjelaskan gejala autisme yang paling mudah dikenali yaitu adanya gangguan komunikasi.



Gambar 3.16. Poster Iklan *Faces of Autism*
<https://www.behance.net/gallery/54455339/Faces-of-Autism-Autism-MENA>

Iklan ini berhasil meraih serangkaian prestasi. Yaitu menjadi finalis pada New York Festivals Global Awards, juara ke-2 kategori *print ads of the week* di bestadsonline.com pada 4 Juli 2017, dan diterbitkan pada majalah periklanan *Lürzer Archive*, edisi 1, tahun 2018 (Abidi, Khayyat, 2017).

2) *Autism Awareness Poster Series* oleh Ideology Design Studio

Serangkaian poster dibuat oleh Ideology Design Studio asal Malaysia untuk Nelson Occupation Therapy Centre sebagai bagian dari aksi sosial. Pada rangkaian poster, Ideology Design Studio menampilkan 6 ciri autisme pada 6 poster berbeda. Ciri yang ditampilkan adalah kesulitan membuat kontak mata, sensitif terhadap rangsangan sensorik, repetisi kata dan tindakan, minat yang terbatas, kesulitan dalam komunikasi dan interaksi sosial, serta adanya perilaku unik yang tidak biasa (Ideology, 2020).



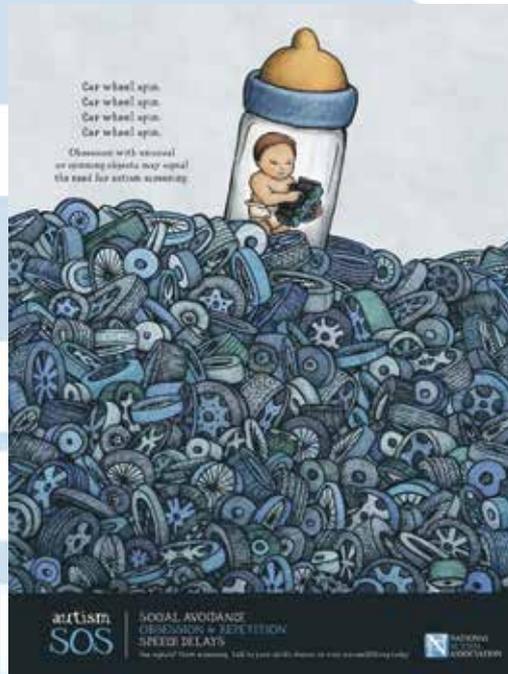
Gambar 3.17. *Autism Awareness Poster Series* Oleh Ideology Design Studio
https://www.behance.net/gallery/106153659/Autism-Awareness-Poster-Series?tracking_source=search_projects_recommended%7CAwareness%20campaign

Pada poster tersebut, Ideology Design Studio menampilkan tanda autisme secara gamblang tanpa kias. Namun, visual dapat ditampilkan secara *fun* dengan penggunaan ilustrasi dan warna-warna cerah. Ilustrasi diimbangi dengan penggunaan *layout* yang rapi. Jenis huruf Sans Serif juga digunakan sehingga visual dan pesan dapat dipahami dengan jelas (Ideology, 2020).

3) Kampanye *Autism* SOS

Kampanye *Autism* SOS merupakan kampanye yang diluncurkan di Amerika Serikat oleh agensi periklanan Neon untuk National Autism Association (Mcateer, 2019). Neon sendiri merupakan agensi periklanan yang tergabung dalam FCB Health Network, salah satu perusahaan jaringan komunikasi paling ternama di dunia (PR News Wire, 2019). FCB Health Network berfokus

membuat solusi pemasaran di bidang perawatan kesehatan (PR News Wire, 2019).



Gambar 3.18. Poster *Autism SOS*
https://www.adsoftheworld.com/media/print/national_autism_association_autism_sos?className=collection-lb&contentid=357121&inline=true#collection-lb-content

Latar belakang dari kampanye adalah banyaknya orang tua yang tidak menyadari deteksi dini autisme dapat dilakukan dari usia dini (Mcateer, 2019). Padahal, menurut National Autism Association, deteksi dini autisme adalah kunci dari perkembangan jangka panjang anak penyandang autisme (Mcateer, 2019). Kampanye ini juga diluncurkan untuk memperingati hari kesadaran autisme sedunia pada tahun 2019 (Mcateer, 2019).

Kampanye ini bertujuan untuk membantu orang tua mengidentifikasi gejala awal autisme pada anak agar penanganan yang tepat bagi anak dapat dilaksanakan secepatnya (Mcateer, 2019). Maka, dirancanglah sebuah kampanye pesan kampanye berupa akronim yang menjelaskan tiga gejala awal dari autisme pada anak. Akronim yang dipakai adalah “SOS”. “S” berarti *social avoidance*

atau menghindari interaksi sosial (PR News Wire, 2019). “O” berarti *obsession and repetition* atau perilaku repetitif (PR News Wire, 2019). Sedangkan “S” yang kedua berarti, *speech delay* atau keterlambatan komunikasi verbal dan non-verbal (PR News Wire, 2019).

Kampanye pada TVC juga dilengkapi dengan headline yaitu *See Signals? Start Screening*. Arti dari kalimat tersebut adalah “Melihat Signal? Segera Skrining”. *Headline* merupakan pesan lanjutan dari *Autism SOS* yang sudah dijelaskan pada poster. *Headline* berhubungan dengan visual yang dibangun dalam kampanye. Dalam bahasa Inggris, “see” dan “sea” pada bahasa Inggris memiliki pengucapan yang serupa. Pengucapan tersebut diambil oleh perancang kampanye dengan menggambarkan gejala autisme yang tidak tertangani bagaikan laut yang bisa menenggelamkan anak. Oleh karena itu, anak pada kampanye digambarkan terombang-ambing pada lautan autisme. Visual tersebut membawa pesan bahwa, bila autisme pada anak tidak ditangani, autisme dapat menenggelamkan sang anak. Visual juga digambarkan dengan ilustrasi sehingga walaupun visual yang ditampilkan anak seolah-olah akan terkubur dalam ombak, visual yang ditampilkan tidak menakutkan. Ilustrasi juga mampu menjelaskan kondisi autisme yang memiliki kompleksitas tinggi.

Kampanye diluncurkan dengan media poster dan TVC. Poster dicetak dan juga diunggah pada media sosial seperti Facebook. Sedangkan TVC diunggah pada media sosial Youtube. Setiap media memiliki tautan yang mengarahkan penonton ke skrining autisme daring yang dapat dicoba oleh siapa saja.

3.1.1.5 Kesimpulan

Berdasarkan metode kualitatif yang dilakukan, penulis mendapat pemahaman tentang autisme secara klinis dan kondisi

penanganan autisme di Indonesia dari berbagai perspektif. Menurut Dr. Sunarti Afif, SP.KFR., autisme adalah gangguan tumbuh kembang pada anak. Aida Yuni Kusumawardani S.Psi., M.Psi., Psikolog juga mengatakan bahwa autisme adalah gangguan tumbuh kembang syaraf yang menyebabkan gangguan sistem dan cara kerja otak. Autismen ditandai dengan gejala ketidakmampuan anak untuk berinteraksi dengan baik, sulit berkomunikasi, serta perilaku *repetitive movement* atau *stereotypic*. Autismen memiliki banyak jenis dan derajat keparahan yang berbeda. Menurut Dr. Sunarti Afif, SP.KFR., ada empat kunci penting penanganan autisme yaitu, deteksi dini, penanganan tepat, peran orang tua, dan kompleksitas autismen pada anak. Penanganan autismen sebaiknya dilakukan pada usia emas anak yaitu 0-2 tahun.

Melalui wawancara dengan Gayatri Pamoedji, Founder Yayasan MPATI, penulis mendapatkan kunci penanganan yang serupa. Yayasan MPATI membantu dan memberdayakan orang tua untuk mendapatkan diagnosa akurat, penanganan tepat, dan dukungan yang kuat. Namun, menurut Pamoedji, penanganan autismen masih terhalang stigma dan informasi tentang autismen yang salah di masyarakat. Hal serupa juga diungkapkan Hadiwinoto Hadiwinoto selaku Founder Teman Autis. Banyaknya stigma dan sulitnya penerimaan orang tua menyebabkan orang tua tidak mau memeriksakan anak ke klinik tumbuh kembang. Sehingga, menurut Hadiwinoto, kesadaran memeriksakan anak ke klinik tumbuh kembang harus dikampanyekan.

Hadiwinoto menambahkan, orang tua sangat membutuhkan informasi yang tepat mengenai autismen. Orang tua adalah pengasuh anak yang sah, sehingga hanya mereka yang memiliki hak untuk mengobati anak. Dr. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., selaku Founder dan Penasihat ATCW juga mengatakan bahwa peran orang tua

dalam menangani autisme pada anak sangat penting. Keterlambatan dan salah penanganan akan menyebabkan efek yang fatal. Salah satu contoh kasus dialami oleh peserta terapi ATCW yang sudah berusia 20 tahun. Akibat terlambat mendapat penanganan yang tepat, peserta terapi membentuk respon komunikasi yang salah yaitu dengan cara memukul.

Melalui FGD, penulis juga mendapatkan *insight* mengenai pengetahuan autisme orang tua dan fakta lapangan terkait stigma autisme di lingkungan sekitar narasumber. Bila dibandingkan, pengetahuan orang tua yang memiliki anak tipikal dan non-tipikal berbeda. Orang tua tipikal mengetahui apa itu autisme tetapi tidak dapat menjelaskan gejala autisme. Kemudian, stigma negatif masih ada pada lingkungan seluruh narasumber. Adanya stigma juga berkaitan dengan hoaks seputar autisme. Narasumber menilai stigma tersebut datang dari pengetahuan masyarakat yang minim tentang autisme. Sehingga, menurut narasumber edukasi ciri autisme sangat penting orang tua, lingkungan, sampai masyarakat. Adanya pengetahuan ciri autisme akan membantu penanganan autisme, memunculkan rasa empati dan saling menghargai, serta mengurangi stigma negatif autisme pada masyarakat.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa edukasi tentang autisme merupakan hal yang sangat dibutuhkan, terutama oleh orang tua muda di bawah usia 40 tahun. Selain itu mengenal ciri-ciri autisme, informasi juga dibutuhkan sebagai motivasi agar orang tua cepat menerima kondisi anak. Ibu Gayatri mengungkapkan bahwa untuk menerima anak, orang tua membutuhkan waktu, persuasi dan motivasi. Sehingga edukasi selalu diperlukan untuk mempersuasi orang tua melakukan diagnosa akurat serta menghilangkan stigma negatif terkait autisme.

Selain itu, orang tua muda di era sekarang sudah cukup memiliki pengetahuan terkait autisme. Namun, penerimaan, stigma dan hoaks terkait autisme menghambat proses deteksi dini autisme. Oleh karena itu, perancangan kampanye ini sangat dibutuhkan. Untuk memfasilitasi perancangan kampanye, penulis juga telah berhasil mendapatkan persetujuan Yayasan MPATI untuk menjadi profil penyelenggara kampanye. Kampanye harus dirancang dengan komunikasi yang baik, visual yang menarik, serta informatif. Seperti yang dapat dilihat pada contoh kampanye yang dijadikan studi *existing*, yaitu Faces of Autism dan Autism SOS. Terakhir, menurut FGD, gaya visual yang disukai oleh orang tua adalah visual dengan mayoritas gambar. Visual yang digunakan harus menggambarkan autisme secara simbolik (tidak harafiah). Lalu, apabila menggunakan ilustrasi, harus memakai ilustrasi yang berkaitan dengan diri mereka. Kemudian visual menggunakan *typography* sans serif serta memiliki warna-warna cerah dan kontras (*vibrant colors*).

3.1.2 Metode Kuantitatif

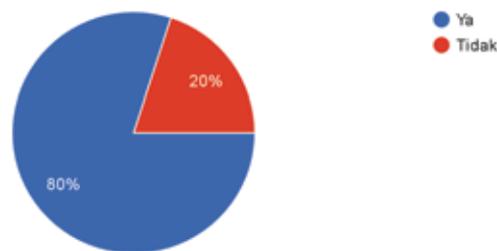
Menurut Creswell (2018), halaman 207, survei berfungsi untuk memberikan deskripsi kuantitatif terhadap fenomena pada suatu populasi dengan mengambil sampel dari populasi tersebut. Creswell (2018) juga menambahkan bahwa survei juga berfungsi untuk menguji hubungan antar variabel. Adapun dalam perancangan ini penulis ingin mendapatkan data kuantitatif terkait tingkat pengetahuan orang tua berumur 26-35 tahun dan tinggal di daerah JABODETABEK tentang autisme pada anak. Survei akan dibagikan dalam bentuk kuesioner *online*, menggunakan Google Form.

Kuesioner diisi oleh 43 responden dengan 69,8% berusia 31-35 sedangkan 30,2% sisanya berusia 26-30 tahun. Mayoritas responden merupakan perempuan (88,4%). Kuesioner ditujukan untuk target primer dan sekunder. Target primer merupakan orang tua anak non-tipikal (anak dengan autisme) dan target sekunder merupakan orang tua anak tipikal.

Target primer dan sekunder mendapatkan pertanyaan tentang autisme yang berbeda.

Pada orang tua non-tipikal, ditemukan bahwa 70% anak terdeteksi pada usia emas 0-3 tahun. Seluruh anak responden timbul gejala autisme pada usia 0-3 tahun dan 80% orang tua langsung membawa anak ke fasilitas kesehatan ketika menyadari gejala. Kemudian, 80% orang tua mengungkapkan bahwa di lingkungan sekitar masih terdapat stigma negatif tentang autisme.

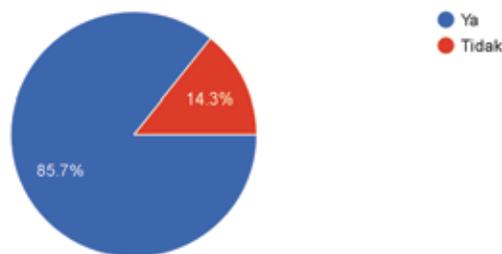
Apakah di lingkungan sekitar anda masih terdapat stigma negatif terkait autisme?
10 responses



Gambar 3.19. Grafik Stigma Negatif Autisme Pada Orang Tua Anak Non-Tipikal

Orang tua anak tipikal, 85,6% mengetahui apa itu autisme. Ketika diminta menjabarkan pemahaman tentang autisme, mayoritas mampu menjabarkan apa itu autisme dengan cukup tepat. Kata kunci seperti gangguan komunikasi, perilaku, tau syaraf banyak terlihat. Selain itu, orang tua anak tipikal juga mengetahui bahwa autisme dapat terdeteksi pada usia 0-3 tahun. Hal tersebut ditunjukkan dari grafik kuesioner yang menunjukkan 76,2% orang tua tipikal menjawab autisme dapat terdeteksi pada usia anak 0-3 tahun. Mayoritas orang tua (66,7%) juga rutin memeriksakan anak ke klinik tumbuh kembang anak pada saat anak berusia 0-3 tahun.

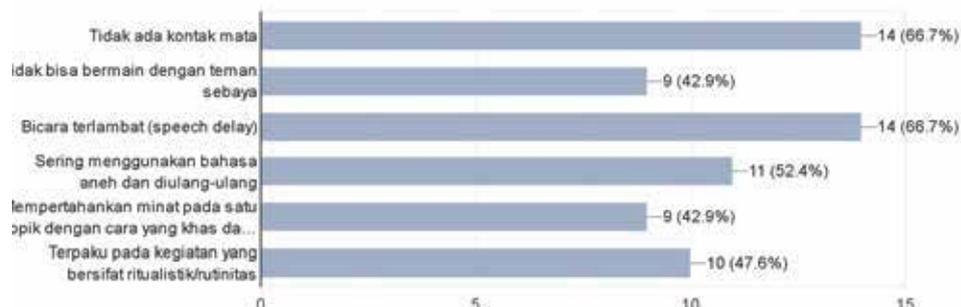
Apakah anda mengetahui apa itu autisme?
21 responses



Gambar 3.20. Grafik Pengetahuan Apa Itu Autisme Pada Orang Tua Anak Tipikal

Hal tersebut membuktikan bahwa pemahaman orang tua tipikal tentang autisme cukup baik. Namun, orang tua anak tipikal tidak mengenal gejala-gejala autisme dengan baik. Hanya tiga opsi gejala yang dipilih lebih dari 50% responden, yaitu gejala “tidak ada kontak mata”, “bicara terlambat”, dan “sering menggunakan bahasa aneh yang diulang-ulang”. Gejala yang dipilih mayoritas responden merupakan gejala gangguan komunikasi. Sedangkan gejala gangguan minat dan perilaku yaitu “mempertahankan minat pada satu topik dengan cara yang khas atau berlebihan” dan “terpaku pada kegiatan yang bersifat ritualistik/rutinitas” dipilih kurang dari 50% responden. Gejala komunikasi “tidak bisa bermain dengan teman sebaya” juga dipilih kurang dari 50% responden.

Di bawah ini manakah yang merupakan gejala autisme pada anak?
21 responses



Gambar 3.21. Grafik Pengetahuan Gejala Autisme Pada Orang Tua Anak Tipikal

Kemudian, berdasarkan kuesioner, penulis mengetahui *media behaviour* para orang tua. Media yang paling diakses oleh orang tua adalah media sosial yaitu Instagram (77,4%), WhatsApp (61,3%), dan Youtube (51,6%). Kemudian, durasi pemakaian internet pada mayoritas responden adalah 1-3 jam (41,9%). Pemakaian internet tersebut dipakai antara lain untuk berbelanja *online* (80,6%), membaca berita (80,6%), dan bersosialisasi (67,7%).

3.2 Metodologi Perancangan

Metodologi perancangan yang digunakan adalah metodologi perancangan iklan oleh Landa (2010), yang terdiri dari enam fase: fase *overview*, fase *strategy*, fase *ideas*, fase *design*, fase *production*, dan fase *implementation* (hlm. 14).

1) Fase *Overview*

Fase *overview* merupakan fase pengumpulan informasi. Informasi yang dikumpulkan merupakan informasi terkait merek/klien serta hal yang berhubungan dengan bisnis klien (Landa, 2010, hlm. 15).

2) Fase *Strategy*

Fase *strategy* merupakan fase pembuatan strategi. Informasi yang dikumpulkan diperiksa dan disusun menjadi sebuah rencana proyek, berisi uraian strategi yang disebut *creative brief* (Landa, 2010, hlm. 16-17).

3) Fase *Ideas*

Fase *ideas* merupakan fase formulasi ide (Landa, 2010, hlm. 18). Ide merupakan dasar dari semua kerangka desain yang dihasilkan (Landa, 2010, hlm. 66).

4) Fase *Design*

Dalam fase *design*, ide yang telah diproduksi pada fase sebelumnya diwujudkan menjadi desain (Landa, 2010, hlm. 19).

5) Fase *Production*

Pada fase *production*, desain diproduksi sesuai dengan medianya masing-masing. (Landa, 2010, hlm. 21).

6) *Fase Implementation*

Pada fase *implementation*, solusi desain mulai diterapkan. Setelah masa penerapan solusi desain selesai, klien dan desainer/agensi periklanan mengevaluasi hasil penerapan iklan bersama (Landa, 2010, hlm. 21).

