

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Akses individu autistik pada level *requiring support* terhadap informasi gerakan 3M belum sepenuhnya *accessible*, karena disabilitas digital yang ditandai oleh beberapa permasalahan, seperti desain yang berhubungan dengan gabungan warna dan ukuran huruf, serta isi informasi sendiri yang sering kali masih ambigu (Ellis & Kent, 2017). Hal ini patut disayangkan karena mereka menunjukkan keinginan mengakses informasi gerakan 3M (Case, 2012), terlihat dari beraneka informasi COVID-19 yang diketahui, yaitu cara pencegahan, jumlah kasus, regulasi, pencegahan disinformasi, berita, vaksin, serta gerakan 3M sendiri, karena beberapa alasan berikut, memastikan isi informasi yang kadang berbeda, khawatir dengan virus COVID-19 yang berbahaya, dan memverifikasi kebenaran informasi sebelum dibagikan ke keluarga.
2. Akses seperti ini bisa terjadi berangkat dari bagian regulasi, Pemerintah Indonesia yang seharusnya bertindak sebagai pihak utama belum merancang kampanye informasi gerakan 3M yang fokus menysasar individu autistik pada level *requiring support*, sebab kebutuhan informasi mereka memang beragam dan spesifik (Kapp, 2020). Sekarang, inisiatif pun muncul dari para *stakeholder* lain, salah satunya komunitas disabilitas, seperti Pemuda Autisme Indonesia sebagai komunitas individu autistik pada level *requiring support* yang mengadvokasi kebutuhan mereka lewat banyak kegiatan yang

diselenggarakan di media digital. Padahal, individu autistik pada level *requiring support* punya ekspektasi memperoleh informasi gerakan 3M yang jelas, singkat, padat, dan betul-betul efektif mencegah COVID-19. Sayangnya, ekspektasi ini belum terjawab melalui realita informasi gerakan 3M yang ada sekarang. Maka dari itu, selain diadvokasikan kebutuhannya oleh Pemuda Autisme Indonesia, mereka berupaya bertindak sendiri ditandai dengan preferensi terhadap bentuk dan konten di media digital ketika coba mengakses informasi gerakan 3M. Mereka menyukai media digital berbentuk Twitter, Instagram, situs web resmi pemerintah, Google, dan berita *online*, karena bentuk-bentuk tadi ringkas, *layout*-nya baik, gampang diraih, mudah melakukan filter informasi, dan memproses informasi lebih baik dari melihat. Preferensi juga ditunjukkan dalam pemilihan konten informasi gerakan 3M yang diakses. Umumnya, mereka mengonsumsi semua jenis konten, seperti tulisan (panjang dan pendek), video (panjang dan pendek), dan gambar, tapi dengan alasan-alasan personal pula, yaitu tingkat perhatian yang tidak banyak, ingin mendapatkan informasi detail, punya masalah pemrosesan informasi suara, dan agar bisa menghibur. Sebagai solusi, Pemerintah Indonesia dapat menghadirkan kampanye informasi gerakan 3M yang menasar khusus individu autistik pada level *requiring support*, lewat pengadaan modifikasi teknologi atau teknologi tambahan agar mereka lebih nyaman dalam penggunaan media digital untuk mengakses informasi gerakan 3M, beberapa di antaranya merupakan *subtitle* supaya mereka fokus dengan hal yang disampaikan untuk yang nyaman dengan tulisan, *earphone* dan video atau audio dengan suara yang jernih dan lebih keras agar membantu mereka yang punya sensitivitas terhadap suara karena sulit memproses informasi darinya, dan memanfaatkan komik bergambar agar informasi jelas dan grafiknya enak dilihat untuk mereka yang *visually driven*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Mengingat inti dari penelitian ini adalah akses individu autistik pada level *requiring support* terhadap informasi gerakan 3M, peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya agar bisa meneliti tentang akses yang dilakukan individu autistik pada level yang lain, yaitu *requiring substantial support* atau *requiring very substantial support*. Kemudian, bisa dibahas juga tentang kampanye informasi pencegahan COVID-19 lain.

### 5.2.2 Saran Praktis

Penelitian bisa digunakan sebagai acuan bagi berbagai pihak, seperti individu autistik pada level *requiring support* agar memahami akses sesama mereka yang tergabung dalam Pemuda Autisme Indonesia terhadap informasi gerakan 3M, serta perancang kampanye komunikasi kesehatan, terutama Pemerintah Indonesia, serta pihak swasta (misalnya perancang media digital) dan komunitas autistik sendiri seperti Pemuda Autisme Indonesia dalam usaha menghasilkan kampanye komunikasi kesehatan yang semakin *accessible* di masa depan.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA