

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN

3.1 Subjek Perancangan

Untuk melakukan perancangan media kampanye mengenai penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus, penulis menentukan subjek perancangan sebagai berikut:

1) Demografis

- a. Jenis Kelamin: Pria dan wanita
- b. Usia: 25-35 tahun orang tua yang memiliki anak (Primer) dan calon orang tua (sekunder)

Menurut BKKB (Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional), usia ideal untuk memiliki anak adalah 21 -35 tahun. 25 tahun merupakan usia ideal untuk laki-laki dan 21 tahun adalah usia ideal untuk perempuan. 35 tahun merupakan usia maksimal untuk hamil. Hal ini sebab oleh kondisi fisik manusia yang tidak sekuat dulu. 32 tahun adalah usia puncak kondisi tubuh manusia (Azizah, 2024).

- c. Pendidikan: SMA, D3, S1
- d. SES:B

Dilansir dari Kompas.com, SES atau Sosial Ekonomi Status kelas B memiliki pendapatan sekitar Rp. 4.600.000 (Setiawan, 2014).

2) Demografis

Area: Jabodetabek

Dilansir dari websita Seasia.co, Jakarta menduduki peringkat keempat sebagai kota tersibuk secara global dan mendudukin peringkat pertama di Asia Tenggara (Sukoco, 2024). Dhany Sukma selaku Wali Kota Administrasi Jakarta Pusat mengatakan, meskipun Ibu Kota pindah, Jakarta akan tetap menjadi kota megapolitan (Marlianti, 2022). Sebagai kota megapolitan, Jakarta menjadi kota

tersibuk yang didukung dengan kedatangan masyarakat dari daerah sekitarnya untuk bekerja. Dari data tersebut, daerah Jabodetabek berada pada tingkat kesibukan yang tinggi sehingga masyarakat cenderung kesulitan mengatur waktu bersama anak dan keluarga.

3) Psikografis

- a. Orang yang masih belajar menerima keadaan anaknya.
- b. Orang yang takut jika memiliki anak berkebutuhan khusus.
- c. Orang yang kecewa atau sedih dengan kondisi anaknya.

4) Sosiografis

- a. Orang yang memiliki anak berkebutuhan khusus.
- b. Orang yang memiliki anak.
- c. Orang yang masih belum dapat menerima anaknya apa adanya.

5) Behaviour

- a. Orang yang tertarik dengan topik *parenting*.
- b. Orang yang berpartisipasi dalam terapi atau merawat anak.

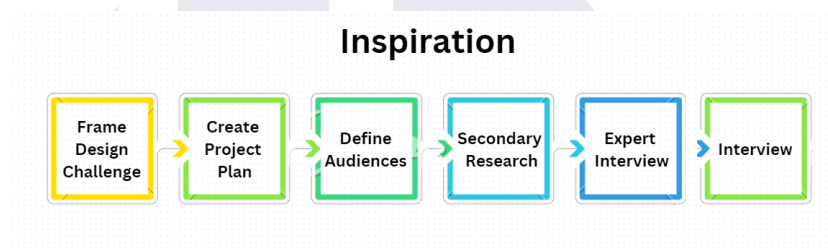
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode *Design Thinking by IDEO*. Metode perancangan ini berpusat kepada manusia sebagai untuk mengetahui latar belakang dan masalah yang ada untuk dibuat solusi desain bersama-sama didasarkan oleh kebutuhan nyata. Berdasarkan IDEO (2015, p.11), metode ini dibagi menjadi 3 fase yang terdiri dari *inspiration* (inspirasi), *ideation* (ideasi), dan *implementation* (Implementasi). Melalui 3 fase ini, penulis dapat membangun rasa empati bersama dengan komunitas dan individu untuk mencari serta merancang solusi yang akan diuji sebelum merilis ide-ide yang ada kepada dunia.

3.2.1 *Inspiration*

Dalam tahap *inspiration*, kita belajar untuk membuka diri terhadap segala ide kreatif dan mengembangkan ide tersebut berdasarkan pada keinginan komunitas yang terlibat untuk menjadikannya solusi yang sesuai. Dalam fase ini, desainer akan membuat tim dan memahami masalah yang dihadapi dengan cara berbicara kepada orang-orang maupun komunitas. Pada fase ini, penulis

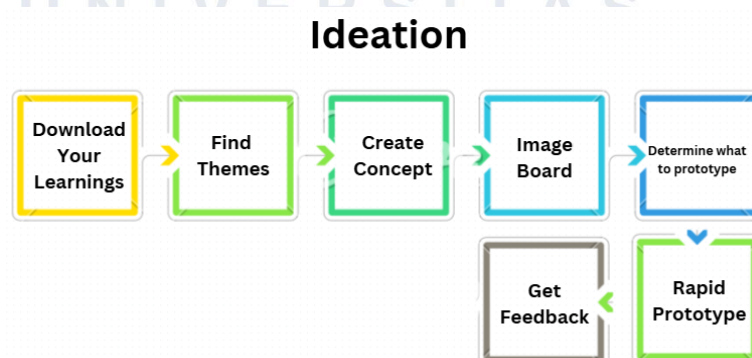
mengumpulkan data dengan teknik campuran (kualitatif dan kuantitatif). Dalam mengumpulkan data kualitatif, penulis menggunakan teknik wawancara, FGD (*Focus Group Discussion*), dan observasi. Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Pada tahapan *inspiration*, penulis menggunakan 6 metode yang terdiri dari *frame your design challenge*, *create a project plan*, *secondary research*, *interview*, *expert interview*, dan *define your audiences*.



Gambar 3. 1 Bagan Metode Inspiration

3.2.2 Ideation

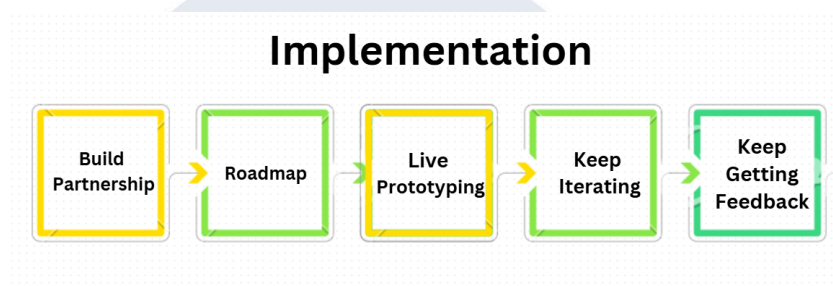
Tahap *ideation* adalah tahap dimana desainer membagikan data-data yang telah didapatkan yang selanjutnya akan diolah dan diidentifikasi untuk menemukan peluang desain. Pada tahap ini, desainer akan mendapatkan banyak ide yang akan di seleksi. Ide tersebut selanjutnya akan dibuat menjadi prototipe kasar dan dibagikan kepada orang-orang untuk mendapatkan *feedback*. Proses ini akan dilakukan secara mengulang dan dikembangkan berdasarkan *feedback* yang ada.



Gambar 3. 2 Bagan Metode Ideation

3.2.3 Implementation

Tahap terakhir adalah *implementation*. Tahap ini adalah tahap dimana kita akan mewujudkan solusi yang telah dibuat lalu memasarkannya. Desainer akan mencari mitra, menyempurnakan, dan menguji solusi yang telah dibuat sebelum merilisnya. Menghadirkan solusi kepada orang-orang yang dijadikan sebagai inti dari segala proses yang ada.



Gambar 3. 3 Bagan Metode Implementation

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dalam pengumpulan data. Penggunaan teknik kualitatif terdiri dari wawancara, FGD (*Focus Group Discussion*), dan observasi. Teknik kuantitatif meliputi kuesioner. Kedua teknik tersebut dipilih untuk mendapatkan data-data yang dapat membantu dalam perancangan media kampanye mengenai rasa penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Menurut Schultz, penerimaan adalah menerima segala kelemahan dan kelebihan serta kekurangan yang ada pada diri individu dan melanjutkan hidupnya sesuai dengan kodratnya sebagai manusia dengan cara berusaha memperbaiki diri untuk menjadi individu yang lebih baik dari pada sebelumnya (Gischa, 2023). Pencarian data yang dilakukan juga mengacu pada metode-metode yang berada pada tahap *inspiration* sesuai dengan metode perancangan *Design Thinking: IDEO* yang terdiri dari *frame your design challenge*, *create a project plan*, *secondary research*, *interview*, *expert interview*, dan *define your audiences*.

3.3.1 Frame Your Design Challenge

Penulis menggunakan *frame your design challenge* untuk menentukan rancangan desain yang akan digunakan. Metode ini dipakai karena setiap masalah memiliki solusi yang berbeda-beda, dengan membingkai masalah tersebut dapat membantu untuk fokus terhadap masalah yang ingin diselesaikan. Pada metode ini penulis menggunakan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut sebagai dasar dalam menentukan solusi desain:

Tabel 3. 1 Tabel Frame Design Challenge

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	<i>What's the problem you're trying to solve?</i>	• Membantu mempercepat proses penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. • Mempercepat kesadaran orang tua terhadap anak berkebutuhan khusus bahwa setiap anak merupakan anugerah yang harus dicintai apa adanya.
2.	<i>Take a stab at framing it as a design question</i>	Bagaimana cara membantu mempercepat rasa penerimaan orang tua pada anak anak berkebutuhan khusus?
3.	<i>What are some possible solutions to your problem?</i>	• Pemberian dukungan sosial • Menambah <i>insight</i> dengan cara menaikkan <i>awareness</i> • Pendekatan melalui psikologis • Pendekatan melalui religiusitas
4.	<i>Finally, write down some of the context</i>	Masih banyak orang tua yang belum dapat menerima kondisi anak apa adanya sehingga anak-anak disabilitas

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
	<i>and constraints that you're facing.</i>	mengalami kekerasan baik fisik maupun psikis. Hal ini berpengaruh terhadap rasa aman anak yang berdampak pada perkembangan fisik, mental maupun emosi anak disabilitas.
5.	<i>Does your original question need a tweak? Try it again</i>	Hal apa yang dapat mempercepat rasa penerimaan orang tua terhadap ABK.

3.3.2 Create a Project Plan

Dalam perancangan ini, penulis menyusun rencana dalam membantu progres perancangan agar tetap berjalan dengan lancar. Adapun rencana yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Create a Project Plan

Waktu Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Riset																
Wawancara																
FGD																
Wawancara Expert																
Observasi																
Perancangan																
Evaluasi																

3.3.3 *Secondary Research*

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang rasa penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Dalam penelitian Gumilang dan Irnawati, beberapa orang tua masih belum dapat memahami kelebihan anak. Namun, secara umum mereka dapat menerima kondisi anak. Dalam penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif ini, sebagian besar orangtua juga memiliki respon yang positif terhadap beberapa indikator yang dijadikan sebagai acuan penelitian yang dibagi menjadi 4 yakni pemahaman terhadap kelebihan dan kekurangan anak, pandangan terhadap anak, usaha mendukung perkembangan anak, dan pemenuhan kebutuhan fisik dan psikis anak (Gumilar, *et al*, 2022, p.110).

Menurut Yulianti, dkk. dalam penelitiannya mengenai rasa penerimaan orang tua terhadap anak berkebutuhan khusus mengatakan terdapat 4 tahapan yang dirasakan oleh orang tua dalam proses untuk menerima anak-anak berkebutuhan khusus. Tahapan-tahapan tersebut terdiri dari penolakan, marah, depresi, tawar-menawar, dan menerima. (Yuliant, *et al*, 2023, p.81). Dalam penelitiannya mengatakan aspek terakhir dari rasa penerimaan adalah untuk mencintai anak berkebutuhan khusus tanpa syarat. Untuk mencapai aspek tersebut, setiap orang tua melewati tahap-tahap *denial*, *anger*, *bargaining*, *depression*. Anak yang mendapatkan kasih sayang berdampak pada sisi psikologis mereka seperti merasa memiliki harga diri, memiliki sikap positif dalam menjalankan hari, meminimalisir rasa malu, dan memiliki rasa nyaman dengan lingkungan sekitarnya (p.83).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Wardani dan Artistin, penerimaan orang tua adalah sikap menerima segala disabilitas atau kekurangan anak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rasa penerimaan terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Dari hasil penelitian, didapatkan rasa penerimaan setiap orang tua yang memiliki

anak berkebutuhan khusus berbeda-beda. Setiap orang tua memiliki proses yang berbeda-beda melalui tahapan yang panjang (Wardani & Artistin, 2023, p.4174).

3.3.4 Interview

Dalam perancangan ini, penulis menggunakan wawancara untuk memperoleh informasi seputar rasa penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Untuk memperoleh informasi yang dapat menunjang perancangan, wawancara dilakukan secara sistematis. Wawancara ini juga digunakan sebagai dasar untuk merancang kampanye yang akan dibuat.

1. Expert Interview

Wawancara dilakukan dengan Hertha Christabelle Hambali, M.Psi. seorang psikolog klinis yang bepraktik di Bethsaida Hospital. Wawancara ini diperlukan untuk mendapatkan informasi dari profesional tentang rasa penerimaan, faktor-faktor penyebab, dan proses penerimaan. Dengan melakukan wawancara ini, penulis mendapatkan informasi rasa penerimaan dari sisi psikologis dan emosional. Informasi ini juga akan digunakan sebagai alat bantu dalam perancangan media kampanye mengenai rasa penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Adapun dalam wawancara ini, penulis mengajukan pertanyaan-pertanyaan seperti berikut:

Tabel 3. 3 Daftar Pertanyaan Wawancara Psikolog

No	Pertanyaan
1.	Apa itu rasa “penerimaan” secara <i>general</i> ?
2.	Faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat penerimaan seseorang?
3.	Bagaimana proses emosional yang umumnya dialami orang tua saat pertama kali mengetahui anaknya berkebutuhan khusus?

No	Pertanyaan
4.	Apakah ada perbedaan dalam cara Ibu dan Ayah dalam menerima kondisi anaknya? Apa penyebabnya?
5.	Apakah rasa penerimaan orang tua mempengaruhi perkembangan anak? Mempengaruhinya bagaimana?
6.	Apa dampak jangka panjang jika orang tua tidak dapat menerima kondisi anak mereka?
7.	Cara terbaik untuk orang tua dalam menghadapi rasa penolakan atau kekecewaan setelah mengetahui kondisi anaknya?
8.	Apakah ada perbedaan dalam penerimaan antara orang tua dengan latar belakang budaya atau ekonomi yang berbeda?

2. Interview

Wawancara dilakukan secara langsung dengan narasumber Ibu Ika yang merupakan seorang orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui pengalaman emosi, tantangan, dan adaptasi orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus. Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan yang penulis ajukan kepada orang tua untuk mendapatkan informasi.

Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Orang Tua

No	Pertanyaan
1.	Bagaimana perasaan anda saat pertama kali mengetahui anak anda memiliki kebutuhan khusus?
2.	Hal sulit apa yang anda hadapi ketika mengetahui kenyataan tersebut?

No	Pertanyaan
3.	Bagaimana proses anda menerima kenyataan tersebut?
4.	Tantangan terbesar sebagai orang tua dari anak berkebutuhan khusus? Apakah mengubah kehidupan sehari-hari anda?
5.	Apakah ada momen dimana anda tidak yakin atau merasa kesulitan dengan situasi yang ada? Bagaimana cara anda mengatasinya?
6.	Bagaimana proses anda dalam menerima kondisi anak anda dari waktu ke waktu? Apakah terjadi secara bertahap atau ada titik tertentu yang menjadi momen penerimaan?
7.	Seberapa besar dukungan dari keluarga, teman, dan lingkungan sosial dalam membantu anda menghadapi situasi tersebut?
8.	Apakah anda memiliki kekhawatiran terkait masa depan anak anda terutama dalam hal kemandirian dan integrasi sosial?
9.	Apakah Anda mencari dukungan dari profesional, seperti konselor atau psikolog, untuk membantu Anda dalam menghadapi perasaan atau tantangan ini?
10.	Apa hal terbesar yang Anda pelajari dari menjadi orang tua anak berkebutuhan khusus?
11.	Bagaimana pengalaman ini mengubah pandangan Anda tentang kehidupan, keluarga, atau diri sendiri?
12.	Apakah Anda pernah menghadapi stigma atau diskriminasi atau bagaimana stigma masyarakat tentang anak berkebutuhan khusus?
13.	Momen apa yang paling membahagian yang anda alami dengan anak anda?

No	Pertanyaan
14.	Apa pesan yang ingin Anda sampaikan kepada orang tua lain yang mungkin baru saja mengetahui bahwa anak mereka memiliki kebutuhan khusus?

3.3.5 Focus Group Discussion (FGD)

Dalam perancangan ini, penulis juga menggunakan FGD untuk memperoleh informasi mengenai pandangan, pendapat, pengalaman, dan sikap terhadap rasa penerimaan orang tua dari perspektif para orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus. FGD ini dilakukan secara langsung di Sekolah Luar Biasa (SLB) Ulaka Penca di Jl. Gn. Balong Raya Jl. Lb. Bulus III, RT.7/RW.4, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440. FGD ini dilakukan pada tanggal 27 September 2024 dengan peserta sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Daftar Peserta FGD

No	Nama Orang Tua - Usia
1.	Ibu Asih – 47 tahun
2.	Ibu Tetti – 49 tahun
3.	Ibu Ina – 39 tahun
4.	Ibu Vivin – 45 tahun
5.	Ibu Anes – 31 tahun

Adapun dalam FGD ini, penulis memberikan beberapa pertanyaan yang terdiri sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Daftar Pertanyaan FGD

No	Pertanyaan
1.	Perasaan apa yang muncul ketika anda pertama kali mengetahui kondisi anak anda yang memiliki kebutuhan khusus?
2.	Sebagai orang tua dari anak yang memiliki kebutuhan khusus, apa kesulitan yang anda hadapi?
3.	Apakah anda sudah menerima kondisi anak anda sepenuhnya saat sekarang?
4.	Tantangan terbesar sebagai orang tua dari anak berkebutuhan khusus? Apakah mengubah kehidupan sehari-hari anda?
5.	Pernahkan anda merasa tidak yakin dengan kenyataan yang sekarang anda hadapi?
6.	Kekhawatiran terbesar apa yang anda hadapi dengan kondisi anak yang memiliki kebutuhan khusus?
7.	Apakah pengalaman ini mengubah pandangan anda terhadap hidup anda sekarang?
8.	Apa harap terbesar anda untuk anak-anak anda?

3.3.6 Kuesioner

Kuesioner digunakan oleh penulis untuk mencari tahu data dan informasi responden terkait topik rasa penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Kuesioner ini ditujukan kepada seseorang baik yang memiliki anak maupun tidak. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon responden terhadap rasa penerimaan dan kesiapan mereka jika memiliki anak berkebutuhan khusus. Berikut adalah pertanyaan yang diajukan kepada responden:

Tabel 3. 7 Daftar Pertanyaan Kuesioner

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1.	Usia	• 18 - 25 tahun • 26 - 35 tahun • 36 - 45 tahun • 45 – 55 tahun • >55 tahun
2.	Jenis Kelamin	• Pria • Wanita
3.	Status Pernikahan	• Menikah • Belum menikah • Duda/janda
4.	Apakah Anda memiliki anak berkebutuhan khusus?	• Ya • Tidak
5.	Jika anak anda memiliki kebutuhan khusus, bagaimana perasaan anda sekarang?	• Marah • Sedih • Shock • Menerima dengan ikhlas
6.	Jika suatu saat nanti Anda memiliki anak berkebutuhan khusus, apakah Anda siap menerima dia apa adanya?	• Ya, saya sangat siap dan mendukung sepenuhnya • Ya, saya siap, tapi saya perlu waktu • Saya ragu, tetapi saya akan berusaha • Saya akan merasa sulit untuk menerima, tetapi saya berharap bisa belajar

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
		• Tidak, saya tidak siap menerima kondisi itu
8.	Seberapa sering anda menerima informasi atau edukasi mengenai anak berkebutuhan khusus?	• 1 Tidak pernah • 2 • 3 • 4 Selalu
9.	Bagaimana Anda biasanya mendapatkan informasi tentang anak berkebutuhan khusus? (Bisa dipilih lebih dari 1)	• Sosmed • Artikel online • Buku atau panduan cetak • Konsultasi ahli • Acara atau seminar
10.	Jenis media informasi apa yang paling Anda sukai? (Bisa dipilih lebih dari 1)	• Video • Infografis • Artikel/panduan • Podcast • Aplikasi <i>mobile</i>

3.3.7 Studi Referensi

Dalam perancangan media kampanye mengenai rasa penerimaan orang tua terhadap anak berkebutuhan khusus, penulis menggunakan perancangan media kampanye sosial yang dibuat oleh Anastasia Danella pada tahun 2023. Kampanye “Bertemu Papa Mama” merupakan sebuah kampanye yang bertujuan untuk memperbaiki hubungan antara orang tua lanjut usia dan anak-anak mereka. “Bertemu Papa Mama” menggunakan elemen fotografi sebagai visual utama dalam setiap media yang dirancang. Visual yang dibawa menggunakan warna hitam dan putih ditemani dengan ilustrasi gambar yang dibuat dengan gaya anak-anak. “Bertemu Papa Mama” dibawakan dengan

menggunakan perspektif orang tua sehingga memberikan gambaran dari pengalaman orang tua yang dititipkan oleh anaknya di panti jompo.

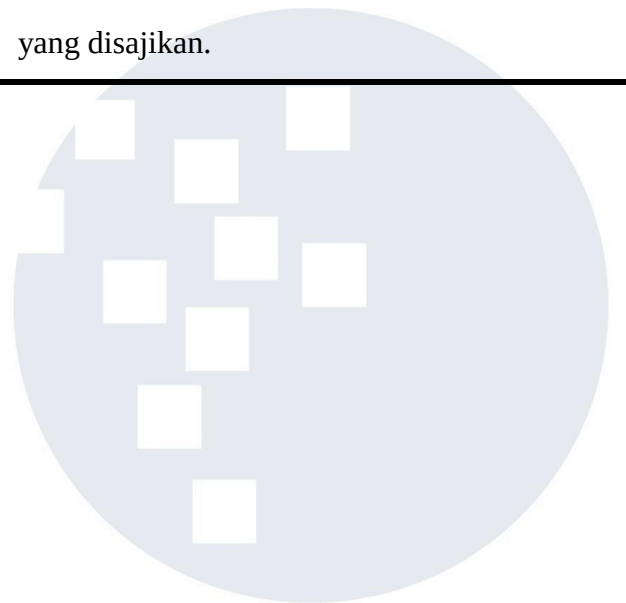


Gambar 3. 4 Key Visual "Bertemu Papa Mama"
Sumber: <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/25689/> (2023)

Tabel 3. 8 Tabel SWOT

Stenghts	Weakness
- Kampanye dibuat dengan bahasa yang familiar dengan menggabungkan elemen fotografi sehingga memberikan rasa empati yang tinggi. - Memberikan perspektif dan pengalaman orang tua.	<i>Output</i> berupa <i>exhibition</i> dirasa kurang tepat karena tidak dapat menjangkau orang secara luas. - Pengimplementasian media membutuhkan biaya yang tidak murah.
Opportunities	Threats
Membuat media kampanye dengan media	Ketergantungan dengan biaya yang tinggi ketika

Stenghts	Weakness
yang dapat diakses dengan mudah. • Penggunaan elemen warna lain dalam visual yang disajikan.	mengimplementasikan <i>output</i> yang ditawarkan



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA