

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Tidak semua orang tua dapat langsung menerima kondisi anaknya yang memiliki kebutuhan khusus. Berdasarkan dari hasil wawancara yang telah dilakukan, masih ada orang tua yang masih belajar dan berproses untuk menerima keadaan anaknya secara lapang dada. Berdasarkan hasil wawancara dengan psikolog *parenting* Hertha Christabel Hambali M. Psi., antara setiap individu memiliki durasi yang berbeda untuk menerima keadaan yang tidak sesuai dengan harapannya. Umumnya orang-orang perlu melewati 5 tahapan kesedihan yang terdiri dari *denial*, *anger*, *bargain*, *depression*, hingga pada akhirnya bisa masuk ke dalam tahap *acceptance*. Namun dalam tahap *acceptance* ini, seseorang masih berproses dan belajar untuk menuju penerimaan.

Dalam kampanye ini, penulis mengangkat topik tentang rasa penerimaan orang tua terhadap anak-anak berkebutuhan khusus. Dalam perancangannya, penulis menemukan *big idea* “Melangkah untuk Menerima”. Melangkah untuk Menerima sendiri dipilih karena langkah pertama yang kita ambil pasti terasa berat dan penuh keraguan namun, seiring kita berjalan langkah tersebut akan semakin ringan, begitu juga dengan rasa penerimaan.

Dengan adanya kampanye ini, penulis berharap dapat membantu mempercepat rasa penerimaan orang tua yang belum bisa menerima anaknya berkebutuhan khusus. Selain itu, penulis berharap kampanye ini dapat memberikan wawasan serta edukasi kepada calon orang tua dengan segala kemungkinan yang dapat terjadi sehingga dapat lebih siap baik secara mental maupun emosional.

Berdasarkan hasil *market validation* yang dilakukan dengan cara mewawancarai target diperoleh bahwa media buku dan video dapat secara efektif meningkatkan rasa empati dan kesadaran. Buku memeberikan informasi mengenai sudut pandang orang tua yang memiliki anak berkebutuhan khusus dalam

perjalanan menuju penerimaan. Sementara video, dapat menghadirkan cerita nyata yang dapat menyentuh hati dan menggugah kesadaran dan pemahaman *audiences* secara langsung. Kombinasi kedua media tersebut terbukti efektif untuk membantu mempercepat perjalanan dan pemahaman orang tua terhadap anak-anak mereka dengan cara yang lebih positif.

## 5.2 Saran

Proses perancangan Kampanye “Melangkah untuk Menerima” memiliki tujuan untuk meningkatkan rasa empati serta membantu mempercepat proses penerimaan orang tua. Dengan adanya perancangan ini, penulis memberikan saran kepada pembaca yang ingin merancang kampanye serupa. Dalam perancangan ini, perancangan harus dilalui secara sukacita. Selain itu, proses perancangan harus didasari oleh data yang kredibel yang dapat dipertanggungjawabkan. Pembaca juga harus memaksimalkan waktu sebaik mungkin sehingga dapat membuat dan merevisi karya desain dan laporan secara maksimal.

Dalam mengangkat topik penelitian, penulis memiliki saran untuk memilih topik yang pembaca suka atau topik yang menjadi keresahan pribadi pembaca. Dengan melakukan hal tersebut, selama proses penelitian dan perancangan pembaca akan mendapatkan pengalaman baru serta momen-momen yang dapat dijadikan sebagai refleksi serta pembelajaran. Semoga perancangan ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang ingin mengembangkan atau mengambil topik serupa. Terakhir, semoga perancangan ini dapat menjadi inspirasi untuk kampanye serupa dalam pemilihan media yang dapat membantu serta meningkatkan kesadaran dan empati kepada *audiences*.