# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Komunikasi dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi memegang peranan penting dalam setiap kehidupan manusia. Layaknya kebutuhan primer, komunikasi secara tidak langsung menjadi kebutuhan dasar setiap manusia. Namun terdapat beberapa orang yang memiliki keterbatasan dalam berkomunikasi, salah satunya adalah orang Tuli.

Orang Tuli adalah mereka yang lahir dengan keterbatasan dalam kemampuan mendengar, sehingga mereka kurang mampu memproses informasi melalui pendengaran. Keterbatasan pendengaran inilah yang membuat orang tuli menjadi kurang dapat berkomunikasi secara verbal, tetapi bukan berarti orang tuli tidak dapat berkomunikasi. Pada dasarnya orang tuli merupakan sekelompok orang yang sama seperti orang dengar lainnya, hanya saja mereka memiliki kebudayaan tuli. Perbedaan lain yang menonjol antara orang dengar dan orang tuli adalah cara kita mendengar. Berbeda dengan orang dengar yang mendengar melalui telinga, orang tuli mendengar melalui visual.

Berdasarkan data Survei Penduduk antar Sensus (SUPAS) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2015, presentase penduduk dengan kesulitan mendengar adalah sebesar 3,35%. Jika presentase tersebut dihubungkan dengan data penduduk Indonesia yang dilakukan oleh BPS tahun 2015 yaitu 255.461.700 jiwa, maka sekitar 8.557.966 jiwa di Indonesia yang mengalami

kesulitan mendengar. Namun dengan angka yang tinggi tersebut, ternyata komunikasi antara orang dengar dengan orang tuli masih belum efektif di Indonesia. Ketidakefektifan komunikasi yang dimaksud adalah pesan tidak mampu disampaikan oleh orang dengar terhadap orang Tuli dengan baik, Pesan tidak mampu tersampaikan dengan baik oleh orang dengar ketika pesan baru tersampaikan setelah berulang kali, sikap negatif yang membuat makna pesan menjadi berbeda, serta ketidaktahuan orang dengar dalam berkomunikasi dengan orang tuli yang mengahambat proses komunikasi mereka. Komunikasi dengan orang tuli seringkali diakitkan dengan keterbataan bahasa, padahal bagi orang tuli komunikasi memiliki arti yang lebih luas dari sekedar komunikasi oral.

Bahasa isyarat memang merupakan komunikasi utama orang tuli, namun bahasa isyarat bukan satu-satunya cara untuk berkomunikasi dengan orang tuli. Banyak cara sederhana di luar bahasa isyarat yang orang biasa dapat lakukan untuk berkomunikasi dengan orang tuli. Meskipun demikian, masih banyak orang dengar yang bingung bagaimana berkomunikasi dengan orang tuli. Hal ini dibuktikan oleh eksperimen sosial dan *focus group discussion* (FGD) yang telah dilakukan penulis.

Hal serupa juga sempat diutarakan oleh seorang aktivis tuli bernama Surya Sahetapy pada salah satu acara seminar di Surakarta pada tahun 2017 lalu. Pada seminar yang diliput oleh solider.id (2017), Surya mengatakan bahwa jika di Inggris orang biasa bertemu dengan orang tuli seperti dirinya, orang biasa tersebut akan mengambil secarik kertas untuk berkomunikasi, tetapi jika di Indonesia orang biasa yang bertemu dengannya akan tetap bicara bahkan dengan nada yang lebih keras.

Beberapa kampanye sosial mengenai orang tuli pernah dilakukan di Indonesia, sebagian besar kampanye merupakan ajakan kepada orang dengar untuk berbahasa isyarat, sedangkan sisanya merupakan kampanye memperjuangkan hak orang tuli. Namun kampanye-kampanye yang sudah ada sebelumnya dirasa belum mampu menjalin komunikasi yang efektif antara orang dengar dan orang tuli, karena selama ini kampanye-kampanye tersebut difokuskan kepada pengajakan orang dengar untuk berbahasa isyarat. Berdasarkan wawancara penulis dengan Isro Ayu Permata Sari, seorang pengajar bahasa isyarat Indonesia (BISINDO), ia mengakui bahwa memang bahasa isyarat sulit untuk dipelajari, itulah mengapa ia paham jika banyak orang dengar yang tidak berbahasa isyarat.

Dasar dari berkomunikasi dengan orang tuli sebenarnya bukan masalah bahasa, namun tentang memahami bagaimana cara yang baik untuk berkomunikasi dengan mereka. Namun, masih banyak masyarakat yang belum terlalu sadar dan tahu akan hal ini. Maka dari itu dibutuhkan kampanye yang bukan langsung mengajak orang dengar belajar bahasa isyarat, melainkan mengajak orang dengar untuk memahami terlebih dahulu cara yang tepat untuk berkomunikasi dengan orang tuli.

Setelah melihat fenomena komunikasi antara orang dengar dengan orang tuli yang masih kurang efektif di Indonesia, penulis mengajukan perancangan kampanye sosial meningkatkan efektivitas komunikasi antara orang dengar dengan orang tuli, kampanye sosial ini ditujukan untuk orang dengar.

## 1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan kampanye sosial meningkatkan efektivitas komunikasi antara orang dengar dan orang tuli?

## 1.3. Batasan Masalah

Agar perancangan kampanye sosial ini lebih fokus dan mendalam, penulis akan membatasi beberapa hal, diantaranya:

1. Objek

   Objek dari kampanye sosial ini membahas bagaimana orang dengar yang tidak berbahasa isyarat tetap dapat membangun komunikasi efektif dengan orang tuli. Mulai dari mengenalkan budaya tuli kepada target, memberikan solusi cara berkomunikasi dengan orang tuli, serta memeberikan masyarakat tipsberkomunikasi dengan orang tuli.

2. Target Audiens

a. Geografis

   Cakupan wilayah kampanye sosial ini adalah wilayah Jakarta dan Tangerang.

b. Demografis

- Gender : Laki-laki & Perempuan
- Usia : 17-25 tahun
- Kelas Ekonomi : SES B
- Pendidikan : SMA, Perguruan Tinggi
- Etnis : Semua Etnis
- Pekerjaan : Semua pekerjaan

c. Psikografis

- Gaya Hidup : Orang dengar yang memiliki pola hidup mandiri, target audiens cenderung melakukan aktivitas di luar rumah, baik bagi yang bekerja atau kuliah.
- Aktivitas : Memiliki aktivitas tinggi.

## 1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang sebuah kampanye sosial yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi antara orang dengar dan orang tuli.

## 1.5. Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan kampanye sossial meningkatkan efektivitas komunikasi antara orang dengar dan orang tuli adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
    a. Mempelajari lebih dalam mengenai perancangan kampanye sosial yang efektif untuk target audiens.
    b. Sebagai bentuk pengaplikasian ilmu dalam Desain Komunikasi Visual, yang didapat oleh penulis selama menjalani masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.
    c. Menambah pengetahuan serta wawasan seputar kebudayaan orang tuli, mulai dari pengertian umum hingga bagaimana cara yang tepat untuk berkomunikasi dengan orang tuli.

2. Bagi Orang Lain/Masyarakat
    a. Memahami kebudaayaan tuli.
    b. Memahami cara yang tepat untuk dapat tetap berkomunikasi dengan orang tuli meskipun tidak bisa berbahasa isyarat.
    c. Mampu menjalin komunikasi yang efektif dengan orang tuli.
3. Bagi Universitas
    a. Menjadi sumber referensi akademis dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya mengenai bahasan topik orang tuli.
    b. Mampu menggambarkan bagaimana perancangan kampanye sosial (mulai dari pengidentifikasian masalah hingga hasil akhir) mampu menjadi *problem solving* untuk masalah komunikasi yang tidak efektif antara orang dengar dan orang tuli.
    c. Menjadi acuan yang baik dan benar bagi mahasiswa DKV lainnya dalam mengambil tugas akhir dengan media kampanye sosial.