

Strategi Komunikasi Yayasan Masyarakat Peduli Autisme Indonesia (MPATI) dalam Membangun Kesadaran dan Penerimaan Diri Orang Tua Anak dengan Autism Spectrum Disorder

Intan Nurbati¹, Reski Wahyudi²

^{1,2}Universitas Paramadina

*grobbeeintan@gmail.com*¹, *wahyudiresky36@gmail.com*²

ABSTRACT

The presence of a child with Autism Spectrum Disorder (ASD) often triggers parental psychological crises, denial, and self-stigma due to social pressures. This study aims to analyze the digital communication strategy of the Indonesian Autism Care Society Foundation (MPATI) in educating and supporting parents' self-acceptance. Using a qualitative approach with a descriptive case study method, data were gathered through in-depth interviews with the Chairperson of MPATI, the media administrator, and three parents of autistic children (participants >5 years), then analyzed using the Miles and Huberman model with data triangulation. The analysis was examined through the Elaboration Likelihood Model (ELM), New Media Theory, Public Relations Process Model, and Social Support Concept. The results indicate that MPATI systematically integrates ELM-based messaging; the peripheral route is optimized through short visual content on TikTok and Instagram for initial awareness, while the central route is facilitated via in-depth education on YouTube, Zoom webinars, and a WhatsApp AI chatbot (AIRA) to provide private information free from social judgment. Hybrid channel convergence is also established through face-to-face activities like "FunnFitAutisme" to distribute informative, emotional, and appraisal support. This adaptive health communication strategy is proven effective in shifting parents' paradigms from denial to self-acceptance and fostering group resilience. practical insights for non-profit organizations in designing effective digital communication strategies for mental health and disability education.

Keywords : *Health Communication; Elaboration Likelihood Model; New Media; Autism; Parental Self-Acceptance.*

ABSTRAK

Kehadiran anak dengan *Autism Spectrum Disorder* (ASD) sering memicu krisis psikologis, *denial*, dan *self-stigma* pada orang tua akibat tekanan sosial. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi digital Yayasan Masyarakat Peduli Autis Indonesia (MPATI) dalam mengedukasi dan mendukung penerimaan diri (*self-acceptance*) orang tua. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif, data dihimpun melalui wawancara mendalam bersama Ketua MPATI, admin media, dan tiga orang tua anak autis (partisipan >5 tahun), lalu dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman dengan triangulasi data. Analisis dibedah menggunakan *Elaboration Likelihood Model* (ELM), Teori Media Baru, Model Proses *Public Relations*, dan Konsep Dukungan Sosial. Hasil penelitian menunjukkan MPATI mengintegrasikan pesan berbasis ELM secara sistematis; rute perifer dioptimalkan melalui konten visual pendek di TikTok dan Instagram untuk kesadaran awal, sementara rute sentral difasilitasi lewat edukasi mendalam di YouTube, webinar Zoom, serta *chatbot* AI WhatsApp (AIRA) guna menyediakan informasi privat tanpa *social judgement*. Konvergensi saluran bauran (*hybrid*) juga diwujudkan melalui aktivitas tatap muka seperti "FunnFitAutisme" untuk menyalurkan dukungan informatif, emosional, dan penilaian. Strategi komunikasi kesehatan yang adaptif ini menunjukkan indikasi efektivitas dalam menggeser paradigma orang tua dari fase penolakan menuju

penerimaan diri serta membangun resiliensi kelompok yang dipersepsikan positif oleh para informan.

Kata kunci : Komunikasi Kesehatan; *Elaboration Likelihood Model*; Media Baru; Autisme; Penerimaan Diri Orang Tua.

PENDAHULUAN

Autism Spectrum Disorder atau autisme merupakan kelompok gangguan perkembangan otak yang berkaitan dengan gangguan interaksi sosial, komunikasi verbal dan nonverbal, serta perilaku yang terbatas dan berulang (Kemenkes). Penyandang autisme umumnya memiliki karakteristik seperti kesulitan memahami situasi sosial, gangguan dalam komunikasi verbal maupun nonverbal, perilaku repetitif, hingga sensitivitas sensorik yang tinggi terhadap suara, cahaya, maupun sentuhan. Meningkatnya perhatian terhadap autisme tidak hanya berkaitan dengan proses diagnosis dan intervensi bagi anak, tetapi juga dengan kondisi psikologis keluarga, khususnya orang tua. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa orang tua yang pertama kali menerima diagnosis autisme pada anak sering mengalami krisis psikologis yang ditandai dengan perasaan terkejut, penolakan (*denial*), rasa bersalah, kecemasan terhadap masa depan anak, hingga kecenderungan menarik diri dari lingkungan sosial. Menurut Mirza (2011), setiap orang tua yang pertama kali mendengar anaknya mengalami gangguan autis akan mengalami perasaan tidak percaya, marah, tak dapat menerima dengan harapan bahwa diagnosis itu salah, rasa *shock*, panik, sedih, bingung, dan lain sebagainya. Selain itu orang tua yang membesarkan anak dengan autisme menghadapi realitas psikologis dan tekanan mental yang berbeda dibandingkan dengan orang tua anak tipikal. Berbagai studi menunjukkan bahwa ketika seorang anak didiagnosisi autisme, orang tua kerap kali mengalami krisis psikologis yang mendalam, mulai dari fase penolakan (*denial*), rasa bersalah, kecemasan akan masa depan anak, hingga perasaan terisolasi akibat stigma lingkungan sosial. *"Forty percent of the parents said they isolated themselves from friends and family because of their child's autistic behavior, and 32 percent said other people excluded them from social events and activities"* (Kennedykrieger.org)

Tekanan mental tersebut diperparah ketika orang tua tidak tahu harus melakukan apa terhadap anaknya. Yuwono (2012) mengatakan bahwa ada beberapa problem yang akan dihadapi oleh orang tua yang mempunyai anak autis, yaitu ketidak ahlian orang tua, harga diri orang tua, ketidak yakinan terhadap masa depan anak, akibat yang lebih kompleks, akibat emosi sosial, dukungan informasi, dan dukungan sosial. Orang tua yang masih dalam proses mencerna dan berusaha menerima kondisi akan merasa kebingungan ketika dihadapkan dengan terlalu banyaknya informasi mengenai autisme, sedangkan menjadwalkan sesi konsultasi dengan psikiater harus memiliki dukungan finansial yang cukup. Akibatnya, muncul *self-stigma* dimana orang tua merasa anaknya tidak memiliki masa depan, tidak diterima oleh masyarakat, dan memilih untuk menutup diri dari interaksi sosial.

Kondisi rentan ini menunjukkan urgensi adanya intervensi komunikasi kesehatan yang tidak hanya bersifat informatif, namun juga bersifat terapeutik dan persuasif guna membangun kesadaran dan penerimaan diri orang tua dengan anak autis.

Dalam melakukan komunikasi kesehatan tersebut, strategi komunikasi organisasi sosial memegang peranan yang sangat krusial. Menurut model proses *Public Relation* yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom (2012), sebuah kampanye komunikasi yang efektif harus dikelola melalui pendekatan manajerial yang sistematis, meliputi pendefinisian masalah, perencanaan pesan, aksi komunikasi, hingga evaluasi saluran secara berkala. Melalui pengelolaan komunikasi yang terencana, organisasi non-profit dapat menyalurkan dukungan sosial (*social support*) baik secara informatif, emosional, maupun penilaian guna menggeser kognisi khalayak sasaran dari persepsi negatif menuju adopsi perilaku yang positif (Cutrona & Suhr, 1992)

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi komunikasi memberikan peluang besar bagi organisasi non-profit untuk menjalankan komunikasi kesehatan tersebut secara lebih luas dan efektif. Media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi alat strategis dalam membangun kesadaran publik, membentuk opini masyarakat, serta menciptakan engagement dengan audiens. Menurut Nasrullah (2014), media digital memungkinkan informasi menyebar secara cepat, luas, serta menghadirkan interaksi dua arah yang lebih aktif antara organisasi dan masyarakat.

Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh Yayasan Masyarakat Peduli Autis Indonesia (MPATI) sebagai lembaga non-profit yang bergerak di bidang edukasi autisme. MPATI adalah sebuah yayasan yang memelopori gerakan kesadaran, edukasi, dan advokasi autisme di Indonesia. Sebagai organisasi non-profit, Yayasan MPATI tidak berorientasi pada keuntungan, melainkan memiliki misi sosial untuk meningkatkan kesadaran, edukasi, informasi, dan dukungan terhadap orang tua yang memiliki anak dengan kondisi autis. Dalam menjalankan misinya, Yayasan MPATI memanfaatkan berbagai media digital sebagai sarana komunikasi dan edukasi kepada masyarakat. Platform seperti *Tiktok*, *Instagram*, *Facebook*, *Thread*, *X*, *Zoom Meeting*, dan *Youtube* digunakan untuk menyebarkan informasi, edukasi, dan dukungan terhadap orang tua dengan anak autis.

Dalam implementasi komunikasinya, Yayasan MPATI mengkonvergensi saluran digital dan komunikasi antar pribadi. Di ruang digital, MPATI memproduksi konten edukasi, informasi, hingga dukungan sosial di berbagai platform, dan mengadakan webinar interaktif melalui platform *Zoom Meeting*. Selain itu, sebagai bentuk adaptasi dan mengikuti perkembangan teknologi, MPATI juga telah meluncurkan *Chatbot* berbasis *Artificial Intelligence* melalui platform *WhatsApp*. Kehadiran *Artificial Intelligence* Ramah Autis atau disebut sebagai AIRA. AIRA bertujuan untuk memfasilitasi interaktivitas dua arah yang bersifat privat, aman, dan instan bagi orang tua yang membutuhkan pemenuhan informasi tanpa rasa takut akan penghakiman sosial (*social judgement*).

Namun demikian, efektivitas strategi komunikasi yang dilakukan Yayasan MPATI masih perlu dikaji lebih mendalam. Penting untuk mengetahui sejauh mana pemanfaatan media digital mampu meningkatkan kesadaran orang tua serta mendorong penerimaan diri mereka terhadap kondisi anak dengan autisme. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini akan membedah bentuk pesan dan pengelolaan media yang dijalankan oleh Yayasan MPATI melalui pendekatan studi kasus kualitatif.

TINJAUAN LITERATUR

Konsep komunikasi kesehatan dan dukungan sosial

Dalam koridor ilmu komunikasi, Komunikasi kesehatan tidak hanya berfokus kepada penyebaran informasi semata, melainkan bagaimana pesan dikonstruksi untuk mempengaruhi perubahan perilaku dan afektif khalayak. Komunikasi kesehatan adalah bidang studi yang mengkaji strategi penggunaan pesan komunikasi untuk mempengaruhi keputusan individu, maupun komunitas dalam meningkatkan derajat kesehatan dan kesejahteraan. Menurut Notoatmodjo (2012), komunikasi kesehatan berperan krusial dalam mengubah pengetahuan, sikap, dan praktik masyarakat terhadap isu-isu kesehatan tertentu. Dalam penelitian ini, komunikasi kesehatan yang dilakukan oleh MPATI ditempatkan sebagai saluran penyedia dukungan sosial.

Bagi orang tua dengan anak autis yang rentan mengalami tekanan akibat alienasi dan stigma sosial, kutipan teoritis dari Cutrona dan Suhr (1992) tentang tipe tipe *social support* dirasa sangat relevan dalam membedah strategi yang dilakukan oleh MPATI. Cutrona dan Suhr membagi dukungan sosial ini menjadi tiga bentuk utama:

1. Dukungan informatif: penyedia panduan, modul, dan materi edukasi mengenai kondisi anak
2. Dukungan emosional: Pesan-pesan persuasif yang memvalidasi perasaan orang tua untuk menumbuhkan rasa aman, dan penerimaan atas kondisi yang ada
3. Dukungan penilaian: Kondisi yang membantu orang tua dalam memahami realitas anak mereka tanpa stigma internal

Elaboration Likelihood Model

Untuk membedah efektivitas konstruksi dan bentuk pesan yang disampaikan di ruang digital, penelitian ini juga menggunakan Elaboration Likelihood Model (ELM), yang dicetuskan oleh Richard E. Petty dan John T. Cacioppo (1986). ELM adalah teori persuasi yang menjelaskan bagaimana individu memproses stimulus informasi yang mereka terima. Teori ini membagi proses kognitif manusia kedalam dua rute pemrosesan informasi, yaitu rute sentral (Central route), dan rute perifer (Peripheral route).

Pemrosesan melalui pemrosesan melalui rute perifer terjadi ketika individu memproses pesan secara kognitif dangkal, dan lebih mudah terpengaruh

oleh isyarat-isyarat eksternal seperti daya tarik visual grafis, kredibilitas sumber, maupun emosi, alih-alih pada substansi argumen itu sendiri. Sebaliknya, rute sentral terjadi ketika individu memiliki motivasi dan kemampuan yang tinggi untuk mengevaluasi pesan secara kritis dan mendalam.

Pada penelitian ini, teori ELM menjadi sangat relevan untuk menganalisis taktik pesan komunikasi MPATI. Dimana ketika orang tua yang tidak mengetahui banyak tentang kondisi anaknya, akan tertarik terlebih dahulu dengan melihat visual grafis, kredibilitas sumber, hingga emosi yang ditampilkan melalui pesan (rute perifer). Ketika orang tua sudah tertarik dan memiliki motivasi yang cukup untuk mencari tahu lebih dalam, maka mereka kemudian akan diarahkan kepada informasi yang lebih kompleks, dan lebih mendalam tentang pengenalan dan penerimaan anak dengan autisme (rute sentral).

Teori media baru (*New Media Theory*)

Transisi strategi komunikasi dari konvensional menuju digital tidak dapat dilepaskan dari konsep teori media baru. Menurut McQuail (2011), media baru memiliki sejumlah karakteristik utama yang membedakannya dari media massa tradisional, yaitu interaktivitas, digitalisasi, dan demasifikasi. Interaktivitas merujuk pada rasio responsibilitas pengguna terhadap pesan yang disampaikan, di mana khalayak tidak lagi bertindak sebagai konsumen pasif, tapi menjadi partisipan aktif yang memberikan umpan balik secara langsung. Sementara itu, demasifikasi mengacu pada kemampuan media baru untuk menyebarkan pesan yang sangat spesifik kepada kelompok audiens tertentu, menggeser pola komunikasi yang semula bersifat massal menjadi tersegmentasi.

Dalam penelitian ini, teori media baru digunakan untuk menjadi landasan dalam menganalisis pemanfaatan platform digital seperti *Tiktok*, *Instagram*, *Facebook*, *Thread*, *X*, *Zoom Meeting*, dan *Youtube* oleh yayasan MPATI. Karakteristik media baru memungkinkan organisasi non-profit menciptakan ruang dialog dua arah antara yayasan dengan masyarakat, memperluas jangkauan edukasi, serta menyajikan berbagai macam informasi mengenai edukasi autisme melalui berbagai macam bentuk komunikasi.

Model Proses *Public Relation*

Dalam menganalisis secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh yayasan MPATI, penelitian ini mengadopsi model Proses *Public Relation* yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom (2012). Model ini menegaskan bahwa kampanye komunikasi efektif dan berdampak harus melalui pendekatan manajerial yang sistematis dan terencana, yang terdiri dari empat tahapan krusial:

a. Mendefinisikan masalah

Tahap analitis untuk memetakan situasi yang sedang terjadi. Dalam konteks Yayasan MPATI, masih banyaknya orang tua yang belum menerima kondisi anaknya, serta terjadinya *self-stigma* menjadi salah satu concern dalam visi

lembaga

b. Perencanaan dan pemrograman

Tahap perumusan strategi, penentuan target audiens, penetapan tujuan komunikasi, bentuk komunikasi, dan pemilihan platform yang paling relevan dengan pesan yayasan

c. Pelaksanaan komunikasi

Tahap implementasi dari perencanaan yang telah dibuat, yang mencakup eksekusi desain pesan dan penyebaran konten kampanye edukasi melalui berbagai platform digital

d. Evaluasi Program

Tahap pengukuran efektivitas kampanye, dimana yayasan MPATI menilai sejauh mana konten dan edukasi yang mereka lakukan memiliki dampak terhadap masyarakat, dan berhasil mengubah persepsi atau meningkatkan kesadaran masyarakat awam dan orang yang bersinggungan dengan orang autism.

Penelitian Terdahulu

Penelitian dari Herna (2022), dengan judul Pemanfaatan Komunitas Virtual dalam Komunikasi Pembangunan mengungkapkan bahwa komunitas virtual memberi manfaat dalam komunikasi pembangunan dalam hal dukungan informasi dan intervensi dini untuk anak-anak dengan autisme (Herna, 2022). Penelitian ini peneliti pemanfaatan komunitas virtual untuk mengamati interaksi orang tua yang memiliki anak autisme di media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa komunitas virtual digunakan sebagai informasi pribadi, konten informasi, tempat diskusi, hingga mendapatkan dukungan emosional.

Selanjutnya adalah penelitian berjudul *Social Isolation Among Parents of Children With Special Needs: Causes and Intervention* oleh Tolamisse Olasehinde pada tahun 2024. Jurnal ini mengungkapkan bahwa menjadi orang tua berkebutuhan khusus bukan hanya menghadapi tantangan dalam pengasuhan, tapi juga tekanan emosional, psikologis, sosial, bahkan kesehatan fisik (Olasehinde, 2024). Penelitian ini mengungkapkan beban pengasuhan anak dengan autisme, merupakan penyebab utama isolasi sosial, karena tidak memiliki kesempatan untuk melakukan sosialisasi. Selain itu, kebutuhan anak yang sering kali tidak dapat diprediksi, membuat orang tua sulit merencanakan aktivitas sosial.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian dari Marina Sarris pada tahun 2026, dengan judul *Familirs Face Autism Stigma, Isolation*. Dalam jurnalnya, mengungkapkan penelitian yang dilakukan oleh Dr. Ruth L. Fischach mewawancarai 502 orang tua dengan anak autisme ini menunjukkan lebih dari 65% anak terkadang bahkan sering dihindari maupun tidak diikutsertakan dalam berbagai aktivitas sosial oleh teman sebayanya. Selain itu, sekitar 13% anak mengalami perundungan fisik setidaknya pada beberapa kesempatan. Isolasi sosial tersebut tidak hanya dialami oleh anak, tapi juga anggota keluarga. Sebanyak 40% orang tua mengaku

secara sengaja menjauh dari teman maupun keluarga karena perilaku autistik anak mereka, sedangkan 32% lainnya mengatakan bahwa mereka justru dikucilkan oleh orang lain dari berbagai kegiatan sosial, ataupun acara keluarga

Penelitian berjudul *Penerimaan Diri dan Dukungan Orangtua terhadap Anak Autis* oleh Ririn Pancawati, mengungkapkan bahwa Orang tua dengan anak autis yang tidak mampu menerima kondisi anaknya memiliki dampak dukungan dan perkembangan anak yang tidak optimal. Pancawati dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa orang tua yang tidak memiliki penerimaan diri yang baik, menyebabkan tidak dapat mengendalikan emosi atau beban psikologis dalam dirinya, sehingga membuat dukungan pada perkembangan anak akan kurang maksimal. Sedangkan orang tua yang memiliki penerimaan diri yang baik, mampu memberikan dukungan yang optimal pada perkembangan anak, sehingga mampu merencanakan masa depan yang baik untuk anaknya.

Selanjutnya penelitian dari Ridho Wicaksono tahun 2016. Penelitian yang berjudul *Studi Kasus tentang Pengaruh Dukungan Sosial dalam Membangun Penerimaan Orang Tua Terhadap Anaknya yang Autis*, menunjukkan bahwa orang tua yang mendapatkan dukungan sosial yang baik, membuat mereka dapat menerima kondisi anaknya dengan baik, ditandai dengan komunikasi dengan anak, perhatian dan kasih sayang, keterlibatan orang tua, hingga kepercayaan kepada anak. Hal ini disebabkan oleh adanya dukungan sosial yang membuat mereka merasa masih ada yang peduli, paham, menghargai dan membuat orang tua termotivasi dan percaya diri dalam mengasuh dan mengembangkan anaknya yang autis sesuai potensi yang dimiliki

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti kemudian menyimpulkan bahwa dukungan sosial, baik secara personal maupun komunitas dapat membantu penerimaan diri orang tua dengan anak autis. Hal ini dikarenakan dukungan dari berbagai elemen mampu membuat orang tua merasa dimengerti, dipedulikan, dan didorong untuk tumbuh bersama. Penelitian-penelitian terdahulu mengungkapkan dukungan yang baik kepada orang tua akan mempengaruhi perkembangan anak autis kepada masa depan yang lebih baik

Posisi dan kebaruan Penelitian

Penelitian dengan judul *Strategi Komunikasi Yayasan Masyarakat Peduli Autisme Indonesia (MPATI) dalam Membangun Kesadaran dan Penerimaan Diri Orang Tua Anak dengan Autism Spectrum Disorder* ini hadir sebagai pengembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang penerimaan orang tua dalam menghadapi kondisi anak dengan autis. Penelitian ini tidak terbatas hanya pada sudut pandang orang tua yang menerima informasi dan dukungan, namun lebih dalam terhadap organisasi non-profit MPATI dalam memberikan dukungan kepada orang tua. Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam strategi terbaik yang dilakukan oleh yayasan MPATI sehingga setiap edukasi,

informasi, dan dukungan yang mereka rencanakan dapat diterima dan diimplementasikan dengan baik oleh orang tua dengan anak autis

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi instruksional dan persuasif Yayasan Masyarakat Peduli Autis Indonesia dalam membangun kesadaran dan penerimaan diri terhadap kondisi anak dengan autisme. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian berfokus pada aktivitas komunikasi Yayasan MPATI melalui platform *Tiktok*, *Instagram*, *Facebook*, *Thread*, *X*, *Zoom Meeting*, *Youtube*, dan kegiatan offline

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai kebutuhan penelitian. Informan terdiri dari Ketua Yayasan MPATI (Gayatri Pamoedji), admin media digital Yayasan MPATI (Rizki), serta tiga orang tua dengan anak autis yang mengikuti kegiatan edukasi Yayasan MPATI minimal 5 tahun.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai strategi komunikasi digital yang diterapkan Yayasan MPATI. Observasi dilakukan terhadap aktivitas media digital dan bentuk konten edukasi yang dipublikasikan. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan arsip konten media sosial, webinar, poster kegiatan, dan dokumen pendukung lainnya.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari berbagai informan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konten edukasi, informasi, dan dukungan dalam membangun penerimaan diri orang tua

Yayasan MPATI adalah sebuah lembaga yang berasal dari sekolah ADHD, yang kemudian berlanjut menjadi Komunitas Peduli ADHD dan Autisme (KOMPAA), lalu bertransformasi menjadi Masyarakat Peduli ADHD dan Autisme Indonesia (MPATI). Perjalanan panjang ini, bermula dari keresahan Gayatri Pamoedji, selaku ketua yayasan yang merasa bahwa sekolah bukan lagi cara yang paling efektif dalam mengedukasi masyarakat dan orang tua terhadap anak autis. Berdasarkan pengalaman mereka dengan mendirikan sekolah ADHD dan Autisme pertama di Indonesia, hal ini hanya akan membantu 40-50 orang saja di sekolah itu. Gayatri bersama rekan-rekannya kemudian mendirikan Yayasan MPATI, dengan tujuan berupaya memberikan dampak edukasi yang jauh lebih luas lagi di Indonesia. Gayatri mengungkapkan dalam wawancaranya, bahwa pada tahun 2004, internet itu

belum se masif saat ini. Saat itu, ia mengaku bahwa Yayasan ingin menjangkau orang tua-orang tua yang tinggal di daerah-daerah, yang tidak memiliki akses ke psikiater dan tenaga ahli lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan anaknya. Selain itu, hingga saat ini masih ditemukan orang tua yang masih belum menerima kondisi anaknya, hingga mengalami kondisi stress dan tekanan psikologis yang kuat. Untuk itu, MPATI terus melakukan upaya untuk memberikan sosialisasi dan edukasi terhadap para orangtua, sehingga mampu melihat sisi lain dari anaknya. Tujuan tersebut akhirnya mereka realisasikan pada tahun 2004, dengan membuat 5 video komunikasi kesehatan pertama untuk orang tua dengan anak autisme dalam bentuk kaset DVD. Video yang mereka buat adalah video motivasi dengan menampilkan anak-anak autisme yang telah mandiri dan mampu melakukan hal-hal luar biasa, video terapi perilaku, terapi okupasi, terapi wicara, hingga edukasi pubertas.

Berdasarkan pengamatan kami, 5 video yang diproduksi oleh MPATI adalah sebuah bentuk strategi implementasi dari *Elaboration Likelihood Model* yang digunakan oleh MPATI, terutama kepada orang tua yang masih belum mengerti kondisi anaknya serta orang tua yang belum menerima kondisi bahwa anak mereka mengalami kondisi autis. Dimana MPATI menampilkan apa yang akan segera dicerna oleh banyak orang tanpa memiliki motivasi yang dalam, melalui bakat dan kemandirian anak autis (rute perifer). Lalu ketika orang tua merasa bahwa kondisi anak mereka sama, namun dengan penanganan dan perkembangan yang berbeda, mereka akan mulai tertarik dan mencari tahu lebih dalam. Disanalah peran dari 4 video lain, yaitu terapi perilaku, okupasi, wicara, hingga yang lebih dalam lagi, edukasi pubertas (rute sentral).

Implementasi ELM juga terlihat pada konten-konten di sosial media MPATI. Rizki, admin media digital MPATI dalam wawancaranya mengungkapkan bahwa sosial media mereka menggunakan 3 konten pilar utama, yaitu informasi, edukasi, dan dukungan. Berdasarkan observasi kami pada media sosial MPATI, terdapat pesan pesan bermuatan informasi seputar anak autis seperti informasi sekolah, penanganan anak autis, hingga memperlihatkan bakat-bakat istimewa anak dengan autis. Hal ini merupakan komunikasi yang digunakan pada rute perifer, dimana orang tua dengan kondisi anak yang sama akan tertarik terhadap informasi langka tersebut. Ketika mereka merasa bahwa konten tersebut relate dan sangat dibutuhkan dalam perkembangan anaknya, mereka akan mengikuti dan mencari tahu lebih dalam tentang MPATI dan edukasi autisme melalui konten edukasi dan dukungan, serta mulai menghubungi yayasan untuk mencari tahu lebih dalam tentang informasi yang mereka butuhkan. MPATI kemudian akan mendukung pencarian informasi orang tua dengan video panjang melalui *Youtube*, mengikuti kegiatan *online* MPATI, hingga kegiatan *offline* mereka. Hal ini menjadi sangat penting pada jalur sentral, karena orang tua yang sudah memiliki motivasi tinggi untuk mencari informasi akan terus menggali informasi dan mencari dukungan sebanyak-banyaknya.

Selain itu, dengan menampilkan konten anak-anak autis yang mandiri dan memiliki bakat yang luar biasa, serta memberikan dukungan emosional kelompok, MPATI mampu mereduksi kecemasan orang tua akan masa depan anak mereka, dan menggeser paradigma orang tua dari fase penolakan (*denial*) menuju fase penerimaan (*acceptance*). Bagi orang tua yang mengalami tekanan mental dan merasa anaknya tidak diterima, melihat figur-figur anak autis yang sukses dalam video akan memberikan motivasi yang tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan anak mereka. Oi, orang tua dengan anak autis, dalam wawancara mengatakan bahwa orang tua dengan anak autis cenderung aktif mencari tahu informasi dan edukasi tentang kondisi anaknya, walaupun tak sedikit yang menutup diri karena mengalami *self-stigma*. Oi mengatakan bahwa pada awalnya ia mengenal MPATI adalah karena melihat adanya harapan untuk perkembangan kondisi anaknya menjadi lebih baik. Ia menyadari bahwa anaknya tidak akan pernah bisa menjadi normal seperti orang lain, namun ia berharap MPATI dapat memberikan saran dan edukasi kepadanya dan orang tua lain agar mereka bisa menciptakan harapan akan masa depan anaknya. Semetara itu, Agnes mengungkapkan bahwa ketika ia mengetahui anaknya didiagnosis mengalami autis, ia mengalami kondisi *denial* pada awalnya. Namun dengan dukungan orang sekitar, ia kemudian berusaha mencari tahu informasi apapun yang berkenaan dengan autisme. Hingga akhirnya ia menemukan flyer, dan DVD dari MPATI. Disana ia merasa diterima, tidak ada *social judgement*, dukungan kelompok sehingga menciptakan harapan baru terhadap anaknya. Berkat dukungan dari MPATI, anak mereka saat ini sudah mandiri, menikah, bahkan memiliki perusahaan sendiri.

Pemanfaatan dan Evaluasi saluran digital

Berdasarkan hasil wawancara dengan Gayatri, selaku ketua Yayasan MPATI, beliau mengatakan bahwa MPATI sebuah yayasan yang tidak takut dengan perkembangan zaman. Mereka mengambil kesempatan atas kedatangan teknologi, dan memanfaatkannya untuk memberikan dampak yang jauh lebih besar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Rizki, saat ini yayasan MPATI telah aktif mengupload konten di hampir semua media digital yang ada, diantaranya ada *Website, Twitter* (sekarang X), *Tiktok, Facebook, Instagram, Thread, WhatsApp* hingga *Youtube*. Penyebaran informasi melalui platform media digital menurut Rizki, sangat membantu yayasan MPATI dalam menjalankan Visi dan Misi mereka dengan lebih efisien. Menurutnya, dengan munculnya berbagai platform media sosial, yayasan dapat merangkul berbagai kalangan dengan berbagai latar belakang dan demografi. Pada platform *Facebook* dan *Youtube* misalnya, ia mengatakan bahwa saat ini banyak sekali orang tua dengan anak autisme tidak mengikuti perkembangan di *Instagram, Tiktok*, hingga *Thread*. Ia mengatakan bahwa akun *Facebook* dan *Youtube* mereka cenderung dikunjungi oleh orang tua dengan usia 35 keatas. Sedangkan pada platform *Instagram*, akun mereka cenderung dikunjungi oleh orang-orang dengan rentang usia yang bervariasi, mulai dari usia 20 hingga usia 45 tahun.

Sedangkan pada platform *Tiktok*, akun mereka cenderung dikunjungi oleh orang dengan usia 25 hingga 35 tahun. Dengan adanya variasi dari rentang usia ini, Rizki mengatakan bahwa hal ini menjadi salah satu concern yayasan MPATI untuk menyebarkan konten berdasarkan preferensi usia yang mengunjungi platform mereka.

Namun dengan berbagai saluran digital yang ada, MPATI melalui Rizki berusaha menerapkan manajemen kampanye berdasarkan Model *Process Public Relation* oleh Cutlip, Center, dan Broom (2012). Dalam menyampaikan informasi, mencoba mendefinisikan masalah yang ada, yaitu adanya *self-stigma* dari sebagian orang tua serta kurangnya informasi yang dibutuhkan oleh orang tua untuk tumbuh kembang anaknya. Setelah mengidentifikasi masalahnya, Rizki kemudian membuat perencanaan dan pemrograman melalui konten pilar akun sosial media (informasi, edukasi, dan dukungan). Ia juga membuat konten *planning*, untuk menjadwalkan pengunggahan desain feed dan konten video. Selanjutnya adalah aksi dan komunikasi, dimana Rizki kemudian mulai mengeksekusi pesan melalui penyebaran konten feed, video, dan caption yang relevan. Terakhir adalah melakukan evaluasi program, dimana Rizki menyadari bahwa dari semua saluran digital yang digunakan, ternyata platform X tidak mendapatkan tingkat *engagement* yang cukup baik dalam penyebaran kontennya. Sehingga akhirnya MPATI memutuskan untuk tidak aktif lagi di platform tersebut.

Konvergensi Komunikasi Antar Pribadi melalui kegiatan *Hybrid*

Meskipun telah menyebarkan ribuan konten informasi dan edukasi pendek dalam media digitalnya, yayasan MPATI berpandangan bahwa sentuhan emosional tetap harus dilakukan terhadap orang tua dan anak dengan autisme. Gayatri mengatakan bahwa konten yang diupload di media sosial yayasan adalah sebuah strategi untuk menarik orang-orang agar tertarik dan berusaha mengenali Autism dan yayasan MPATI lebih dalam. Namun dengan pendekatan kegiatan *Online* dan *Offline*, yayasan mampu mewujudkan visi dan misi mereka dalam meningkatkan pengetahuan orang tua dan anak dengan autisme tentang kondisi anak mereka saat ini. Gayatri menjelaskan bahwa tujuan dari yayasan ini adalah agar orang tua merasa punya harapan, tidak merasa sendiri, tahu apa yang harus dilakukan, dan tahu bahwa mereka didukung oleh foundation (Yayasan).

Secara teoritis, ruang publik seringkali dihindari oleh orang tua dengan anak autisme, karena adanya kecemasan akan *social judgement* atau penghakiman sosial (Cutrona & Suhr, 1992). Namun di MPATI, kegiatan di ruang publik ini dikemas secara lebih menarik. Seperti pembahasan sebelumnya, alih-alih menonjolkan bahwa autisme adalah “penyakit yang tidak punya masa depan”, MPATI membungkusnya dengan menunjukan kepada dunia bahwa anak dengan autisme memiliki kesempatan yang sama seperti anak pada umumnya yang dapat hidup mandiri dan memiliki bakat, tentunya dengan perhatian yang khusus. Pada kegiatan “FunFitAutisme” misalnya. Kegiatan yang diadakan pada tanggal 21 Juni 2026 lalu

di Taman Bendera Pusaka, Kebayoran baru tersebut berjalan dengan sukses. Puluhan keluarga dengan anak autis datang dan melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh MPATI. Kegiatan offline ini dirancang MPATI sebagai menciptakan wadah komunitas dengan penuh dukungan sosial kelompok. Zafran contohnya, seorang pemuda berusia 25 tahun dengan kondisi autis, tampil sebagai pemain drum hebat saat acara pembukaan. Hal ini menciptakan decak kagum dan motivasi bagi orang tua yang hadir. Fani, orang tua dengan anak autis yang hadir saat itu menceritakan bahwa mereka sangat terbantu dengan adanya kegiatan MPATI ini. Dengan acara yang dilakukan secara tatap muka, mereka dapat mengenal orang tua lain yang memiliki kondisi anak yang sama dengan mereka. Mereka saling bertukar cerita, saling memberi informasi dan saran, serta membagikan kontak agar mereka dapat saling terhubung dan berbagi. Fani mengatakan bahwa, ia telah mengikuti MPATI sejak tahun 2012. Sejak saat itu, ia merasa bahwa MPATI memunculkan banyak harapan terhadap anaknya. MPATI berusaha membantu apapun yang mereka butuhkan terhadap kondisi anaknya.

Namun, sebagai lembaga Non-profit, keuangan yayasan MPATI tidak selalu mencukupi untuk melakukan kegiatan *offline* yang membutuhkan biaya lebih. Pada dasarnya, MPATI lebih sering melakukan kegiatan *online* untuk edukasinya kepada orang tua. Selain tidak memerlukan biaya yang besar, kegiatan *online* ini bisa menjangkau lebih banyak orang tua, bahkan di tempat yang jauh dari Jakarta.

AIRA, Artificial Intelligence Ramah Autis

MPATI sebagai pelopor yayasan peduli autisme selalu mengikuti perkembangan dunia *Artificial Intelligence*. Alih-alih takut terhadap perkembangan AI yang semakin pesat, yayasan MPATI berhasil memanfaatkannya. AIRA, sebuah chatbot *WhatsApp* yang dikembangkan oleh MPATI ini resmi diluncurkan sejak tahun 2025. Chatbot AI yang bertujuan untuk menjawab segala hal seputar autisme ini dikembangkan berdasarkan database yang dimiliki MPATI selama belasan tahun. Gayatri mengatakan bahwa selama menjalankan yayasan MPATI, berbagai informasi, hasil penelitian, dan observasi yang dilakukan oleh *expert* dikumpulkan dan diolah menjadi sebuah database yang akan menjawab apapun yang ditanyakan orang tua seputar kondisi autis. Hal ini tentu saja mempermudah orang tua, untuk mencari informasi apapun terkait kondisi anaknya, tanpa harus mencari informasi selama berjam-jam di depan layar gawai, sebelum konsultasi ke tenaga ahli terkait. AIRA merupakan chatbot gratis yang seluruhnya didedikasikan terhadap orang tua dengan anak autis, tanpa mengharapkan imbalan apapun.

KESIMPULAN

Yayasan Masyarakat Peduli Autis Indonesia (MPATI) berhasil mengatasi krisis psikologis, fase penolakan (denial), dan self-stigma pada orang tua dengan anak autis melalui strategi komunikasi kesehatan yang terintegrasi dan manajerial. Berdasarkan pendekatan Elaboration Likelihood Model (ELM), MPATI mengelola

pesan secara taktis menggunakan rute periferan melalui konten visual pendek yang menarik di TikTok dan Instagram guna membangun kesadaran awal, yang kemudian diarahkan ke rute sentral berupa edukasi mendalam lewat YouTube dan webinar Zoom. Pendekatan ini berhasil mendistribusikan tiga bentuk dukungan sosial menurut Cutrona & Suhr, yaitu informatif, emosional, dan penilaian yang secara efektif menggeser paradigma orang tua menuju fase penerimaan (acceptance) dan menumbuhkan harapan baru bagi masa depan anak mereka.

Keberhasilan strategi ini diperkuat oleh penerapan konvergensi media (hybrid) yang mengkombinasikan komunikasi digital dan interaksi antarpribadi secara dinamis. MPATI memanfaatkan karakteristik new media untuk melakukan demasifikasi konten berdasarkan segmentasi usia audiens, sekaligus menciptakan ruang publik yang aman dari penghakiman sosial (social judgement) melalui kegiatan tatap muka seperti "*FunnFitAutisme*". Selain itu, MPATI melakukan inovasi mutakhir dengan meluncurkan AIRA (Artificial Intelligence Ramah Autis) berbasis WhatsApp, sebuah chatbot gratis yang menyediakan akses informasi terpercaya secara privat, instan, dan aman. Melalui pengelolaan kampanye yang sistematis dari tahap pemetaan masalah hingga evaluasi berkala, yayasan non-profit ini terbukti adaptif dan efektif dalam membangun resiliensi psikologis serta memperluas jangkauan edukasi autisme di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2012). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson.
- Cutrona, C. E., & Suhr, J. A. (1992). Controllability of life stressors and resource utilization in social support interactions. In B. R. Burleson, T. L. Albrecht, & I. G. Sarason (Eds.), *Communication of social support: Messages, interactions, relationships, and community* (pp. 113–129). SAGE Publications.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (n.d.). *Autisme*. Ayo Sehat Kemkes. Diakses pada 11 Juli 2026, dari <https://ayosehat.kemkes.go.id/topik-penyakit/pola-asuh-dan-perkembangan-anak/autisme>
- Maulana, M. (2011). *Anak autis: Mendidik anak autis dan gangguan mental lain menuju anak cerdas dan sehat*. Katahati.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi kesehatan dan perilaku kesehatan*. Rineka Cipta.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Sarris, M. (2016, February 4). *Families face autism stigma, isolation*. Kennedy Krieger Institute. Diakses pada 11 Juli 2026, dari <https://www.kennedykrieger.org/stories/interactive-autism-network-ian/families-face-autism-stigma-isolation>

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 8 Nomor 10 (2026) 1097 – 1110 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v8i10.13436

Yuwono, J. (2012). Memahami anak autistik (Kajian teoritik dan empirik). Alfabeta.