

## Strategi Komunikasi Silang dalam Meningkatkan Kesadaran akan Keberadaan Tuli

Flavia Veilieta<sup>1</sup>, Septia Winduwati<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [flavia.veilieta@gmail.com](mailto:flavia.veilieta@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: [septiaw@fikom.untar.ac.id](mailto:septiaw@fikom.untar.ac.id)

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

---

### Abstract

*Communication is something that happens every day in the society. But not everyone can communicate well because of their limitations, such as people with deaf disabled. In this study, the author used the word Deaf which begins with a capital letter to emphasize that Deafness is an identity, as people disabled who certainly have Human Rights, the "voice" of Deaf Friends also needs to be heard by society, so that they can carry out activities well and feel the equality of their fellow human beings. This study aims to determine activities in increasing public knowledge of Deaf culture through cross-communication strategies. The results show a variety of strategies used in increasing public awareness. They use the app as the primary medium to be the bridge from deaf and normal people listen in many ways. With the Sign Language Interpreter (JBI) service available on the Silang application, it makes it easier for inclusive companies to get access. The authors suggest that subsequent studies use more diverse samples and different research methods.*

**Keywords:** BISINDO, communication strategy, sign language

### Abstrak

Komunikasi adalah suatu hal yang terjadi setiap hari di tengah masyarakat. Namun tidak semua orang dapat berkomunikasi dengan baik karena keterbatasannya, seperti para penyandang difabel Tuli. Pada penelitian ini penulis menggunakan kata Tuli yang diawali huruf kapital untuk menekankan bahwa Tuli adalah sebuah identitas, sebagai kaum difabel yang tentu memiliki Hak Asasi Manusia, "suara" Teman Tuli juga perlu terdengar oleh masyarakat, sehingga mereka dapat menjalani aktivitas dengan baik dan merasakan kesetaraan sesama manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas dalam meningkatkan pengetahuan publik akan budaya Tuli melalui strategi komunikasi Silang. Hasil menunjukkan beragam strategi yang digunakan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat. Mereka menggunakan aplikasi sebagai media utama untuk menjembatani orang Tuli dan dengar dalam berbagai hal. Dengan adanya layanan Juru Bahasa Isyarat (JBI) yang tersedia pada aplikasi, memudahkan perusahaan-perusahaan bersifat inklusif untuk mendapat akses. Penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya menggunakan sampel yang lebih beragam dan metode penelitian yang berbeda.

**Kata Kunci:** bahasa isyarat, BISINDO, strategi komunikasi

### 1. Pendahuluan

Dengan dunia yang sudah lebih maju, dengan bantuan teknologi banyak masyarakat di dunia terbantu dalam berbagai hal, contoh; pembayaran, toko daring,

dan lainnya. Teknologi yang seharusnya membuat manusia menjadi lebih terbantu, terkadang membuat hal yang justru disalagunakan, penipuan, atau bahkan membuat individu memiliki dunianya sendiri yang membuat dirinya abai dengan sekitar, seperti teman-teman penyandang difabel Tuli. Sebagai kaum difabel, tentunya orang Tuli juga memiliki Hak Asasi Manusia, “suara” orang Tuli juga perlu terdengar oleh masyarakat bahkan pemerintah, sehingga mereka dapat menjalani aktivitas dengan baik dan dipandang normal bagi sesama manusia.

Kekurangan kesadaran masyarakat akan keberadaan komunitas Tuli menjadi suatu hal yang selama ini diperjuangkan para penyandang difabel Tuli, maka dari itu terbentuklah Silang, untuk menyadarkan kepada masyarakat umum untuk turut mempelajari bahasa-bahasa isyarat agar secara perlahan-lahan menjadi normal di tengah masyarakat. Bagi mayoritas masyarakat dengar, cenderung merasa aneh berbahasa isyarat karena masih dapat mendengar dengan baik, namun tidak untuk Tuli, bagi Tuli bahasa isyarat adalah bahasa sehari-hari mereka, sama seperti setiap negara berbeda dengan bahasa masing-masing. Kekurangan kesadaran masyarakat akan Tuli maupun komunitas Tuli menjadi suatu hal yang selama ini diperjuangkan, maka dari itu terbentuklah Silang.

Sebuah wadah untuk masyarakat dengar dan Tuli dapat bekerja sama, serta menciptakan simbiosis mutualisme bagi orang dengar maupun Tuli, Silang juga menggunakan teknologi seperti *website* atau aplikasi untuk menjadi jembatan antara orang dengar dan Tuli.

Tujuan awal Silang terbentuk bukanlah untuk dikasihani atau dibantu melainkan agar tidak ada lagi diskriminasi terhadap Tuli. Namun berdasarkan hasil temuan mengatakan apabila Tuli ingin bergabung dengan Silang, makan harus ada sesuatu yang dapat diberikan pada Silang atau orang normal, karena CEO tahu betul tentang sikap dan pemikiran Tuli yang menuntut banyak hal untuk dijadikan adil di tengah masyarakat.

Pada awal *start up* dimulai, banyak dari masyarakat yang masih memiliki perspektif bahwa Silang adalah suatu usaha untuk membantu para Tuli, namun berbeda dengan padangan CEO bahwa Silang yang dapat memberikan dampak kepada Tuli agar ekonomi dan kesejahteraan meningkat, dengan catatan Tuli memberikan dampak pada masyarakat atau orang dengar.

Terdapat masa yang sepi terjadi di Silang. Penjualan menurun, minat kelas bahasa isyarat menurun, dan lainnya. Setelah dikaji lebih dalam, bukanlah menarik atau tidaknya kelas bahasa isyarat, melainkan apakah bahasa isyarat sendiri masih dibutuhkan? Dan dapat ditarik benang merahnya bahwa bahasa isyarat sendiri belum menyebar ke seluruh ekosistem dunia kerja, makan belum menjadi kebutuhan masyarakat. Namun sebelum bahasa isyarat menyebar, Silang melihat kembali pada teman-teman Tuli, seberapa jauhkan mereka telah menyebar dalam ruang lingkup ekosistem dunia kerja. Dan menyimpulkan, tidak ada perusahaan yang membutuhkan kelas bahasa isyarat jika tidak ada pekerja atau karyawan Tuli di dalamnya. Hal tersebut menyadarkan bahwa yang menjadi masalah terletak pada Tuli, karena seharusnya merekalah yang menjadi pemicu masyarakat untuk mempelajari bahasa isyarat. Penyebab atau solusi dari hal tersebut adalah terbentuknya SilangHub.

## 2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memilih metode penelitian kualitatif, bahwa penelitian kualitatif menghasilkan data yang bersifat deskriptif berupa kata-kata dan

kalimat tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Pada dasarnya adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Menurut (Murdiyanto, 2020) penelitian kualitatif memiliki paradigma seperti berikut:

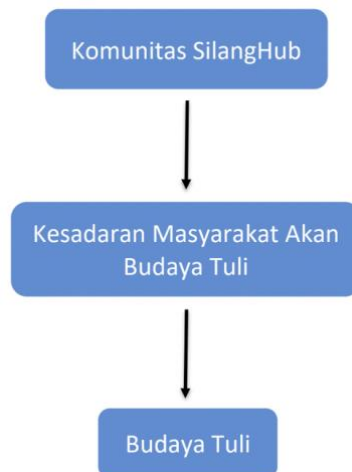
- 1) Mengkonstruksi realitas sosial untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam.
- 2) Berfokus pada proses interpretasi dan peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian itu sendiri, bukan pada variabel-variabel.
- 3) Keaslian merupakan kunci), sehingga dikatakan sebagai penelitian alamiah (naturalist inquiry). Dalam penelitian kualitatif tidak ada usaha untuk memanipulasi situasi maupun setting.
- 4) Nilai hadir dan nyata / tidak bebas nilai), Pengaruh nilai-nilai budaya terhadap fenomena sangat diperhatikan atau diperhitungkan.
- 5) Terikat pada situasi / terikat pada konteks), tidak menjaga jarak dan tidak bebas dari yang diteliti karena ingin mengetahui persepsinya, atau dengan kata lain ingin mengetahui persepsi subjektif dari yang diteliti. Persepsi subjektif dari yang diteliti selalu terikat pada situasi atau terikat pada konteks.
- 6) Terdiri atas sedikit kasus atau subjek), tidak perlu meneliti banyak kasus atau subjek.
- 7) Yang diteliti adalah hal-hal yang bersifat khusus atau spesifik, dan analisisnya bersifat tematik.
- 8) Peneliti tidak mengambil jarak, agar peneliti benar-benar memahami persepsi subjek yang diteliti terhadap suatu fenomena.

Metode penelitian studi kasus memungkinkan penulis untuk mencari, menggali, dan mempelajari strategi komunikasi organisasi yang dilakukan komunitas Tuli guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan komunitas Tuli. Setiap kasus dapat berupa kasus singkat (harian atau bulanan) atau sifatnya longitudinal (tahunan). Studi kasus dilakukan melalui memberikan analisis detail dari kasus. Pada settingnya, mencoba memahami dari sudut pandang orang yang terlibat, memahami adanya berbagai pengaruh dan aspek pada hubungan komunikasi, mencoba memahami bagaimana hubungan aspek tersebut satu sama lain memahami adanya kekuatan sosial dan kekuasaan yang terlibat (Sari, 2022).

Untuk memperkuat data penelitian, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan melakukan studi kasus, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan dalam penelitian ini. Tahapan wawancara ini dilakukan dengan: (a) mempersiapkan wawancara; (b) gerakan awal; (c) melakukan wawancara dan memelihara agar wawancara produktif; (d) menghentikan wawancara dan memperoleh rangkuman hasil wawancara (Rukajat, 2018).

Dalam suatu penelitian untuk memecahkan suatu masalah perlu adanya data atau informasi dari objek penelitian yang akan diteliti, dalam mendukung kelengkapan dan kepastian penelitian yang penulis lakukan. Subjek dan objek dalam penelitian harus mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya, maka terdapat beberapa kriteria tertentu yang ditetapkan. Subjek dalam penelitian ini adalah *co-founder* Silang yang juga merupakan seorang Tuli, serta objek penelitian adalah strategi komunikasi komunitas Tuli dalam mempromosikan budaya Tuli kepada masyarakat.

**Gambar 1.** Kerangka Berpikir



Sumber: Kajian Pustaka

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Silang sebagai suatu *start up* yang lebih mengarah kepada pengajaran akan budaya Tuli dan bahasa isyarat. Perusahaan berbasis teknologi edukasi yang didirikan pada tahun 2019 ini memiliki tujuan besar yaitu menjadi wadah untuk menuju masyarakat Indonesia inklusif, yaitu kesetaraan aksesibilitas, kolaborasi antara teman Tuli dan teman dengar serta membangun isu Tuli sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan inovasi teknologi. Untuk mewujudkan visi tersebut, Silang mengembangkan berbagai layanan belajar berbasis teknologi, termasuk layanan kelas online, platform video belajar online berlangganan, serta kelas tatap muka yang dapat dipelajari oleh siapapun dengan jadwal kelas yang sangat fleksibel. Pembelajaran Bisindo akan dididik secara eksklusif oleh edukator Tuli. Selain memiliki edukator Tuli yang luas di bidangnya, Silang juga memiliki kurikulum yang bukan hanya mengajari materi bahasa isyarat, tetapi juga budaya Tuli, ekspresi, gestur, bahkan filosofi dari gerakan bahasa isyarat. Dikemas dalam satu platform yang baik. Silang siap menjadi teman pembelajaran BISINDO bagi siapa saja yang ingin berkomunikasi dengan teman-teman Tuli.

*“Silang itu pertama kali dibangun sama kak Yusuf namanya, karena dia punya pengalaman gitu, Yang pertama, dia punya orang tua Tuli, ibunya Tuli, terus kakaknya Tuli, jadi bisa dibilang punya keluarga Tuli. Dari situ terbesit untuk membangun Silang, karena bersama tadi, kak Yusuf punya pengalaman diskriminasi. Nah, dulu sebelum Silang, ada satu komunitas namanya Youth For Diffable atau YFD sebutannya. Nah komunitas ini cikal bakalnya kelas bahasa isyarat.” (Bagja Prawira, dalam wawancara dengan peneliti 15 November 2022)*

Di bawah naungan Silang, terdapat SilangHub yang merupakan suatu komunitas bagi teman Tuli (panggilan untuk penyandang difabel Tuli) dan teman dengar (panggilan untuk masyarakat yang dapat mendengar) berkumpul, saling belajar, serta bersosialisasi. Penulis menyimpulkan bahwa secara tidak langsung, Silang dan komunitasnya mendorong kesadaran masyarakat umum akan keberadaan

para penyandang difabel. Hal yang dilakukan pada Silang adalah salah satu bentuk dari komunikasi organisasi (Silviani, 2020).

*“Target kita itu ada dua potensialnya, yaitu B2B business to business itu berarti perusahaan ke perusahaan, lembaga ke lembaga, yang satu lagi itu B2C business to customer, itu sebabnya kita ada aplikasi, Nah yang B2B itu, kalau misalnya kita ada kerjasama dengan perusahaan- perusahaan untuk mengadakan pelatihan bahasa isyarat, lalu untuk Tulinnya untuk siap kerja. Kemudian B2C itu kayak kamu ikut kelas bahasa isyarat, terus kita ajak orang-orang untuk download aplikasi Silang, termasuk temen-temen Tuli yang ikut event-event Silang. Kita dulu itu target utamanya B2C, makanya kita ada produk layanan bahasa isyarat. Tapi perkembangannya itu, data-datanya itu sangat tidak profitable buat Silang, akhirnya kita beralih ke B2B, kita ada layanan juru bahasa isyarat, jadi kalau ada perusahaan-perusahaan minta akses juru bahasa isyarat, tinggal panggil Silang, dan itu cuman dalam waktu dua jam atau empat jam kita udah dapet profit lebih besar daripada kelas bahasa isyarat.” (Bagja Prawira dalam wawancara dengan penulis 15 November 2022).*

Dapat disimpulkan bahwa target Silang adalah melalui B2C (*business to consumer*) dan B2B (*business to business*). Salah satu contoh B2C adalah menyediakan layanan Juru Bahasa Isyarat. Lalu contoh B2B adalah ketika Silang mengadakan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan untuk mengadakan pelatihan bahasa isyarat, serta agar Tuli siap kerja dengan posisi yang dilamar pada suatu perusahaan. Dengan menerapkan B2B, banyak pihak yang dengan mudah memesan layanan Juru Bahasa Isyarat (JBI) melalui *website* maupun aplikasi Silang. Tujuan dari B2B merupakan salah satu pemicu agar Tuli tersebar secara perlahan ke berbagai sektor dan akses terbuka dari perusahaan-perusahaan melalui kerja sama maupun investasi dari investor.

*“SilangHub itu sebetulnya secara struktur itu terpisah sama Silang, ya memang SilangHub diberdayakan sama Silang sendiri, tapi secara kerjanya, secara tujuannya itu juga beda. SilangHub itu sebuah wadah komunitas, untuk mengengage komunitas-komunitas Tuli yang ada di Indonesia Yang nantinya, hasilnya itu untuk berdampak ke peningkatan strategi marketingnya Silang.” (Bagja Prawira dalam wawancara dengan penulis 15 November 2022)*

Silang juga berfokus pada pengembangan komunitas melalui SilangHub, sebuah wadah komunitas bagi orang dengar dan Tuli untuk berkumpul bukan hanya sekedar belajar bahasa isyarat atau dunia Tuli, namun untuk mengikutsertakan komunitas-komunitas Tuli di Indonesia yang akan berdampak kepada Silang di kemudian hari.

*“Jadi pemasarannya tuh berbasis community. Nah kalo Silang itu tujuannya untuk komunitas ini disebarin ke semua sektor, karena kalau udah ngebar ke semua sektor, otomatis itu akan mempengaruhi penjualannya Silang secara tidak langsung.” (Bagja Prawira dalam wawancara dengan penulis 15 November 2022)*

Teknik pemasaran Silang berbasis komunitas, yang memiliki tujuan agar para Tuli dapat menyebar ke semua sektor, bukan hanya bergantung pada beberapa sektor yang sudah pernah dijalani oleh beberapa Tuli. Dengan tercapainya tujuan tersebut, secara tidak langsung mempengaruhi penjualan atau profitabilitas Silang (Sartika, 2015).

Seiring berjalannya waktu, Silang telah menggunakan beberapa strategi dalam mengkomunikasikan layanan dan keberadaannya kepada masyarakat dengan berbagai macam cara atau *platform* lainnya. Pertama, produksi YouTube untuk mengedukasi sekaligus memberitahu kepada masyarakat akan dunia bahasa isyarat dengan berbagai topik pembahasan. Kanal YouTube yang diberi nama SignTalk merupakan salah satu alternatif lain serta menunjukkan bahwa *podcast* yang pada umumnya untuk orang dengar, namun dapat dilakukan oleh Tuli.

Kedua, *partnership*, karena dapat memperkuat B2B dan apabila semakin banyak perusahaan dari berbagai sektor bekerja sama dengan Silang, dapat memperluas jangkauan Tuli dan secara perlahan mewujudkan Indonesia inklusif. Ketiga, SilangHub merupakan salah satu strategi komunikasi Silang dalam membangun citra/*image* Silang terutama kepada teman-teman Tuli agar jika mereka butuh akses atau bantuan mereka akan datang ke Silang, secara perlahan pula membangun *branding*.

Keempat, Aplikasi Silang yang membantu promosi untuk *event*, dapat termasuk B2B untuk memesan layanan bahasa isyarat atau webinar yang akan ditawarkan kepada khalayak untuk memesan tiket melalui aplikasi. Kelima, *website* Meskipun termasuk sebagai strategi konvensional, karena banyak khalayak sudah jarang mencari informasi melalui *website*, namun jika ada yang mencari informasi tentang Silang dapat mengunjungi *website*. BA seperti *marketing panel* yang telah membangun *awareness* terhadap keberadaan Tuli dan bahasa isyarat, sehingga terjadinya *retention* yang memungkinkan menggunakan produk/layanan Silang bertambah, entah melalui JBI atau layanan lainnya, sehingga mendapatkan loyalitas karena sudah pernah memakai produk/layanan Silang, sudah mendapatkan pengalaman.

Komunitas SilangHub dibentuk bukan hanya sekedar edukasi, namun mengupayakan komunitas Tuli dapat menyebar ke semua sektor ketika bersosialisasi dengan orang dengar dan mendapatkan peluang-peluang baru.

#### 4. Simpulan

Komunikasi yang terbatas tidak membuat Silang kehilangan harapan, namun semakin bertumbuh dan berkembang melalui banyak strategi untuk mewujudkan visi Silang yakni membangun Indonesia inklusif. Banyak perkembangan dan hambatan yang dilalui dalam membentuk strategi komunikasi yang tepat digunakan hingga saat ini. Strategi-strategi yang dilakukan selama ini bervariasi dimulai dari B2C (*business to business*) dengan layanan Juru Bahasa Isyarat serta B2B (*business to business*) dalam kerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain yang memiliki visi bersifat inklusif. Kemudian, SilangHub yang menjadi wadah bagi orang Tuli dan dengar dapat saling bertukar informasi lebih dari sekedar membahas budaya Tuli atau bahasa isyarat.

Dengan mengadakan kerja sama dengan beberapa pihak dan berpartisipasi dalam *event* tertentu dapat perlahan menyadarkan masyarakat umum secara perlahan bahwa Tuli adalah bagian dari masyarakat yang memiliki hak yang sama. Terakhir,

dengan bantuan dari BA (*brand ambassador*) Silang dari berbagai daerah di Indonesia, kiranya kesetaraan dapat diperjuangkan melalui kehadiran-kehadiran BA.

Dengan strategi-strategi yang telah dijalankan, Silang dapat mencapai target jangka pendek maupun jangka panjang, serta harapan bagi Tuli dalam kesejahteraan dapat tercapai.

## **5. Ucapan Terima Kasih**

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## **6. Daftar Pustaka**

- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Vol. 1).
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). Deepublish.
- Sari, W. P. (2022). Riset Komunikasi. Rajawali Pers.
- Sartika, A. (2015). *Strategi Komunikasi Komisi Penanggulangan Aids (Kpa) Dalam Melakukan Sosialisasi Hiv/Aids Di Kota Samarinda*. 3(1), 17–30.
- Silviani, irene. (2020). *KOMUNIKASI ORGANISASI - Dr. Irene Silviani, MSP - Google Books*. Google Books.