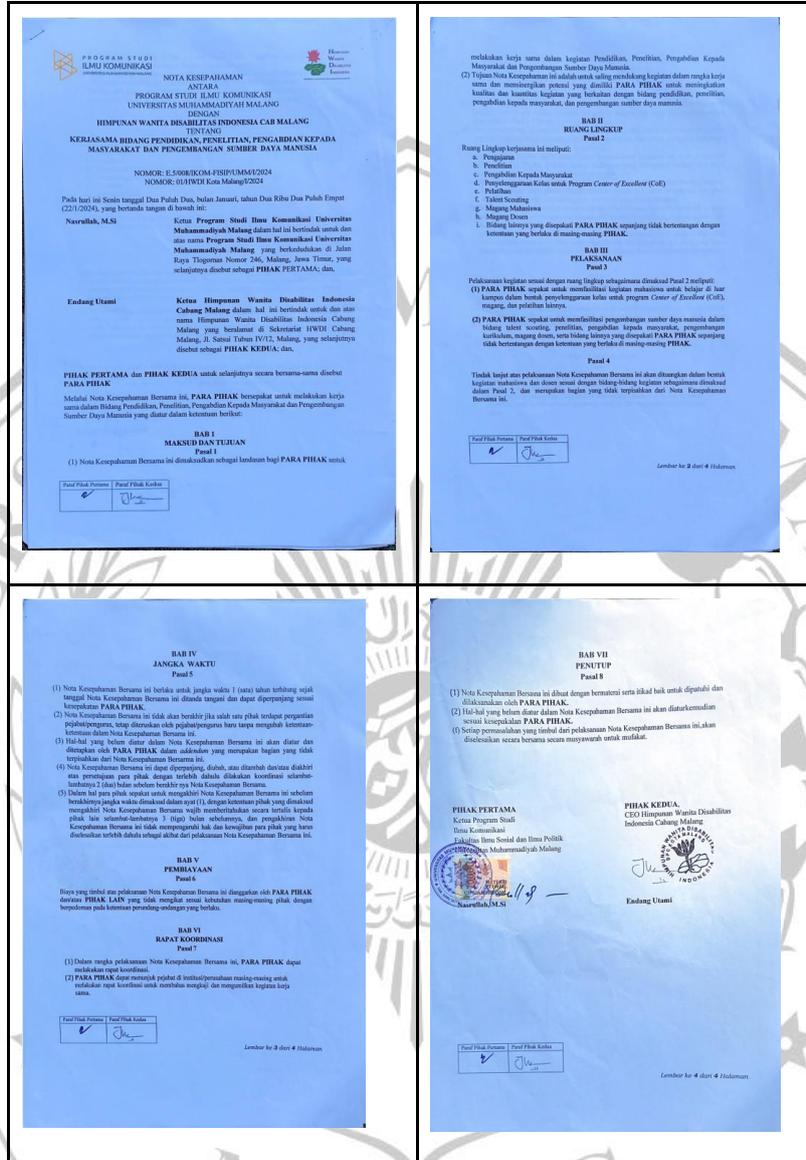


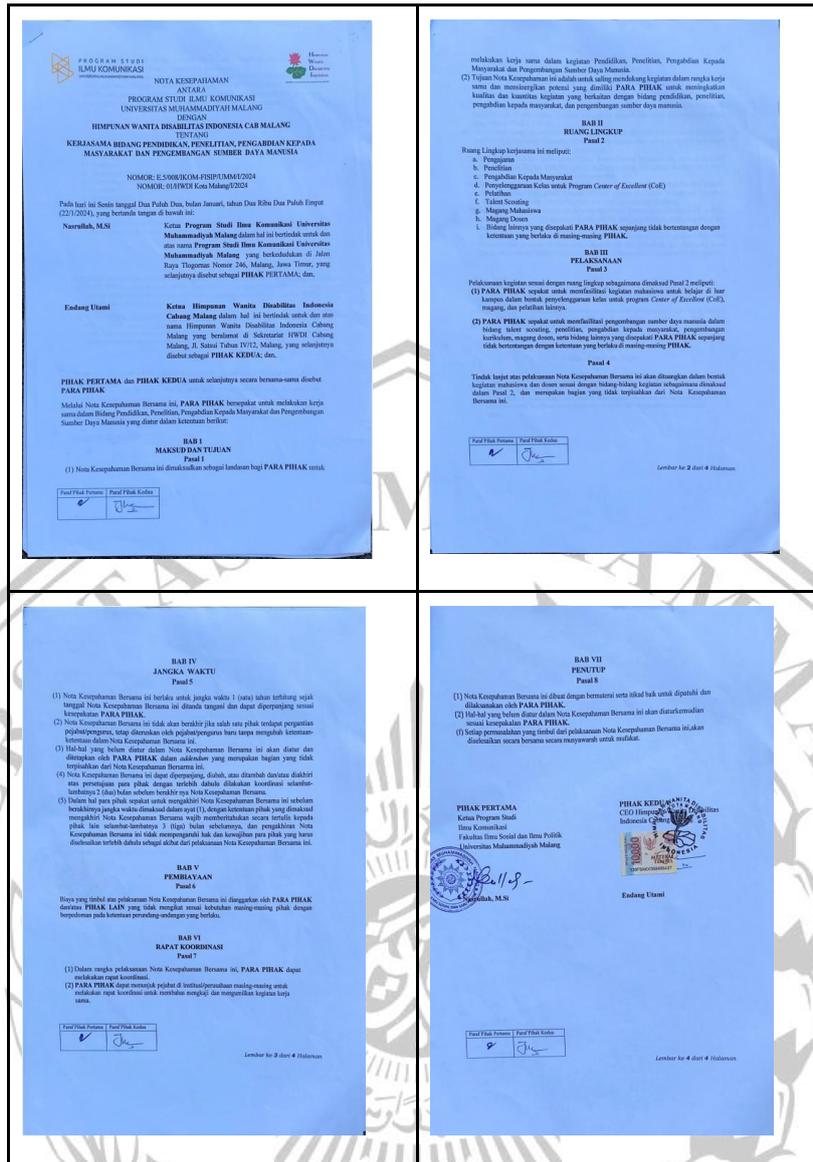
# LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Dokumen MoU/MoA



Gambar 1.1 MoU Untuk HWDI



Gambar 1.2 MoU Untuk Prodi

## Lampiran 2

### Dokumen Riset

### Fact Finding

- Semua anggota HWDI memiliki kesibukan masing masing dan beragam mulai dari penjahit, UMKM, hingga Handicraft.
- Organisasi ini telah memiliki legalitas dan tercatat di BAKESBANGPOL
- Tidak berfokus pada anggota saja tetapi juga pada para disabilitas perempuan khususnya di Malang
- Memiliki tujuan yakni pemberdayaan ekonomi wanita disabilitas

- Memiliki perpustakaan
- Memiliki kegiatan rutin tetapi karena covid kegiatan rutin diganti dengan diskusi secara online
- Kegiatan HWDI Malang offline aktif lagi setelah lebaran
- Anggota HWDI Malang terdiri dari wanita disabilitas yang beragam, seperti tuna netra, tuna daksa, tuna rungu, dan lain sebagainya.
- HWDI Malang aktif dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu yang berkaitan dengan wanita disabilitas, seperti hak-hak pendidikan, kesehatan, dan aksesibilitas.
- HWDI Malang juga memberikan pelatihan dan pendampingan kepada wanita disabilitas untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian mereka dalam berbagai bidang, seperti teknologi informasi, seni, dan kewirausahaan.
- HWDI Malang aktif dalam berbagai kegiatan seperti seminar, lokakarya, bakti sosial, dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hak-hak wanita disabilitas.
- HWDI Malang juga bekerja sama dengan pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan lembaga swadaya masyarakat untuk memperjuangkan hak-hak disabilitas di tingkat nasional
- HWDI Malang mengadakan berbagai kegiatan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan wanita disabilitas, seperti pelatihan komputer, pelatihan kewirausahaan, dan pelatihan keahlian lainnya.
- HWDI Malang juga membantu wanita disabilitas dalam mengakses layanan kesehatan, pendidikan, dan aksesibilitas fisik, seperti membantu dalam proses pengurusan surat keterangan cacat dan mengajukan bantuan alat bantu untuk penyandang disabilitas.
- HWDI meminta pesan yang disampaikan bisa disampaikan ke masyarakat luas atau ke pemerintah jangan hanya salah satu saja. agar bermoral dan bermasyarakatnya bisa lebih baik lagi
- HWDI paling muda 16-75 tahun
- HWDI pernah rakor dengan bappeda
- HWDI memiliki visi misi pada tercapainya kesejahteraan sosial dan terpenuhinya hak-hak perempuan disabilitas melalui advokasi kesetaraan Gender dan Pemberdayaan Perempuan Disabilitas dengan menggunakan pendekatan berbasis hak asasi manusia dan berpedoman pada hak penyandang disabilitas dalam Konvensi Disabilitas

Internasional serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas.

- HWDI pernah rakor dengan bappeda
- HWDI punya forum yang berisikan organisasi Disabilitas yang menghimpun Dinsos agar mudah berkoordinasi bila ada informasi ke para disabilitas lain
- HWDI di undang diberikan kebijakan oleh pemerintah agar semakin aware terhadap aspek (pembangunan,jalan)
- Punya kerjasama dengan telkom waktu lalu itu tema digital marketing (2 versi) 40 orang beberapa HWDI dan Disabilitas lain dari beberapa kabupaten
- Menjadi Narsum di RRI untuk siaran tentang pemberdayaan Disabilitas untuk membangun aware terhadap Disabilitas menghilangkan juga stigma
- Kerjasama baznas kota dan kabupaten dan bank Indonesia peringatan HWDI
- Kegiatan pemberdayaan perempuan Disabilitas dan umum
- HWDI punya forum yang berisikan organisasi Disabilitas yang menghimpun Dinsos agar mudah berkoordinasi bila ada informasi ke para disabilitas lain
- HWDI sudah banyak bekerja sama dengan UB,UMM seperti donasi
- Dana HWDI dari iuran anggota

Data primer dan sekunder :

The image displays three panels of data from a report. The left panel contains text describing the role of HWDI in social and economic empowerment, mentioning various stakeholders like Dinsos, Bappeda, and the government. The middle panel features a bar chart titled "Stigma (berwujud atau di sekitar juga stigma?)" with data points for "Berwujud" (100%) and "Di sekitar juga stigma?" (90%). The right panel includes a bar chart titled "Persepsi Masyarakat" showing percentages for "Tidak ada stigma" (100%), "Ada stigma" (90%), and "Tidak ada stigma" (80%).



sering digunakan dalam bidang-bidang seperti antropologi, kajian keluarga, kerja sosial, dan pendidikan.

Pendekatan kualitatif memiliki relevansi dan manfaat yang signifikan dalam riset untuk merancang iklan layanan masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang audiens yang menjadi target iklan, termasuk persepsi, sikap, dan perilaku mereka terkait dengan isu yang ingin disampaikan. Selain itu, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk melihat konteks secara menyeluruh, termasuk faktor sosial, budaya, dan nilai-nilai yang terkait dengan isu tersebut (Wibisono, 2019).

Dalam hal ini, peneliti dapat mengungkap nuansa dan makna yang tersembunyi dalam pengalaman dan persepsi audiens, yang akan membantu dalam merancang iklan yang lebih menarik dan membangkitkan emosi. Fleksibilitas dalam proses perancangan juga menjadi keunggulan pendekatan kualitatif, karena memungkinkan peneliti untuk menemukan ide-ide baru dan melakukan penyesuaian dalam perancangan iklan berdasarkan penemuan yang muncul selama penelitian. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, perancangan iklan layanan masyarakat dapat lebih terarah, didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang audiens, konteks, dan makna yang ingin disampaikan, sehingga meningkatkan efektivitas iklan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

## **Metode Riset**

### **Observasi**

Observasi memiliki peranan penting dalam penelitian untuk merancang iklan layanan masyarakat. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat secara langsung mengamati perilaku dan interaksi audiens potensial dengan lingkungan sekitarnya, termasuk respons mereka terhadap isu yang ingin disampaikan melalui iklan. Observasi memberikan kesempatan untuk mendapatkan informasi yang tidak terungkap melalui metode lain seperti wawancara atau kuesioner.

Dalam konteks perancangan iklan layanan masyarakat, observasi memberikan wawasan berharga tentang bagaimana audiens merespons isu tersebut dalam situasi sehari-hari. Observasi memungkinkan peneliti untuk melihat ekspresi wajah, bahasa tubuh, dan interaksi

sosial audiens ketika mereka terpapar dengan isu atau pesan yang ingin disampaikan. Informasi yang diperoleh dari observasi membantu peneliti untuk memahami lebih dalam persepsi, sikap, dan emosi audiens terhadap isu tersebut. Selain itu, observasi juga memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konteks dan lingkungan di mana iklan akan disiarkan. Peneliti dapat mengamati lokasi atau tempat-tempat di mana iklan akan ditayangkan, seperti ruang publik atau media sosial, dan melihat bagaimana audiens berinteraksi dengan lingkungan tersebut. Hal ini membantu dalam merancang iklan yang lebih sesuai dengan konteks dan dapat menarik perhatian audiens potensial.

Dengan memanfaatkan observasi dalam penelitian, peneliti mendapatkan data yang detail dan mendalam tentang audiens dan konteksnya. Data ini menjadi dasar yang kuat dalam merancang iklan layanan masyarakat yang lebih efektif, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens, dan meningkatkan pengaruh serta dampak iklan terhadap tujuan yang ingin dicapai.

### **Wawancara**

Wawancara memiliki peran yang penting dalam penelitian untuk merancang iklan layanan masyarakat. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat berinteraksi secara langsung dengan audiens potensial dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana mereka mempersepsikan, merespons, dan melihat isu yang ingin disampaikan melalui iklan.

Melalui wawancara, peneliti memiliki kesempatan untuk mengajukan pertanyaan yang spesifik dan mendalam kepada audiens. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang kaya dan rinci tentang pandangan, sikap, dan pengalaman audiens terkait dengan isu yang sedang dipelajari. Peneliti dapat mengeksplorasi motivasi, nilai-nilai, dan preferensi audiens dalam rangka merancang iklan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selain itu, wawancara juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendapatkan sudut pandang individu yang lebih dalam. Melalui wawancara, audiens dapat mengungkapkan perasaan, emosi, dan pengalaman pribadi mereka terkait dengan isu tersebut. Informasi ini sangat berharga dalam merancang iklan yang dapat menarik perhatian dan menggugah emosi

audiens, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat lebih terhubung dengan mereka (Liamputtong, 2017).

Dengan memanfaatkan wawancara dalam penelitian, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang audiens potensial dan memahami kebutuhan serta preferensi mereka dengan lebih baik. Informasi yang diperoleh dari wawancara dapat digunakan sebagai dasar yang kuat untuk merancang iklan layanan masyarakat yang lebih relevan dan efektif. Pendekatan ini memastikan bahwa iklan tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga mampu mengkomunikasikan pesan dengan tepat dan mencapai tujuan yang diinginkan .

### **Kuesioner**

Penggunaan kuesioner dalam penelitian untuk merancang iklan layanan masyarakat memiliki peran yang penting. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengumpulkan data secara terstruktur dan objektif dari responden yang mewakili audiens potensial. Kuesioner memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang dapat diukur secara luas tentang persepsi, sikap, dan perilaku audiens terkait dengan isu yang ingin disampaikan melalui iklan. Dalam merancang kuesioner, peneliti dapat menyusun pertanyaan yang spesifik dan terarah sesuai dengan tujuan penelitian. Kuesioner juga dapat mencakup skala penilaian atau pilihan jawaban yang memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat persetujuan, kepentingan, atau kepuasan audiens terhadap pesan dalam iklan. Hal ini membantu peneliti untuk mengidentifikasi pola dan tren yang relevan dalam persepsi audiens terhadap iklan.

Selain itu, penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sejumlah responden secara efisien. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh sampel yang mewakili audiens potensial dengan beragam karakteristik seperti usia, jenis kelamin, latar belakang sosial, dan lain-lain. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dapat dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi kecenderungan umum dalam persepsi audiens terhadap iklan, yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan terkait perancangan iklan yang lebih efektif.

Penggunaan kuesioner memberikan keuntungan dalam mengumpulkan data yang terstruktur dan terukur tentang persepsi audiens terhadap isu yang ingin disampaikan melalui

iklan. Data ini dapat menjadi dasar yang kuat dalam merancang iklan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens, serta meningkatkan efektivitas iklan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

*Subjek/responden (Klien, Kompetitor, Audiens)*

## **HWDI**

HWDI (Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia) adalah klien kami yang membutuhkan video iklan untuk meningkatkan kepedulian masyarakat tentang disabilitas, terutama disabilitas perempuan, serta memperkenalkan organisasi mereka kepada audiens

### **Linksos (Lingkaran Sosial )**

Memilih Linksos (Lingkaran Sosial) sebagai kompetitor dalam pembuatan iklan adalah langkah yang tepat. Dengan mengkaji pendekatan dan strategi yang digunakan oleh Linksos, kita dapat mendapatkan perbandingan yang berharga dan menjadi bahan evaluasi untuk memastikan keberhasilan iklan yang kita buat untuk HWDI.

Dengan mempelajari kekuatan dan kelemahan Linksos, kita dapat menemukan ide-ide baru dan inovatif yang dapat membedakan iklan HWDI dari pesaing mereka. Misalnya, kita dapat mengeksplorasi cara baru untuk menggambarkan pemberdayaan dan dukungan yang diberikan oleh HWDI kepada para disabilitas. Juga, melalui pemahaman yang mendalam tentang pendekatan Linksos, kita dapat menemukan celah di pasar atau segmen audiens yang belum dimanfaatkan sepenuhnya, yang dapat dijadikan fokus dalam iklan HWDI.

Dengan menggunakan Linksos sebagai bahan evaluasi, kita dapat memastikan bahwa iklan HWDI memberikan pesan yang jelas, kuat, dan menginspirasi, yang dapat membedakan HWDI sebagai organisasi yang unik dan relevan bagi masyarakat.

## **Generasi Z**

Generasi Z dipilih sebagai target audiens karena peran mereka yang sangat berpengaruh dalam masa depan. Dengan memfokuskan upaya pada pemahaman dan kesadaran tentang disabilitas, kita dapat menghentikan perpetuasi stigma terhadap disabilitas dan mencegahnya menyebar ke generasi berikutnya.

Generasi muda memiliki akses yang luas terhadap teknologi dan media sosial, yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi, cerita, dan pengalaman terkait dengan disabilitas. Melalui pendekatan yang tepat, seperti video iklan layanan masyarakat yang ditargetkan pada Generasi Z, kita dapat membantu mereka memahami tantangan yang dihadapi oleh individu dengan disabilitas dan mendorong sikap inklusif serta empati terhadap mereka. Dengan memperkenalkan organisasi seperti HWDI kepada Generasi Z, bisa membangun kesadaran akan keberadaan organisasi yang mendukung dan memberdayakan individu dengan disabilitas. Ini memungkinkan generasi muda untuk terlibat secara aktif dalam upaya menciptakan masyarakat yang inklusif dan adil bagi semua orang.

Dengan memberdayakan Generasi Z untuk memahami disabilitas dan menghilangkan stigma terhadapnya, kita dapat menghasilkan perubahan positif yang berkelanjutan dan memastikan bahwa generasi berikutnya juga memiliki kesadaran dan pemahaman yang sama.

### **Teknik Analisis Data**

#### **Deskriptif**

Penerapan Teknik Analisis Data Deskriptif dalam pembuatan iklan sangat penting karena memberikan pemahaman mendalam tentang audiens dan informasi yang relevan untuk mengembangkan iklan yang efektif. Ada beberapa alasan mengapa teknik ini memiliki peran yang signifikan:

1. Memahami audiens: Analisis data deskriptif membantu dalam memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku audiens target. Melalui pengumpulan dan eksplorasi data yang relevan, seperti survei konsumen dan data media sosial, kita dapat mengidentifikasi karakteristik demografis, minat, nilai, atau preferensi khusus yang dimiliki oleh audiens. Dengan informasi ini, kita dapat membuat iklan yang sesuai dan menarik bagi audiens target.
2. Mengidentifikasi tren dan pola: Dalam analisis data deskriptif, kita dapat melihat tren dan pola yang muncul dari data yang terkumpul. Ini membantu kita memahami perubahan perilaku konsumen, tren baru, atau pergeseran pasar yang terjadi. Dengan mengetahui tren ini, kita dapat menciptakan iklan yang relevan dan terkini, sehingga lebih mungkin untuk menarik perhatian audiens.
3. Membantu pengambilan keputusan: Melalui analisis data deskriptif, kita dapat mengambil wawasan yang berguna untuk mengembangkan iklan. Misalnya, kita dapat mengetahui elemen

visual atau pesan yang paling menarik bagi audiens, atau memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Informasi ini membantu dalam mengarahkan strategi kreatif dan pengambilan keputusan yang didukung oleh data.

4. Menyesuaikan iklan dengan preferensi audiens: Dengan pemahaman yang mendalam tentang audiens melalui analisis data deskriptif, kita dapat menyesuaikan iklan dengan preferensi mereka. Dari data yang dianalisis, kita dapat mengetahui elemen visual, nada, atau pesan yang paling efektif dalam menarik perhatian dan mempengaruhi audiens. Ini memungkinkan kita untuk menciptakan iklan yang relevan, menarik, dan memiliki dampak yang diinginkan pada audiens.

5. Dengan menerapkan Teknik Analisis Data Deskriptif, agar dapat menggunakan informasi yang dikumpulkan untuk mengembangkan iklan yang lebih efektif dan sesuai dengan target audience. Ini membantu meningkatkan peluang kesuksesan iklan dan mencapai tujuan yang diinginkan.

### **Sajian Data dan Pembahasan**

#### **Triangulasi**

Triangulasi digunakan dalam menyajikan data dan penjelasan dalam iklan karena memiliki beberapa kegunaan yang signifikan. Salah satunya adalah untuk memvalidasi dan mengkonfirmasi data yang dikumpulkan dari berbagai sumber. Dengan membandingkan hasil dari beberapa sumber data yang berbeda, keandalan informasi yang disajikan dalam iklan dapat ditingkatkan. Ini memastikan bahwa data yang dipaparkan memiliki tingkat keakuratan dan kepercayaan yang tinggi. Selain itu, triangulasi juga membantu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap sajian data dalam iklan. Dengan menggabungkan data dari berbagai sumber independen, iklan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif dan memperkuat argumen yang diungkapkan.

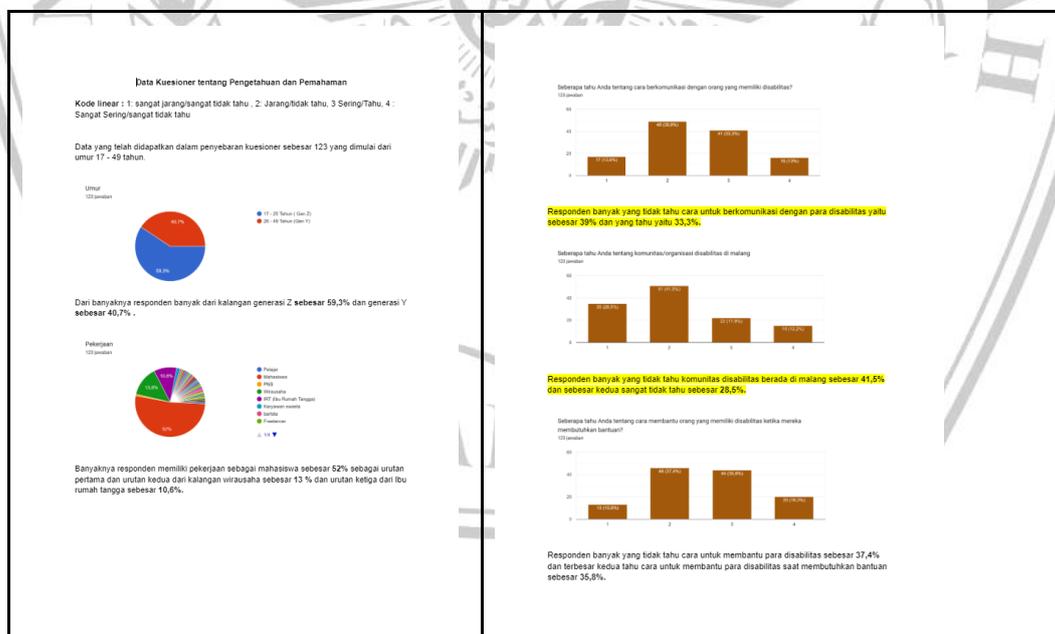
Hal ini memberikan kesan bahwa informasi yang disampaikan didasarkan pada bukti yang kuat dan dapat diandalkan, sehingga audiens lebih percaya terhadap pesan yang disampaikan. Selain itu, triangulasi memungkinkan kelengkapan data dengan memadukan informasi dari berbagai sumber. Dalam konteks iklan, penting untuk menyajikan informasi yang komprehensif dan menyeluruh. Dengan menggunakan triangulasi, iklan dapat melengkapi data yang diperoleh dari satu sumber dengan data dari sumber lain, sehingga memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang topik yang dibahas.

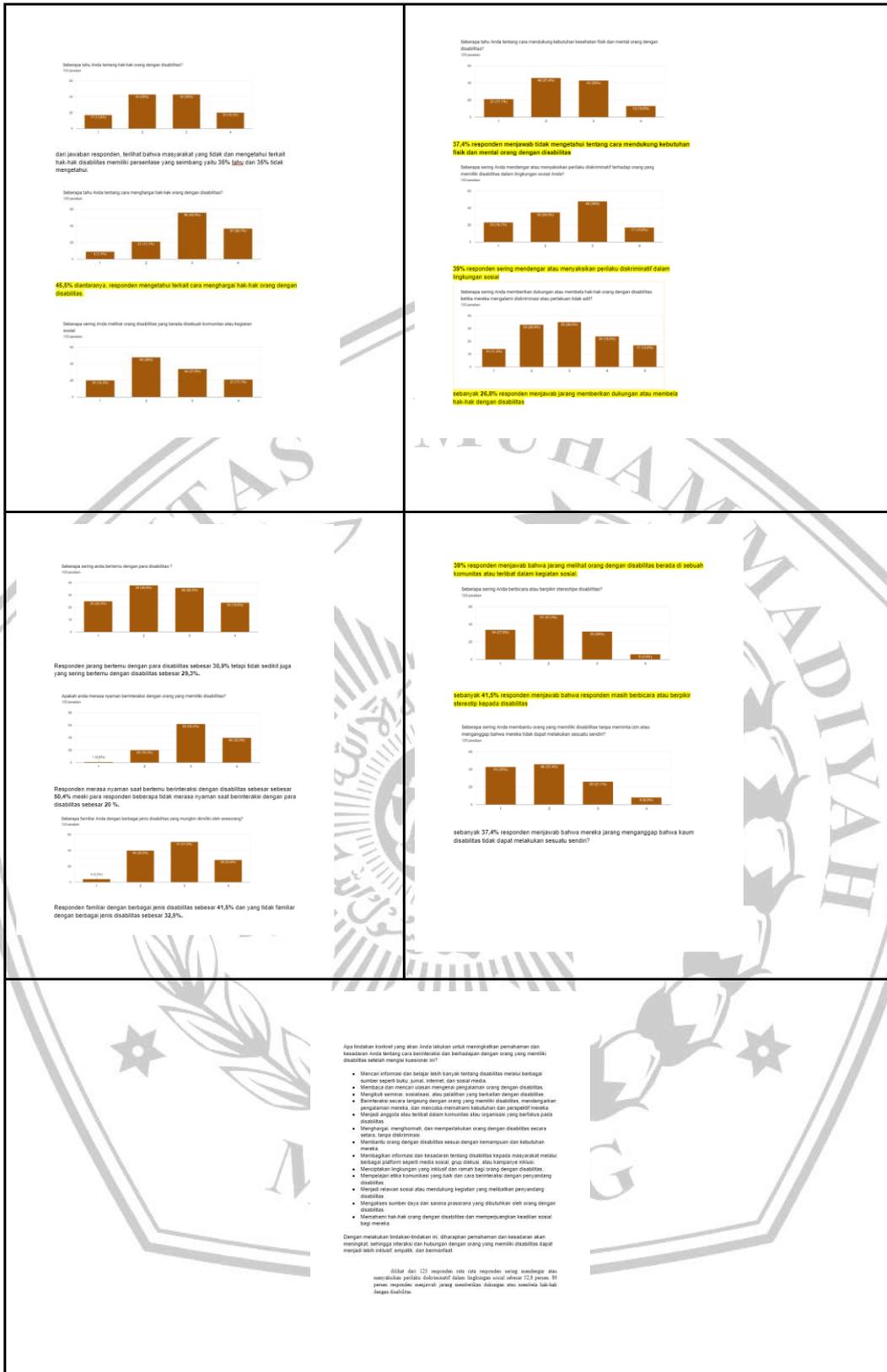
Terakhir, triangulasi juga memungkinkan sudut pandang yang beragam dalam penyajian data. Dengan menggunakan metode yang berbeda untuk mengumpulkan dan menganalisis data, iklan dapat mencakup berbagai perspektif yang menarik bagi audiens dengan latar belakang dan preferensi yang berbeda-beda. Dengan memanfaatkan triangulasi, iklan dapat menyajikan data yang valid, terpercaya, lengkap, dan beragam bagi audiens, sehingga meningkatkan pemahaman dan penerimaan terhadap pesan yang disampaikan.

## Temuan

Dalam temuan peneliti akan memaparkan hasil temuan dalam penelitian, dalam temuan ini akan berisikan deskripsi data dan yang telah diperoleh dalam pengumpulan yang telah dilalui mulai dari wawancara observasi dan dokumentasi. Beberapa hasil penelitian yang ditemukan berdasarkan pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan di lapangan. Semua data yang diperoleh oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian dan permasalahan yang diteliti. Data data berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan bersama HWDI yaitu Perwakilan dari HWDI dan melalui buku buku dan juga jurnal serta kuesioner dengan 123 responden

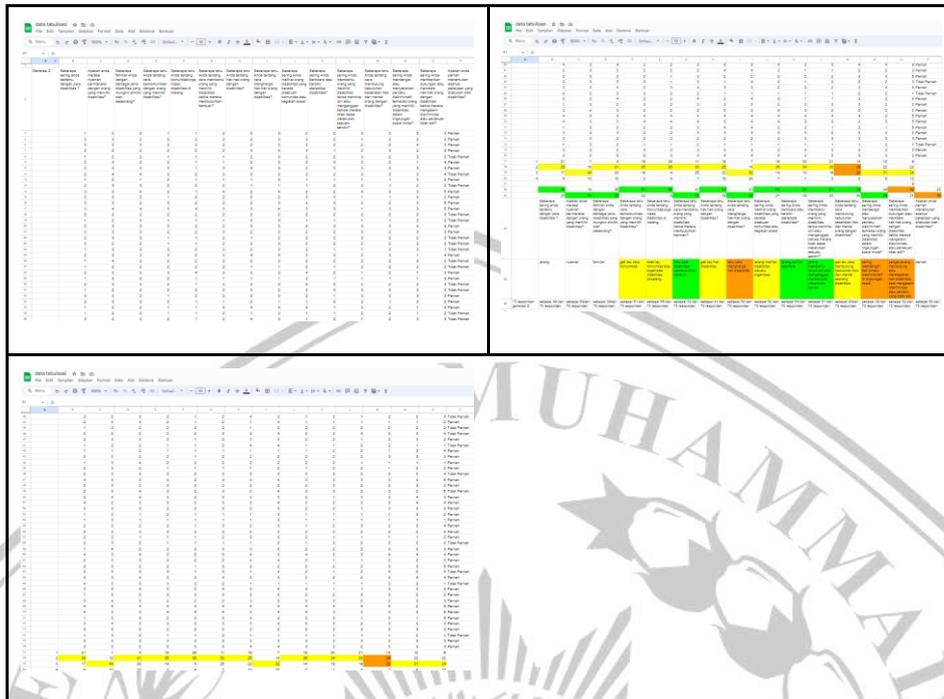
## Data kuesioner





Gambar 2.2 Data Kuesioner

## Data Tabulasi Kuesioner



Gambar 2.3 Data Tabulasi Kuesioner

## Data Wawancara HWDI Malang

<p><b>Data Wawancara :</b></p> <p>Ibu siska ( perwakilan dari HWDI)</p> <p>Ibu Siska adalah pendiri pertama HWDI</p> <p>untuk cabang dari HWDI dimana aja yga bu ?</p> <p>- Jember, ada cabangnya 19 ( malang, sby, Pasuruan, Blitar, Kediri, Trenggalek, Lamongan, probolinggo, madura ) supaya teman Disabilitas lebih valid supaya SDM lebih bagus juga.</p> <p>Apakah anggota HWDI memiliki kegiatan selain dari luar kegiatan HWDI ?</p> <p>Jawab : "Jadi Semua anggota HWDI memiliki kesibukan masing masing dan beragam mulai dari penjahit, USKRI, hoga, Handicraft dan lain sebagainya. Jadi enggak hanya dalam kegiatan HWDI saja. HWDI hanya sebagai rumah bagi kami dimana kami berkumpul dan diskusi sesama disabilitas dan apalgi kami semua perempuan yang memiliki dua beban itu disabilitas dan sebagai perempuan"</p> <p>- kegiatan rutin 12x 1 bulan karena kurangnya mobilitas anggota fokus kegiatan nya masih malang kota dan kalo</p> <p>Apakah HWDI memiliki legalitas oleh pemerintah ?</p> <p>Jawab : "tentu HWDI sudah memiliki legalitas yang mana organisasi ini telah memiliki legalitas dan tercatat di bakesbangop"</p> <p>Selain Sebagai wadah para disabilitas pertemuan apa saja bu kegiatan dari HWDI ?</p> <p>Jawab : selain itu ya tentu kami fokus pada pemberdayaan ekonomi wanita disabilitas dan kami tidak hanya berfokus kepada anggota saja tetapi seluruh disabilitas perempuan di malang HWDI Malang juga memberikan pelatihan dan pendampingan kepada wanita disabilitas untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian mereka dalam berbagai bidang, seperti teknologi informasi, seni, dan kewirausahaan, enggak hanya itu tetapi juga HWDI Malang aktif dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu yang berkaitan dengan wanita disabilitas, seperti hak-hak pendidikan, kesehatan, dan aksesibilitas.</p> <p>HWDI Malang aktif dalam berbagai kegiatan seperti seminar, lokakarya, bakti sosial, dan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hal-hal wanita disabilitas.</p> <p>HWDI Malang juga membantu wanita disabilitas dalam mengakses layanan kesehatan, pendidikan, dan aksesibilitas fisik, seperti membantu dalam proses pengisian surat keterangan cacat dan mengajukan bantuan alat bantu untuk penyandang disabilitas.</p> <p>Untuk kegiatan rutin HWDI Biasa dimana ya bu ?</p>	<p>Jawab : "Jadi untuk kegiatan biasa kami berkumpul di rumah salah satu anggota yang bisa dibayar cukup luas untuk menampung anggota HWDI seperti selektoral nya ada di saphone 4 no 12 tetapi para gara adanya covid waktu lalu kegiatan rutin diberhentikan untuk sementara tapi untuk berkumpul kami cukup dengan diskusi secara online dan untuk kumpul offline kami akan mulai kembali pada saat selesai liburan"</p> <p>Kendala HWDI?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stigma ( ternyata ada di aparat juga stigmanya )</li> <li>2. Banyak ortu yang menyalahgunakan orang Disabilitas</li> <li>3. Ragam Disabilitas semakin kesini semakin berat ( ausd mental ) semakin kompleks</li> <li>4. Pendidikan di sekolah masih belum inklusif (abel) yang diwujudkan orang normal masih belum aware terhadap Disabilitas</li> </ol> <p>- Apakah yang diperlukan HWDI malang saat ini dan lebih Urgen untuk kami selesaikan dengan menggunakan akan apakah dalam bermoral masyarakat atau di pemerintahan ?</p> <p>Jawab : kalo itu mungkin untuk fokus ke pemerintahan memang penting tapi untuk pemerintahan malang sendiri sudah mulai sadar tentang perlunya perhatian dari para disabilitas, tetapi yang perlu ditekankan mungkin bermoral dalam bermasyarakat mungkin dalam menghadapi para disabilitas di masyarakat itu sendiri, banyak yang tidak tahu bahwa kami sebagai disabilitas jangan dipotikan hanya sebatas objek dan kami juga tetap sama seperti orang orang lainnya hanya saja memiliki keterbatasan dan itu pun sebuah manusia memiliki keterbatasan, yga mungkin dalam menghadapi disabilitas mungkin para masyarakat belum bisa seperti bagaimana cara berhadapan dengan para tuna rungu, atau pun disabilitas disabilitas lainnya.</p> <p>- HWDI di undang diberikan kebijakan oleh pemerintah agar semakin aware terhadap aspek (pemberdayaan jalan)</p> <p>apakah ada workshop atau kegiatan?</p> <p>Ada pemberdayaan ekonomi koperasi ( yang dibentuk oleh dinas) mayoritas nya pelaku usaha ( fashion, umkm, handicraft, catering, penulis, ASN )</p> <p>punya kerjasama dengan telkom waktu lalu itu tema digital marketing ( 2 versi ) 40 orang beberapa HWDI dan Disabilitas lain dari beberapa kabupaten</p> <p>menjadi Narasumber di RRI untuk saran tentang pemberdayaan Disabilitas untuk membangun aware terhadap Disabilitas meningkatkan juga stigma</p> <p>kerjasama baznas kota dan kabupaten dan bank Indonesia peringatan HWDI</p> <p>kegiatan pemberdayaan perempuan Disabilitas dan umum</p> <p>HWDI punya forum yang berisikan organisasi Disabilitas yang menghimpun Dinas agar mudah berkoordinasi bila ada informasi ke para disabilitas lain</p>
--	---



**Gambar 2.4 Data Wawancara Ibu Siska Perwakilan HWDI Malang**

Dari data wawancara , dapat disimpulkan bahwa HWDI merupakan organisasi yang berperan penting dalam memberdayakan perempuan disabilitas di Malang dan sekitarnya. Mereka aktif dalam berbagai kegiatan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, memberikan pelatihan, dan mengakses layanan yang dibutuhkan oleh anggota disabilitas. HWDI juga menghadapi berbagai kendala, termasuk stigma, kurangnya inklusivitas pendidikan, dan kompleksitas ragam disabilitas. Untuk mengatasi masalah ini, HWDI mengedepankan kerjasama dengan pemerintahan dan lembaga lain, serta membangun kesadaran masyarakat akan hak-hak dan kebutuhan para disabilitas.

Secara keseluruhan, data kuesioner generasi Z menunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan generasi Z tentang disabilitas, termasuk pemahaman tentang berbagai jenis disabilitas, komunitas dan organisasi yang ada, serta cara berkomunikasi dan mendukung orang dengan disabilitas. Penting untuk terus belajar dan menyadari hak-hak serta pengalaman individu dengan disabilitas, serta berperan aktif dalam melawan diskriminasi dan mempromosikan inklusi bagi mereka.

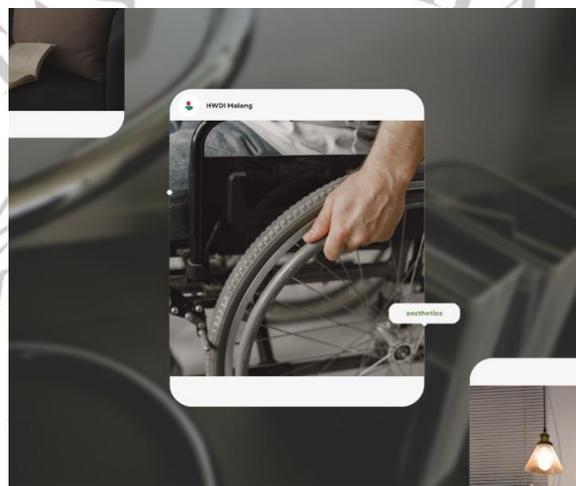
Dalam memperdalam wawasan dan mendapatkan hasil yang maksimal dilakukan juga wawancara bersama kompetitor dan juga para disabilitas.



Dari data data yang telah dilakukan mulai dari wawancara, kuesioner hingga observasi untuk bisa mengetahui kepedulian masyarakat terhadap disabilitas Berdasarkan kesimpulan ini, dapat disimpulkan bahwa masih ada ruang untuk peningkatan kepedulian masyarakat terhadap disabilitas. Upaya edukasi, sosialisasi, dan penghapusan stereotip dan diskriminasi akan membantu menciptakan masyarakat yang lebih inklusif dan mendukung bagi orang dengan disabilitas.

### Lampiran 3

#### Mock-up Iklan

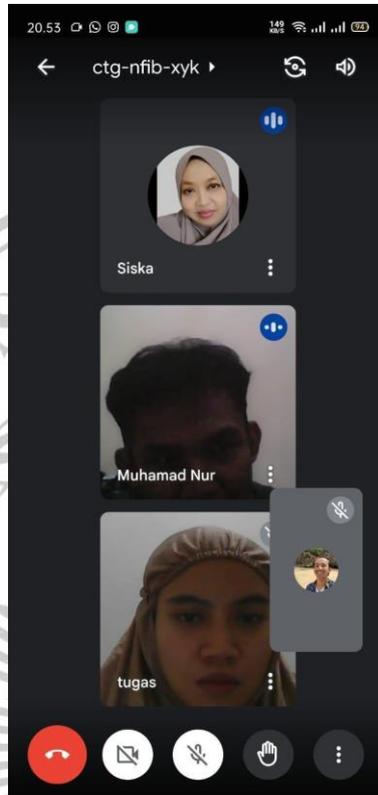


**Gambar 3.1 Mock-up ILM**

## Lampiran 4

### BTS/ Dokumentasi Produksi

- Pra Produksi



**Gambar 4.1 Diskusi Bersama Salah Satu Pengurus Wakil HWDI Ibu Siska Budianti Melalui Google Meet**



**Gambar 4.2 Wawancara Bersama Founder LINKSOS Bapak Ken Kerta**



**Gambar 4.3 Proses Pengerjaan Bab 1 Sampai Bab 3**



**Gambar 4.4 Proses Pembuatan Konsep Iklan**



**Gambar 4.5 Rapat Bersama Crew Untuk Membahas Pra Produksi**



**Gambar 4.6 Proses Reading Talent**



**Gambar 4.7 Rapat Crew Untuk Persiapan Produksi Syuting**

- Produksi



**Gambar 4.8 Produksi Day 1**



**Gambar 4.9 Produksi Day 2**

- Pasca Produksi



**Gambar 4.10 Pasca Produksi Editing Video Iklan**



**Gambar 4.11 Pertemuan Bersama Ketua HWDI Malang Ibu Endang Menunjukkan Hasil Video Iklan**

## Lampiran 5

### Dokumentasi Media Placement Iklan



**Gambar 5.1 Akun Instagram HWDI**