

LAPORAN AKHIR

IMPACT CAMPAIGN (KAMPANYE DAMPAK)

SEJAUH THE KUMELANGKAH

Disusun oleh:
Tim Impact Campaign Film "Sejauh Kumelangkah"
2021

Mila K. Kamil | Impact Campaign Producer
Amalia Sekarjati | Tim Impact Campaign

Pengantar

Seusai *event* Good Pitch Indonesia 2019 dan setelah sempat vakum dari persiapan akibat pandemi Covid-19 di awal sampai menjelang akhir 2020, Impact Campaign (Kampanye Dampak) film “Sejauh Kumelangkah” (SKM) akhirnya terlaksana juga. Mengingat situasi pandemi yang menuntut semua orang untuk menerapkan *physical distancing*, maka Tim Impact Campaign mengambil kebijakan seluruh rangkaian acara kampanye dilakukan secara *online* di platform Zoom dan YouTube.

Diawali persiapan singkat di bulan November 2020, rangkaian Kampanye Dampak yang mengusung tema besar **#INDONESIAINKLUSIF Menerabas Batas, Bicara Hak Disabilitas** pun dimulai dengan mengambil momen Hari Disabilitas Internasional 3 Desember 2020. Awal kampanye dibuka dengan penyebaran siaran pers dan peluncuran situs web sejauhkumelangkah.com. Dalam kampanye ini, Tim Impact Campaign mengajak semua pihak untuk menjadi Kolaborator Kampanye atau Partner Pemutaran Film serta menjadi bagian dari kampanye #INDONESIAINKLUSIF.

Di pertengahan Desember 2020, akun-akun media sosial “Sejauh Kumelangkah” yang semula dikelola secara mandiri oleh produser film, diambil alih

oleh Tim Media Sosial Impact Campaign & Distribusi film “Sejauh Kumelangkah”. Instagram, Facebook, dan Twitter mulai mem-*posting* berbagai info tentang promo pemutaran film “Sejauh Kumelangkah” serta edukasi film inklusif dan inklusivitas di Indonesia. *Posting* di akun-akun media sosial ini terus berlanjut sampai akhir masa kampanye di pengu-*jung* Maret 2021.

Pada tanggal 2 Januari 2021, diadakanlah Premiere film “Sejauh Kumelangkah” versi inklusif-aksesibel untuk semua. Pada awalnya, Kampanye Dampak ini direncanakan selesai pada akhir Februari 2021. Namun karena melihat antusiasme publik dan juga adanya permintaan beberapa pihak untuk diperbolehkan mendaftar dan mengadakan pemutaran di bulan Maret, maka Tim Impact Campaign memutuskan untuk memperpanjang masa kampanye sampai akhir Maret 2021.

Meskipun secara resmi Pemutaran & Diskusi Film “Sejauh Kumelangkah” oleh Partner Pemutaran dijadwalkan setelah Premiere, pada tanggal 2 Desember 2020, Tim Impact Campaign telah bekerja sama dengan SIGAB (Sasana Inklusi & Gerakan Advokasi Difabel) di Yogyakarta. Kerja sama dengan SIGAB yang merupakan salah satu organisasi disabilitas besar di Indonesia ini, ternyata menim-

bulkan efek bola salju yang positif. Beberapa peserta yang hadir di acara ini yang ternyata juga merupakan pengurus organisasi disabilitas lain di Indonesia kemudian turut mendaftarkan diri sebagai Partner Pemutaran dan mengadakan *event* serupa di masa kampanye.

Impact Campaign film “Sejauh Kumelangkah” akhirnya ditutup di pengujung Maret setelah melakukan 40 pemutaran dengan 42 partner pemutaran di seluruh Indonesia. Melibatkan organisasi disabilitas dan non disabilitas, mencipta ruang inklusif sejak dari ruang menonton yang melibatkan penonton disabilitas dan non disabilitas, serta memberi spektrum baru bagi penonton atau *moviegoers* yang selama ini masih abai atau diabaikan: pentingnya aksesibilitas untuk para penonton dengan kebutuhan tertentu. Beberapa capaian dan rencana tindak lanjut sesuai Impact Campaign, memperlihatkan bahwa meski dalam waktu yang relatif terbatas, menggali potensi dari sebuah film untuk membuat dampak sosial, adalah hal yang patut terus dikembangkan sebagai sebuah upaya bagaimana produk audio visual bisa menggerakkan komunitas-komunitas untuk berjejaring dan melakukan perubahan.

Impact Campaign Film “Sejauh Kumelangkah” hanyalah satu noktah kecil dari jutaan noktah perjuangan yang telah ditorehkan oleh para pendahulu pejuang hak disabilitas dan yang masih akan terus digemakan oleh penerusnya.

Tanpa dukungan dari semua pihak, kampanye ini tidak akan terlaksana.

Untuk itu, Tim Impact Campaign mengucapkan banyak terima kasih kepada In-Docs, para donatur, Partner Penyelenggara, Partner Pemutaran, narasumber dan semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kampanye ini. Harapan kami, jejaring yang telah terbentuk selama kampanye akan terus berlanjut dan berkembang serta melakukan aksi-aksi nyata berikutnya sampai cita-cita #INDONESIAINKLUSIF benar-benar terwujud di bumi Indonesia yang kita cintai ini.

Salam Inklusi!

Mila K. Kamil

Impact Producer
Film “Sejauh Kumelangkah”

Impact Campaign

Tema

#INDONESIAINKLUSIF Menerabas Batas, Bicara Hak Disabilitas! adalah tema besar kampanye yang diusung oleh film “Sejauh Kumelangkah”. Sesuai dengan misi dan ceritanya, film ini bertema hak disabilitas serta akses terhadap pendidikan bagi penyandang disabilitas yang dibingkai melalui pertemuan dua remaja tunanetra Dea dan Salsa yang terpisah di dua negara: Amerika dan Indonesia.

Melalui kampanye ini, film “Sejauh Kumelangkah” mengajak sebanyak mungkin pihak untuk memutar film dan menjadi kolaborator bersama membangun ruang inklusif yang dimulai dari sinema.

Tujuan

Impact Campaign Film “Sejauh Kumelangkah” diadakan dengan tujuan untuk:

- menumbuhkan sensitivitas bahwa di sekeliling kita ada orang-orang dengan disabilitas yang memiliki hak-hak khusus yang harus kita penuhi
- meningkatkan kepedulian seluruh lapisan masyarakat tentang isu disabilitas dan inklusivitas
- mengajak publik untuk turut menjadi bagian yang mendukung tumbuhnya lingkungan yang inklusif
- mengajak disabilitas dan non-disabilitas untuk bersama-sama menerabas sekat-sekat yang selama ini ada lalu bergandengan tangan untuk mewujudkan lingkungan yang lebih bersahabat, suportif, aksesibel, dan inklusif bagi semua



Capaian

Film “Sejauh Kumelangkah” layak disebut sebagai **film inklusif pertama di Indonesia**. Ini terkait kesadaran untuk memberikan akses tontonan kepada seluruh *moviegoers* atau penonton di Indonesia, termasuk penonton dengan disabilitas dengan adanya penambahan fitur Audio Description (AD) untuk penonton tunanetra, Closed Caption (CC) untuk penonton tuli dan *dub* bahasa Indonesia untuk mereka yang tidak mahir berbahasa Inggris. AD dan CC adalah dua hal yang sangat krusial terkait aksesibilitas. Dan ini masih sangat jarang dilakukan oleh pembuat film di Indonesia.

Film “Sejauh Kumelangkah” versi inklusif **menawarkan aksesibilitas yang paling lengkap** sampai saat ini, karena sebelumnya, film-film yang mengkomodir penyandang disabilitas baru menambahkan Audio Description untuk penonton tunanetra saja. Misalnya pada tahun 2007, aktivis disabilitas netra Irwan Dwi Kustanto dan kawan-kawan pernah menggagas pembuatan film aksesibel dengan cara menambahkan Audio Description pada dua film layar lebar berjudul “Ketika” dan “Rindu Kami PadaMu”. Selain itu, sejak tahun 2020 lalu, Minikino juga menambahkan Audio Description pada lima film pendek Indonesia yang masuk ke dalam seleksi S-Express Indonesia.

Bukan hanya filmnya yang aksesibel dan inklusif. Penyelenggaraan Impact Campaign film “Sejauh Kumelangkah” juga merupakan **event pemutaran film dan diskusi online paling inklusif untuk semua** sampai saat ini. Karena selain ada Audio Description, Closed Caption dan *dub* bahasa Indonesia yang sudah menempel dalam film, di setiap *event* yang diselenggarakan oleh Tim Impact Campaign maupun Partner Pemutaran, kami mensyaratkan adanya Juru Bahasa Isyarat atau pengetik Closed Caption untuk peserta tuli. Di Webinar #2 “Indonesia Inklusif: Penerimaan, Integrasi, Inklusi, dan Kesempatan untuk Semua” yang diselenggarakan oleh Tim Impact Campaign sendiri, kami menyediakan semua fasilitas ini untuk peserta.

Film “Sejauh Kumelangkah” versi **inklusif dan Impact Campaign-nya memberi contoh nyata tentang wujud inklusivitas**. Ajakan untuk membuat Indonesia lebih inklusif pun menjadi lebih *powerful* karena cara kerja yang mempraktikkan semboyan ‘nothing about us without us’. Sejak dari pembuatan film sendiri, pembuat film dengan sangat sadar melibatkan perspektif orang dengan disabilitas, dan ketika melakukan impact campaign, Tim Impact Campaign mengimplementasikan praktik inklusivitas dan keberagaman. Ini membuat gerakan impact campaign ini

benar-benar datang secara kolektif dari orang yang sudah melakukan langkah nyata, dan bukan sekadar himbauan dari sekelompok orang yang hanya menirukan kalimat-kalimat dalam teori.

Sampai saat ini, film dan orang film masih dianggap sesuatu yang “jauh” bagi kebanyakan disabilitas, terutama disabilitas netra dan tuli, antara lain karena mereka tidak dapat menikmati film seutuhnya jika film yang mereka tonton tidak aksesibel untuk mereka. Mereka tidak akrab dengan film. Dalam rangkaian kegiatan Impact Campaign, kami berusaha **mendekatkan penggiat film dengan teman disabilitas** melalui Webinar #1 “Film Inklusif: Pendekatan Kreatif untuk Perubahan dan Aksesibilitas”. Harapan kami ini mulai menjadi kenyataan karena setelah Webinar #1 diselenggarakan pada bulan Januari, ada **lebih banyak komunitas film dan seni yang mendaftarkan diri menjadi Partner Pemutaran**. Sebutlah misalnya saja Festival Dokumenter Budi Luhur, Hellomotion High School, Bioskop Harewos, Yayasan Gang Sebelah, NGD Galeri dan Sanggar Pelita Monas. Ini merupakan tanda bahwa film inklusif, isu aksesibilitas dan inklusivitas telah mulai disadari oleh lebih banyak teman-teman penggiat film dan seni.

Impact Campaign ini juga memberi dampak positif bagi tokoh filmnya, yaitu Dea dan Salsa. Pengalaman berhadapan dan berbagi opini serta memberikan pernyataan di publik adalah hal yang tidak mudah bagi para remaja

khususnya remaja dengan disabilitas. Pengalaman ini juga menjadi kesempatan bagi tokoh dalam film untuk melakukan advokasi langsung terkait hak mereka sebagai orang dengan disabilitas. Di sisi lain, ada manfaat terkait mereka sebagai individu di antaranya, Dea jadi lebih lancar berbahasa Indonesia. Salsa juga jadi lebih percaya diri karena sering tampil dan diminta bicara di muka umum serta menjadi lebih asertif dan berani untuk melakukan *self advocacy* pada orang-orang di sekitarnya.

Film “Sejauh Kumelangkah” **menjadi salah satu inspirasi Gerakan Ibu Inklusif** yang dimotori oleh Komunitas Ibu Profesional -- sebuah komunitas para ibu dan calon ibu dalam menjalani dinamika peran yang multifungsi dalam kehidupan sehari-hari. Komunitas Ibu Profesional juga adalah salah satu partner pemutaran film “Sejauh Kumelangkah”.

Dalam Webinar #2, kami menemukan nama-nama komunitas disabilitas yang baru kami dengar. Ini merupakan tanda bahwa **gaung impact campaign dan film inklusif sudah makin menyebar ke lebih banyak komunitas disabilitas**, termasuk komunitas disabilitas yang belum kami kenal sebelumnya.

Adanya situs web dan media sosial membuat informasi tentang Kampanye Dampak Film “Sejauh Kumelangkah” lebih mudah disebarkan kepada publik. Informasi ini meliputi penjelasan tentang

apa itu film inklusif, apa yang kita perjuangkan melalui film inklusif dan kampanye dampak, visi misi dan tujuan kampanye, rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam kampanye, serta ajakan kepada publik untuk ambil bagian dalam kampanye dengan cara menjadi partner pemutaran dan kolaborator. **Banyak pihak yang awalnya sama sekali awam tentang dunia disabilitas, kini mulai paham, menjadi lebih bersimpati kepada disabilitas dan tergerak untuk lebih peduli** setelah menyaksikan film SKM.

Dalam hal capaian kuantitatif, selama rangkaian Pemutaran & Diskusi Film, tercatat **@america mengundang peserta dengan jumlah terbanyak (sekitar 1200 peserta di 6 platform)**. Di platform Zoom yang merupakan platform utama yang digunakan oleh Tim Impact Campaign, **Komunitas Ibu Profesional mencatat jumlah peserta Zoom terbanyak (441 peserta)**.



Tindak Lanjut

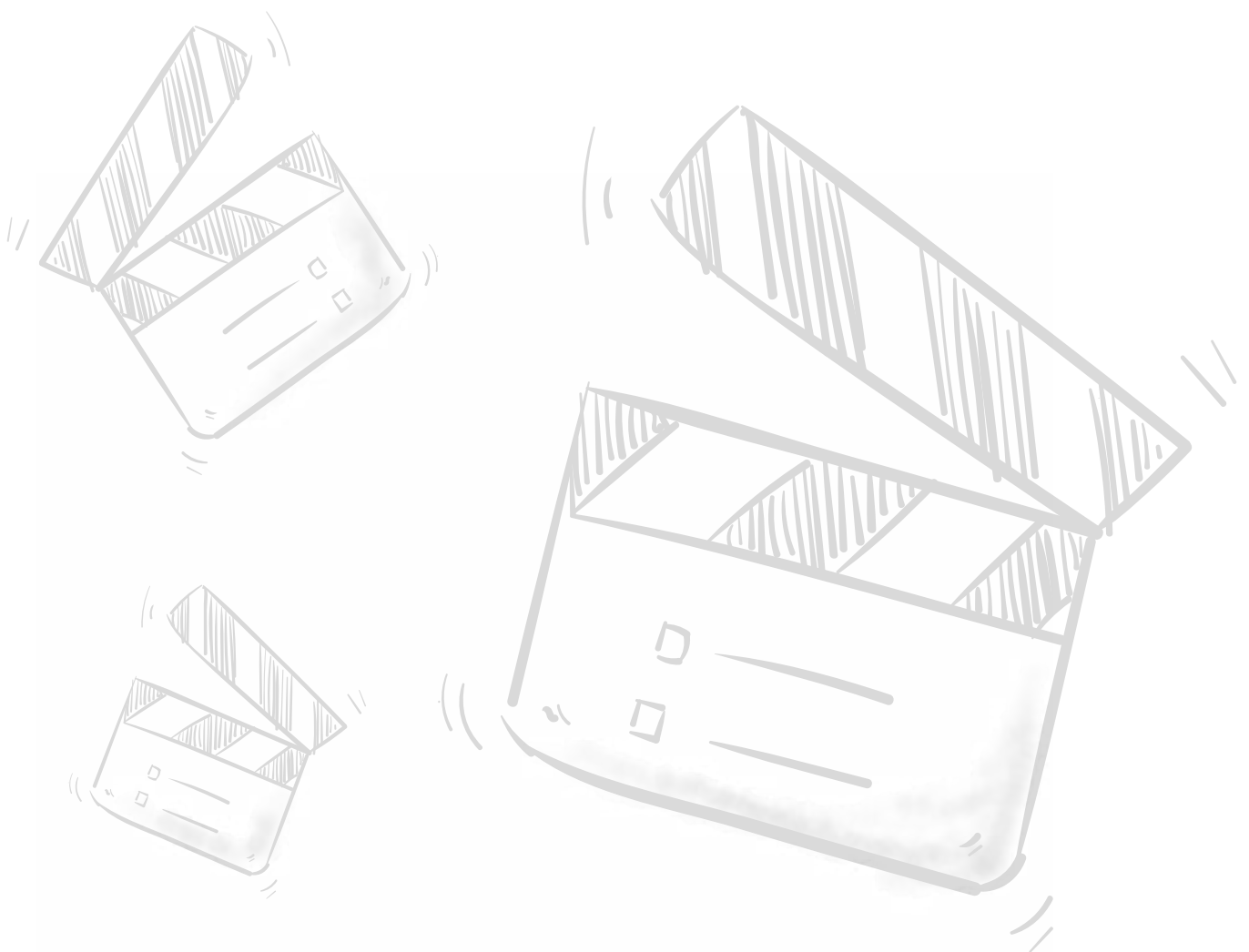
Beberapa hal yang mengemuka dalam sesi-sesi diskusi telah menimbulkan ide dan inisiatif baru, baik dari Partner Pemutaran maupun Tim Impact Campaign untuk melakukan tindak lanjut. Beberapa ide dan inisiatif tersebut antara lain adalah:

- Komunitas Ibu Profesional berniat menggalang sebuah gerakan bernama Gerakan Ibu Inklusif.
- Binus School Simprug menawarkan kepada Salsa untuk berkunjung melihat kelas matematika di sana setelah pandemi usai.
- Mr. Christopher Hayden dari Sinarmas World Academy meminta akses untuk melakukan kontak dengan PSBN Cahaya Bathin, asrama tempat Salsa tinggal sampai saat ini.
- Salah satu Partner Pemutaran, Bolongopi Sinema Kediri, terinspirasi untuk membuat *merchandise* SKM berupa kaus dan menggandeng Kelompok Masyarakat SAGA untuk memproduksi kaus tersebut. Selain untuk membantu UMKM yang sempat lesu karena pandemi, keuntungan penjualan kaus juga akan diberikan kepada komunitas disabilitas yang membutuhkan. *Merchandise* kaus ini dipasarkan oleh mereka di *online marketplace* dan dipromosikan bersama dengan Tim Impact Campaign, antara lain melalui akun media sosial SKM.
- Komunitas Ramah Baca membuka kerja sama dengan Wonderland Publisher, mengundang publik untuk menulis kisah-kisah tentang disabilitas. Kisah-kisah ini akan dijadikan buku dan diterbitkan oleh Wonderland Publisher.
- Dalam sesi Diskusi, Kiddos EduFun di Sangatta menghadirkan kembar tunanetra Kezia dan Lina sebagai narasumber, di samping Dea sebagai narasumber dari pihak film. Kedua gadis kembar ini sebaya dengan Dea dan memiliki riwayat ketunanetraan yang sama. Ini membuat mereka bertiga merasa saling cocok. Ibunda Dea dan ibunda Kezia-Lina juga sempat saling berdialog dalam Diskusi itu, dan mereka pun merasa saling cocok dan ingin tetap saling berhubungan. Apa yang terjadi di event Kiddos EduFun ini kemudian menjadi inspirasi untuk kelak menyelenggarakan webinar bertema “Menjadi Orang Tua (dari dan dengan) Anggota Keluarga Disabilitas” sebagai salah satu rencana tindak lanjut meski rangkaian Impact Campaign Film “Sejauh Kumelangkah” telah usai.
- Sutradara/Produser film “Sejauh Kumelangkah”, Ucu Agustin berencana akan menawarkan kerja sama dengan kampus-kampus yang memiliki PLD (Pusat Layanan Disabilitas). Kerja sama

tersebut berupa akuisisi film SKM versi inklusif (dilengkapi AD, CC dan dubbing bahasa Indonesia) yang digunakan dalam Impact Campaign untuk dijadikan alat edukasi di kampus dalam mata kuliah bertopik aksesibilitas dan media audio visual.

- Belajar dari kasus Kepala Sekolah SD Pabuaran Bogor yang mengaku tidak tahu harus berkonsultasi ke mana jika suatu hari nanti ada siswa disabilitas yang ingin mendaftar di sekolahnya,

kami berencana menyediakan informasi (*resources*) terkait lembaga-lembaga disabilitas yang ada di Indonesia, terutama yang telah saling terkoneksi dalam Impact Campaign ini. Menurut rencana, informasi ini akan disediakan di situs web agar dapat diakses oleh publik sehingga publik yang membutuhkan informasi tentang disabilitas dapat langsung menghubungi lembaga-lembaga ini.



Evaluasi & Pembelajaran

Evaluasi dan Pembelajaran Dalam Tugas-Tugas Impact Producer

Pemutaran & Diskusi Film secara *online* sungguh sebuah kampanye dampak film yang menantang. Tugas-tugas teknis menjadi lebih banyak, kompleks dan detail. Penanganan peserta disabilitas yang berkebutuhan khusus juga menimbulkan tugas-tugas tambahan tak terduga di tengah jalan yang tetap harus dipenuhi untuk memenuhi janji sebagai kampanye film inklusif yang dilakukan secara inklusif. Tugas-tugas tambahan tak terduga ini membuat Tim Impact Campaign yang hanya merupakan tim kecil kekurangan waktu dan tenaga untuk melakukan beberapa hal yang sudah direncanakan sebelumnya.

Berikut adalah beberapa ide untuk perbaikan pelaksanaan acara serupa di waktu mendatang:

- tugas utama Impact Producer dalam Impact Campaign Film SKM dapat dikelompokkan ke dalam dua tugas utama. Pertama, tugas ke dalam yaitu mengelola penyelenggaraan semua rangkaian kegiatan Impact Campaign secara menyeluruh, termasuk urusan kontrak ke semua pihak dan pengelolaan keuangan. Kedua, tugas keluar yaitu melakukan inisiatif pendekatan ke pihak-pihak baru guna mengajak pihak-pihak tersebut berpartisipasi dalam kampanye. Agar semuanya dapat berjalan lancar dan optimal, kedua tugas utama ini sebaiknya dikerjakan oleh dua orang yang berbeda. Dalam kampanye ini, waktu dan tenaga Impact Producer lebih banyak terserap untuk mengurus urusan ke dalam, termasuk tugas-tugas Admin sehingga tidak punya cukup waktu untuk melakukan pendekatan yang intens dengan pihak-pihak baru yang diharapkan bisa menjadi calon kolaborator;
- tugas *media coverage* dan *media monitoring* sebaiknya diserahkan ke Tim Media Sosial sejak awal agar dapat dicicil dan tidak menumpuk di akhir masa kampanye;
- perlu ada staf yang khusus mengurus keuangan, terutama karena cara pencatatan keuangan dalam Impact Campaign cukup spesifik dan perlu dipelajari -- ini membutuhkan waktu bagi yang tidak terbiasa mengelola keuangan dan cara pencatatan keuangan secara spesifik dalam suatu acara atau organisasi. Di samping itu, keperluan untuk pergi ke bank,

melakukan transfer dana ke luar negeri, pemilihan metode pembayaran, serta hal-hal lain yang harus diantisipasi saat terjadi gagal transfer juga membutuhkan perhatian dan waktu tersendiri. Karena itu akan lebih baik bila tugas keuangan diserahkan kepada staf khusus yang memang sudah terbiasa mengelola keuangan.

Evaluasi dan Pembelajaran Dalam Tugas-Tugas Administrasi

- Staf Admin yang baru bergabung dengan Tim setelah kampanye berjalan beberapa saat, membutuhkan waktu untuk mengadopsi pengetahuan dan kebiasaan merekap data calon partner pemutaran. Sedikit banyak, ini memengaruhi kecepatan kerja Tim secara keseluruhan;
- Dalam perkembangannya, tugas admin yang dijalani tidak sekadar tugas-tugas administratif, tetapi juga tugas-tugas lain yang berkaitan dengan berjalannya kegiatan. Mulai dari merancang *rundown* pelaksanaan kegiatan, membantu menjadi *host* atau *co-host* Zoom untuk teknis event secara online, mengoordinasikan jadwal tim teknis-narasumber-penyelenggara, serta membantu memastikan tiap kegiatan berjalan lancar. Hal ini membuat beban tugas administrasi menjadi lebih banyak ditanggung dan dijalani oleh Impact Producer. Tawaran solusi ke depan: menggu-

nakan *term Project Officer* atau *Project Support* saat akan meng-*hire* seseorang untuk tugas-tugas serupa, alih-alih sebagai staf Admin;

- Karena Tim Impact Campaign hanya memiliki pengetahuan teknis dan pengolahan data yang sangat minim, dalam hal ini Tim banyak dibantu oleh supervisi dari tim In-Docs;
- Seiring berjalannya kegiatan, diperlukan penyesuaian-penyesuaian terhadap mekanisme yang sudah dibuat. Misalnya, merevisi formulir pendaftaran calon Partner Pemutaran di situs web, merevisi Surat Pernyataan, serta menyesuaikan materi-materi lain yang perlu diberikan kepada calon Partner. Penyesuaian-penyesuaian ini ternyata perlu dilakukan secara terus-menerus sesuai perkembangan kondisi hingga ditemukan mekanisme yang paling tepat dan nyaman untuk dilakukan;
- Kendala teknis seperti tidak munculnya Google Calendar pada salah satu narasumber serta tidak terbiasanya Tim menggunakan Google Calendar membuat Admin perlu membuat komunikasi internal dan pengingat kegiatan secara berulang.

Evaluasi dan Pembelajaran Dalam Event Webinar dan Pemutaran & Diskusi Film

Beberapa ide untuk perbaikan ke depan:

- Membuat jadwal Pemutaran Film & Diskusi di situs web dan media sosial

untuk memberikan informasi kepada publik yang ingin menghadiri acara secara individual – bukan sebagai Partner Pemutaran. (Dalam kampanye ini, Tim Impact Campaign telah melakukan upaya ini dengan *posting* poster dari Partner Pemutaran di akun media sosial SKM);

- Membuat angket atau lembar evaluasi webinar/diskusi film tentang seberapa jauh webinar/diskusi tersebut memberi manfaat;
- Mengadakan door prize sebagai salah satu cara untuk membuat acara lebih seru, interaktif, dan menarik;
- Berdasarkan permintaan sebagian peserta, Tim Impact Campaign dapat mempertimbangkan untuk memberikan sertifikat kepada mereka yang telah berpartisipasi dalam webinar;
- Pada awalnya, Tim Impact Campaign tidak menyadari bahwa perbedaan zona waktu sebanyak 12 jam antara Indonesia dan Amerika akan memerlukan pertimbangan dan penyesuaian tertentu dalam merencanakan jadwal pemutaran. Setelah Tim menyadari hal ini karena beberapa Partner mendaftar di jam-jam tertentu yang ternyata merupakan waktu tidur malam di Amerika, maka dilakukanlah beberapa penyesuaian, mulai dari mengubah redaksi formulir pendaftaran, meminta bantuan ThinkWeb untuk meng-*update* perubahan itu di situs web, sampai konfirmasi ulang jadwal acara dengan beberapa Partner yang sudah telanjur mendaftar di jam-jam tersebut.

Evaluasi dan Pembelajaran Dalam Pembuatan Laporan Akhir

Tim Impact Campaign menghadapi kondisi banyaknya Partner Pemutaran (terutama orang Indonesia) yang abai atau menunda-nunda atau lupa atau bahkan *gak mudeng* bahwa mereka diminta memberikan laporan. Hal ini membuat Tim Impact Campaign harus terus-menerus menagih laporan dari mereka, sehingga tugas-tugas lain yang lebih penting menjadi terlambat dikerjakan atau terbengkalai. Oleh karena itu, guna keperluan *backup*, sebaiknya ada pekerjaan yang dilakukan sejak awal secara berkesinambungan oleh Tim Impact Campaign agar memudahkan dalam pengumpulan data untuk membuat laporan. Pekerjaan itu adalah:

- menggunakan akun Zoom milik Tim Impact Campaign sendiri sejak awal untuk semua *event*, termasuk *event* yang diselenggarakan Partner Pemutaran. Hal ini agar mempermudah dan mempercepat Tim dalam pengumpulan data laporan (terutama rekaman Zoom dan jumlah peserta). Jika data bisa terkumpul lebih cepat, akan ada lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal-hal lain yang lebih penting,
- menulis sendiri (alih-alih menunggu laporan dari Partner Pemutaran) laporan pandangan mata tentang jalannya acara dan membuat *screen-shot* sendiri serta *caption* pada foto-foto tersebut bila ada info atau

kejadian penting atau menarik. Laporan pandangan mata dan foto ini dapat dimanfaatkan untuk postingan di media *online* atau konten media sosial.

- Tim Impact Campaign perlu banyak belajar/tahu tentang cara menganalisis data, termasuk cara membuat pertanyaan-pertanyaan untuk angket, pertanyaan apa yang berkorelasi dengan tujuan kampanye atau hal-hal yang ingin dilihat dampaknya setelah kampanye dilakukan. Meskipun untuk tugas menganalisis data, Tim bisa meminta bantuan kepada yang lebih ahli, Tim tetap perlu mengetahui ilmu dasarnya.

Evaluasi dan Pembelajaran Dalam Isu Disabilitas

Dalam berbagai diskusi, Tim Impact Campaign juga mendapatkan banyak kesan dan pembelajaran yang membuka mata hati dan meningkatkan kesadaran. Hal ini terutama sangat dirasakan oleh teman-teman yang baru pertama kalinya mengenal dan bekerja sama dengan disabilitas. Berikut adalah beberapa di antaranya:

- timbul kesadaran bahwa dalam melakukan kerja sama dengan penyandang disabilitas dalam hal ini tunanetra, perlu memikirkan cara yang aksesibel untuk semua. Karena boleh jadi cara kerja yang umum digunakan tidak memudahkan bagi

tunanetra sehingga perlu mencari cara alternatif. Di sisi lain ada hal-hal yang dikira tidak bisa dilakukan tunanetra, tapi ternyata mereka bisa. Bekerja sama dengan tunanetra dalam satu tim memberikan pengalaman nyata -- bukan sekadar 'katanya'-- bagi Tim Impact Campaign;

- kualitas sistem pendidikan di Indonesia ternyata belum merata sehingga ini menjadi tantangan yang cukup besar ketika diskusi masuk ke topik pendidikan inklusif. Hal ini juga berpengaruh pada cara berkoordinasi, terutama dengan Partner Pemutaran yang merupakan institusi pendidikan. Saat Tim merespons dan berkoordinasi dengan para guru maupun siswa, terasa ada *gap* yang sangat berbeda antara cara berkoordinasi guru dan siswa di sekolah swasta dan juga internasional dengan guru dan siswa di sekolah negeri atau madrasah yang terletak di kabupaten atau pelosok;
- pendidikan untuk siswa disabilitas terasa timpang dibandingkan pendidikan untuk siswa non-disabilitas, terutama dalam beberapa hal yang bahkan di pendidikan umum pun masih problematis. Misalnya saja pendidikan seks dan kesehatan reproduksi yang sempat dibahas pada sesi diskusi bersama UNS (Universitas Sebelas Maret Surakarta);
- rata-rata peserta diskusi masih cenderung memandangi kisah yang ditawarkan dalam film "Sejauh Kume-langkah" sebagai inspirasi yang sentimentil saja atau merasa 'bersyukur tidak terlahir sebagai disabilitas'.

Sebagian peserta non-disabilitas juga cenderung menganggap bahwa di Amerika Serikat semuanya jauh lebih baik. Cara pandang ini kemudian diluruskan dalam sesi diskusi dengan membicarakan hal-hal seperti kesempatan yang setara, memberi kepercayaan kepada teman disabilitas, serta menghindari bersikap asuntif dan 'mengasihani' teman-teman disabilitas. Dalam sesi diskusi bersama komunitas Bioskop Harewos, peserta diajak untuk mulai bersikap lebih inklusif dengan meminta Salsa membagikan akun media sosialnya; ini merupakan cara yang baik untuk mengajak publik terbiasa berteman dengan disabilitas;

- ada kecenderungan anggapan pada diri orang dengan disabilitas bahwa mereka harus bisa bersaing hingga mencapai 'prestasi' terlebih dahulu untuk bisa 'dipertimbangkan' di masyarakat. Ini tampak pada jawaban-jawaban Salsa yang kerap menggunakan istilah 'persaingan' alih-alih 'kerja sama' atau 'kontribusi' sebagai bentuk aktualisasi diri;
- ruang untuk bertemu dan menjalin pertemanan dengan teman-teman disabilitas memang relatif masih minim sehingga orang dengan disabilitas belum punya banyak teman non-disabilitas. Disadari pula bahwa ternyata ruang yang dapat dimanfaatkan dengan cukup efektif untuk menjalin pertemanan dengan disabilitas ini adalah lewat sinema, antara lain lewat kegiatan Bioskop Bisik;
- penggunaan istilah dan bahasa

ternyata berpengaruh terhadap penguatan identitas teman-teman disabilitas. Di sisi lain, hal ini juga masih menjadi perdebatan di kalangan kelompok disabilitas itu sendiri. Misalnya saja penggunaan istilah "difabel" VS "disabilitas", "tunarungu" VS "tuli". Lebih dalam lagi, komunitas tuli/tunarungu juga masih berbeda pendapat tentang bahasa isyarat yang mana yang seharusnya mereka gunakan, apakah Bisindo (Bahasa Isyarat Indonesia) atau SIBI (Sistem Bahasa Isyarat Indonesia);

- masih ada *gap* antar-kelompok disabilitas. Ini terungkap dalam diskusi bersama Konsulat AS di Medan. Bahwa antara jenis disabilitas yang berbeda masih sering saling meledek, alih-alih bekerja sama. Sehingga adanya film "Sejauh Kumelangkah" menjadi semacam harapan bagi mereka bahwa film ini akan dapat menyatukan antar-kelompok disabilitas di Medan;
- hal yang penting untuk diperhatikan dalam berinteraksi dengan teman disabilitas adalah bertanya dan mendengarkan lebih dulu tentang apa yang mereka perlukan, alih-alih langsung menyodorkan bantuan tanpa bertanya dulu. Dalam hal menawarkan bantuan ini, perlu juga dihindari sikap mengasihani atau terlalu melayani guna tetap menjaga kemandirian dan kepribadian mereka;
- menyadari bahwa beberapa profesi dan keterampilan yang berkaitan dengan dunia disabilitas adalah sesuatu yang sangat penting --

termasuk mengupayakan keterlibatan orang-orang yang berprofesi atau berketerampilan khusus tersebut--saat menyelenggarakan kegiatan atau acara yang mempertimbangkan keterlibatan teman-teman disabilitas. Misalnya saja, menyediakan Juru

Bahasa Isyarat, menetik link di ChatBox untuk mempermudah aksesibilitas teman-teman disabilitas netra, sampai menyediakan juru ketik cepat untuk menetik closed caption guna memudahkan aksesibilitas teman-teman disabilitas ganda.

