

Strategi Media Sosial untuk Kampanye Edukasi Disleksia bagi Orang Tua dan Guru Anak Usia 13-16

Adinda Ar Ryyantyas¹, Diana Aqidatun Nisa², Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

E-mail: 22052010017@student.upnjatim.ac.id¹, diananisa.dkv@upnjatim.ac.id²

Article History:

Received: 19 Maret 2026

Revised: 02 Mei 2026

Accepted: 24 Mei 2026

Keywords: *Disleksia, Media Sosial, Kampanye, Edukasi*

Abstract: *Disleksia merupakan gangguan belajar yang berkaitan dengan kesulitan membaca, menulis, dan mengeja, meskipun anak penyandang disleksia memiliki tingkat kecerdasan yang normal. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai isu disleksia ini sering kali menimbulkan stigma negatif terhadap anak penyandang disleksia, seperti anggapan bahwa mereka malas atau kurang cerdas. Kondisi ini menunjukkan pentingnya upaya edukasi yang lebih luas kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi media sosial sebagai sarana kampanye edukasi disleksia bagi orang tua dan guru anak usia 13-16 tahun. Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara dengan psikolog dan psikolog anak, sedangkan data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 102 responden yang terdiri dari orang tua dan guru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat mengenai disleksia masih belum merata dan masih terdapat persepsi yang kurang tepat terkait karakteristik anak disleksia. Media sosial diketahui menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat dan dinilai efektif sebagai media kampanye edukasi disleksia. Strategi konten meliputi penggunaan bahasa yang sederhana dan komunikatif, penyajian konten audiovisual seperti video penjelasan singkat, desain visual yang ramah dan menarik, serta pemanfaatan hashtag untuk memperluas jangkauan informasi. Selain itu, model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) dapat digunakan sebagai kerangka strategi dalam merancang kampanye edukasi disleksia di media sosial. Dengan strategi komunikasi dan visual yang tepat, media sosial berpotensi menjadi media kampanye edukasi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat sekaligus mengurangi stigma terhadap anak penyandang disleksia.*

PENDAHULUAN

Disleksia adalah suatu gangguan belajar yang berkaitan langsung dengan kemampuan berbahasa seseorang. Gangguan tersebut terlihat dalam berbagai kesulitan, seperti mengenali huruf, angka, simbol, atau juga tanda baca dalam sebuah kalimat. Sehingga, anak penyandang disleksia akan mengalami kesulitan serius dalam proses membaca, menulis, mengeja, bahkan juga memahami informasi verbal dan tertulis (Dewi, 2020). Anak penyandang disleksia biasanya menunjukkan kesulitan dalam memahami maupun mengekspresikan bahasa meskipun mereka memiliki tingkat kecerdasan yang normal (Faizin, 2020). Kondisi tersebut sering kali berdampak pada proses belajar anak dan berpotensi memengaruhi kepercayaan diri sang anak serta perkembangan akademik anak apabila tidak segera ditangani dengan tepat.

Disleksia juga masih dijumpai pada siswa-siswa di Sekolah Menengah Pertama, dan pada beberapa kasus berada pada tingkat keparahan yang cukup tinggi sehingga bisa menghambat proses pembelajaran anak. Penelitian studi kasus yang dilakukan oleh Mukhtar et al. (2024) di SMP Makassar Mulya yang mengkaji tingkat keparahan disleksia pada siswa menunjukkan bahwa siswa penyandang disleksia di sekolah itu masuk pada golongan disleksia berat. Siswa-siswa SMP tersebut masih mengalami kesulitan dalam mengenali dan memahami berbagai bentuk kata, terutama yang mirip-mirip. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa anak penyandang disleksia usia 13-16 tahun yang berada pada jenjang Sekolah Menengah Pertama masih membutuhkan perhatian serta pendampingan yang tepat dalam proses belajar mereka.

Kurangnya pemahaman mengenai disleksia masih menjadi permasalahan baik di lingkungan pendidikan maupun keluarga. Minimnya literasi tentang disleksia kerap kali memunculkan stigma-stigma negatif dari masyarakat terhadap anak penyandang disleksia. Anak-anak disleksia sering mendapat julukan seperti malas, kurang cerdas, atau tidak berusaha dalam belajar. Padahal dalam kenyataannya anak disleksia mengalami kesulitan dalam proses belajarnya. (Pandiangan & Selian, 2025). Persepsi-persepsi keliru itu tak hanya datang dari masyarakat sekitar, tetapi juga dapat berasal dari lingkungan terdekat anak, termasuk orang tua maupun guru. Hal tersebut tentunya dapat berdampak pada pola pendampingan belajar yang tidak sesuai serta tekanan emosional yang berlebihan terhadap anak.

Berbagai upaya telah dilakukan sebelumnya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai disleksia. Baik melalui program pendampingan, pengembangan bahan ajar ramah disleksia dari dosen Universitas Pendidikan Ganesha dengan tujuan untuk anak-anak penyandang disleksia diberi kemudahan dalam membaca serta mengeja (Kemdikti Saintek, 2025). Bahkan juga layanan komunitas-komunitas seperti Dyslexia Center Indonesia yang sejak 2019 memberikan layanan pra-diagnosa, terapi edukatif, serta konseling untuk anak-anak disleksia serta orang tua. Namun, upaya-upaya yang sudah dilakukan tersebut masih belum mampu untuk menjangkau masyarakat secara luas dan belum sepenuhnya mengubah persepsi serta stigma negatif yang berkembang di masyarakat terkait anak disleksia. Oleh karena itu, diperlukan sebuah media edukasi yang mampu menyampaikan informasi mengenai disleksia secara lebih luas, salah satunya melalui kampanye edukasi melalui media sosial yang mampu menyampaikan informasi mengenai disleksia secara lebih mudah diakses, menarik, dan juga relevan dengan kebiasaan masyarakat saat ini.

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, media sosial mempunyai potensi besar sebagai sarana penyebaran informasi dan edukasi kepada masyarakat. Media sosial memiliki sifat yang visual, interaktif, dan juga mudah diakses oleh berbagai kalangan. Media ini memungkinkan penyampaian informasi secara luas dan cepat, sehingga sesuai untuk menyampaikan isu disleksia kepada masyarakat terutama peran-peran pendidik anak seperti orang tua dan juga guru.

Pemanfaatan media sosial sebagai media edukasi menjadi semakin relevan seiring dengan perkembangan teknologi dan tingkat penggunaan media sosial di masyarakat (Suminar, 2019; Anwar et al., 2022). Dalam penelitiannya, Fitriani (2021) menyatakan bahwa berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Youtube, bahkan juga TikTok bisa dimanfaatkan sebagai media untuk menyajikan konten edukasi yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan pengetahuan dan wawasan baru secara mudah dan efektif.

Penyampaian pesan edukasi kepada masyarakat memerlukan strategi komunikasi yang tepat. Melalui pemanfaatan strategi konten yang tepat, seperti penggunaan visual yang menarik, penyampaian informasi yang ringkas, jelas, serta bahasa yang mudah dipahami, media sosial bisa menjadi sarana kampanye edukasi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat khususnya orang tua dan guru mengenai disleksia. Strategi penyampaian informasi yang tepat juga penting agar pesan kampanye edukasi disleksia dapat diterima dengan baik oleh target audiens, yaitu orang tua dan guru yang berperan dalam mendampingi proses belajar anak usia 13-16 tahun.

Berdasarkan latar belakang tersebut, media sosial mempunyai potensi untuk dimanfaatkan sebagai media dalam pelaksanaan kampanye edukasi mengenai disleksia kepada masyarakat. Melalui penyampaian informasi yang lebih ringkas, visual, dan penjelasan yang mudah dipahami, media sosial dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat sekaligus mengurangi stigma negatif terhadap anak penyandang disleksia. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Strategi Media Sosial untuk Kampanye Edukasi Disleksia bagi Orang Tua dan Guru Anak Usia 13-16” ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana strategi konten media sosial sebagai media kampanye edukasi disleksia serta bagaimana media tersebut dapat menyampaikan informasi yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat, khususnya orang tua dan guru sebagai peran pendidik anak.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode campuran atau *mixed methods* yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh terkait pandangan dan sikap audiens (Creswell & Creswell, 2018). Penggunaan metode campuran memungkinkan peneliti untuk tak hanya mendapatkan data yang bersifat deskriptif namun juga data numerik yang bisa memberikan gambaran yang lebih terukur mengenai fenomena yang dikaji. Dengan begitu, kombinasi dari kedua pendekatan tersebut dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap permasalahan penelitian.

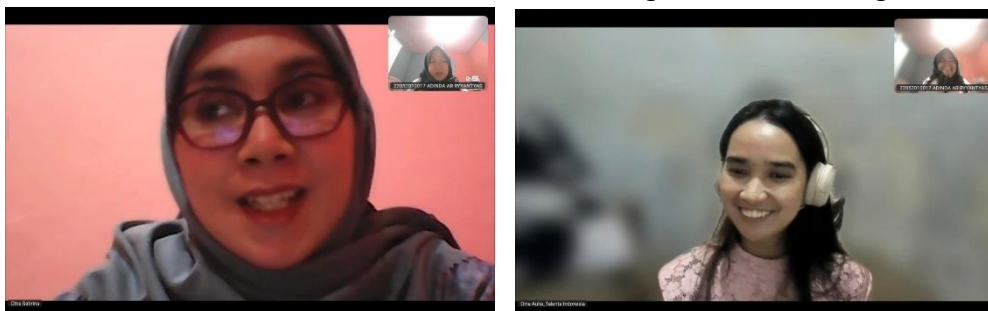
Rachmad (2024:36-37) mengungkapkan bahwa metode campuran itu memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih luas juga dalam terkait suatu fenomena dikarenakan setiap jenis data dapat saling melengkapi dalam analisisnya. Data kualitatif berperan dalam memberikan penjelasan yang lebih dalam mengenai interpretasi atau pendapat narasumber juga pengalaman mereka, sedangkan data kuantitatif memberikan gambaran yang lebih terstruktur melalui angka dan data-data tertentu yang bisa dianalisis secara statistik.

Dalam praktiknya, metode campuran ini tak hanya menggabungkan teknik pengumpulan data namun juga proses analisis data. Proses pengumpulan data bisa dilakukan secara bersamaan maupun secara bertahap. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif dilakukan melalui wawancara dengan psikolog dan psikolog anak untuk mengetahui pendapat dan pengalaman mereka terkait anak-anak penyandang disleksia, pentingnya kampanye edukasi disleksia, serta konten apa yang paling cocok untuk kampanye edukasi disleksia di era ini. Sedangkan untuk

pendekatan kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk memperoleh data numerik terkait tingkat pemahaman mengenai disleksia, pentingnya kampanye, serta preferensi mereka terhadap media yang digunakan dalam penyampaian informasi edukatif mengenai disleksia. Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. **Wawancara:** Wawancara dilakukan kepada psikolog anak yaitu ibu Citra dan psikolog ibu Dina mengenai disleksia, kampanye disleksia, juga konten seperti apa yang cocok untuk digunakan sebagai edukasi disleksia kepada masyarakat, terutama guru dan orang tua.

Gambar 1. Wawancara Psikolog Anak & Psikolog



(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

2. **Kuesioner:** Kuesioner disebarkan kepada guru dan orang tua untuk mengumpulkan data kuantitatif tentang tingkat pengetahuan, persepsi, pentingnya kampanye disleksia juga preferensi konten media sosial edukasi disleksia.

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menguraikan hasil wawancara, sedangkan analisis deskriptif kuantitatif untuk menjabarkan data yang diperoleh dari hasil kuesioner. Hasil analisis tersebut kemudian akan digunakan untuk mengidentifikasi strategi konten media sosial yang dapat digunakan untuk kampanye edukasi disleksia kepada masyarakat, khususnya kepada orang tua dan guru anak usia 13-16 tahun. Hasil dari proses analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai strategi penyampaian konten yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai disleksia melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan pemahaman masyarakat serta mengurangi stigma terhadap anak penyandang disleksia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Disleksia

Berdasarkan hasil kuesioner dengan 102 responden terkait disleksia dan media edukasi disleksia, sebagian besar responden telah memiliki gambaran dasar mengenai disleksia. Sebanyak 87,3% responden menyatakan bahwa disleksia merupakan gangguan yang berhubungan dengan kesulitan membaca dan menulis. Namun, masih ada responden yang memiliki pemahaman kurang tepat, yaitu 3,9% menganggap disleksia sebagai gangguan intelektual dan 1% sebagai masalah perilaku, serta 7,8% menyatakan tidak mengetahui apa itu disleksia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemahaman dasar tentang disleksia sudah mulai dikenal oleh masyarakat, tapi masih ada salah paham tentang karakteristik kondisi tersebut.

Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil wawancara dari psikolog anak Ibu Citra Sabrina, M.Psi., Psikolog, yang mengatakan bahwa tingkat kesadaran masyarakat terhadap disleksia masih cukup rendah. Banyak orang tua yang menganggap bahwa anaknya malas belajar dan nakal,

padahal kesulitan itu merupakan gejala dari disleksia. Dengan itu, dapat disimpulkan bahwa meski sebagian masyarakat telah mengenal istilah disleksia, pemahaman yang lebih dalam mengenai kondisi tersebut masih perlu ditingkatkan.

Ibu Dina Aulia, M.Psi., Psikolog, juga menjelaskan bahwa kasus disleksia di sekolah sebenarnya cukup banyak, namun sering tak teridentifikasi secara tepat karena minimnya pengetahuan masyarakat, terutama guru dan orang tua. Padahal, identifikasi dini terkait gangguan belajar terutama disleksia itu penting untuk dilakukan. Menurut Ibu Citra, penanganan disleksia sebaiknya dilakukan sedini mungkin, idealnya sebelum anak mencapai usia 9 tahun. Anak penyandang disleksia yang terlambat identifikasi akan mengalami ketertinggalan belajar yang cukup jauh dan memiliki masalah psikologis seperti kecemasan dan penurunan rasa percaya diri. Apabila anak-anak dengan gangguan belajar seperti disleksia tidak diidentifikasi dengan tepat dan tak mendapat penanganan lebih lanjut, maka akan berdampak pada masa depan sang anak nantinya.

Namun, hasil kuesioner menunjukkan bahwa kesulitan membaca pada siswa usia Sekolah Menengah Pertama masih cukup sering ditemui di lingkungan pendidikan. Sebanyak 66,7% responden menyatakan pernah menjumpai siswa di tingkat Sekolah Menengah Pertama yang mengalami kesulitan membaca. 20,6% responden mengatakan tidak pernah menjumpai kondisi tersebut, dan 12,7% responden menyatakan belum yakin. Hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan kesulitan membaca masih cukup nyata terjadi di lingkungan sekolah. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu indikasi adanya gangguan belajar seperti disleksia yang belum teridentifikasi secara tepat, sehingga pemahaman yang lebih baik dari orang tua dan guru menjadi sangat penting dalam mendukung proses belajar anak.

Pada pertanyaan mengenai tingkat kecerdasan anak disleksia, hanya 51% responden yang mengetahui bahwa anak disleksia itu memiliki tingkat kecerdasan yang normal. Sementara 27,5% responden menyatakan tidak mengetahui dan 21,6% responden beranggapan bahwa anak disleksia tidak mempunyai kecerdasan yang normal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan di masyarakat mengenai karakteristik disleksia, sehingga edukasi mengenai isu tersebut masih sangat diperlukan.

Stigma terhadap Anak Disleksia

Stigma negatif terhadap anak disleksia oleh masyarakat masih menjadi permasalahan yang perlu diperhatikan. Berdasarkan hasil kuesioner, 48% responden menyatakan bahwa anggapan negatif seperti anak disleksia dianggap malas atau bodoh kadang masih terdengar di lingkungan sekitar, sementara 34,3% responden menyatakan hal tersebut kerap kali terjadi. Hasil temuan itu juga sejalan dengan hasil wawancara dengan Ibu Citra Sabrina yang mengungkapkan bahwa stigma negatif terhadap anak disleksia masih sangat kuat dan bahkan seringnya muncul dari lingkungan terdekat mereka sendiri, termasuk orang tua. Banyak anak disleksia yang dianggap tak mempunyai kemampuan belajar yang baik, padahal mereka mengalami kesulitan serius dan membutuhkan cara belajar yang berbeda dari anak pada umumnya.

Menurut Ibu Dina Aulia, stigma tersebut tidak selalu muncul dikarenakan niat yang buruk, namun lebih disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai disleksia itu sendiri. Ketika masyarakat tidak memahami kondisi tersebut, mereka cenderung memberikan label atau penilaian yang keliru kepada anak yang mengalami kesulitan belajar. Label-label negatif tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi cara lingkungan memperlakukan anak-anak penyandang disleksia, baik dalam lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat.

Urgensi Kampanye Edukasi Disleksia

Dari hasil kuesioner, mayoritas responden menilai bahwa kampanye edukasi mengenai

disleksia penting untuk dilakukan. Sebanyak 83,3% responden menyatakan kampanye edukasi disleksia sangat penting, sementara 16,7% responden menilai cukup penting. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat menyadari perlunya upaya edukasi yang lebih luas untuk meningkatkan pemahaman mengenai disleksia. Hal tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ibu Citra yang mengatakan bahwa kampanye sosial mengenai disleksia penting dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama bagi orang tua dan guru. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Ibu Dina yang berpendapat bahwa kampanye edukasi perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu disleksia agar masyarakat memahami bahwa kondisi disleksia merupakan gangguan belajar yang nyata dan bukan disebabkan oleh kemalasan atau rendahnya kecerdasan anak.

Potensi Media Sosial sebagai Media Kampanye Edukasi Disleksia

Berdasarkan hasil kuesioner, media sosial menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat dalam memperoleh pengetahuan mengenai disleksia. Sebanyak 68,6% responden menyatakan bahwa mereka mengetahui informasi terkait disleksia melalui media sosial, sedangkan hanya 15,7% responden saja yang memperoleh informasi tersebut melalui pelatihan atau lingkungan sekolah. Hasil data tersebut menunjukkan bahwa media sosial mempunyai peran yang cukup signifikan dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Hal itu juga didukung oleh hasil kuesioner yang menampilkan bahwa 74,5% responden menilai media sosial sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan edukasi mengenai disleksia. Sementara itu, 20,6% responden memilih seminar atau kegiatan tatap muka, dan hanya 4,9% memilih media cetak seperti poster maupun brosur. Untuk bentuk konten yang paling menarik untuk konten edukasi disleksia, 88,2% responden menjawab video penjelasan singkat, 37,3% menjawab infografis dengan data dan fakta singkat.

Hasil wawancara dengan Ibu Citra Sabrina pun menyatakan bahwa media edukasi berbasis audiovisual dinilai lebih efektif dalam menyampaikan informasi mengenai disleksia dibandingkan teks-teks panjang. Informasi visual cenderung lebih mudah untuk dipahami dan diingat oleh masyarakat, terutama bagi orang tua yang memiliki keterbatasan waktu maupun kebiasaan membaca yang rendah. Pemanfaatan media sosial dapat menjadi salah satu strategi yang cukup efektif untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai disleksia, khususnya orang tua dan juga guru sebagai pihak yang berperan langsung dalam proses belajar anak.

Strategi Komunikasi Kampanye Edukasi Disleksia di Media Sosial

Strategi komunikasi dalam penyampaian kampanye edukasi disleksia melalui media sosial disusun berdasarkan hasil data penelitian mengenai preferensi audiens terhadap bentuk penyampaian kampanye edukasi disleksia di media sosial. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 73,5% responden menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang ringan dan mudah dipahami lebih efektif dibandingkan bahasa yang terlalu formal atau akademis yang hanya 5,9% responden memilih. Oleh sebab itu, pesan-pesan edukasi disleksia sebaiknya disampaikan dengan menggunakan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan ramah, agar lebih mudah dipahami oleh target audiens, khususnya orang tua dan guru anak usia 13-16 tahun.

Pendekatan komunikasi kampanye yang digunakan bersifat informatif sekaligus persuasif. Pendekatan informatif bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar mengenai disleksia, seperti pengertian, tanda-tanda, serta cara mendukung proses belajar anak dengan disleksia. Sedangkan pendekatan persuasif digunakan untuk mendorong audiens agar lebih bersikap suportif terhadap anak yang mengalami kesulitan belajar terutama disleksia. Strategi ini juga sebuah upaya untuk mengurangi stigma negatif yang masih sering muncul di masyarakat, seperti anggapan bahwa anak disleksia itu merupakan anak yang malas dan kurang cerdas. Penggunaan

kata ajakan seperti “mari”, “ayo”, dan “yuk” bisa digunakan untuk mendorong audiens agar terlibat dalam menciptakan lingkungan belajar yang lebih suportif bagi anak dengan disleksia.

Strategi Pemasaran Kampanye Edukasi Disleksia di Media Sosial

Berdasarkan hasil data penelitian, media sosial merupakan media yang paling banyak dipilih oleh responden sebagai media kampanye edukasi disleksia. Penyebaran informasi melalui media sosial memerlukan strategi untuk memperluas jangkauan konten media sosial. Salah satu strategi yang digunakan untuk memperluas jangkauan kampanye adalah dengan memanfaatkan penggunaan *hashtag* yang relevan dengan topik edukasi disleksia. *Hashtag* dapat mempermudah pengguna media sosial untuk menemukan informasi yang berkaitan dengan isu yang dibahas. Beberapa *hashtag* yang bisa digunakan antara lain #KampanyeDisleksia #MariPahamiDisleksia #KenaliDisleksia #PahamiDisleksia #LiterasiDisleksia #SekolahRamahDisleksia #BelajarInklusif #PeduliDisleksia #RamahBelajar.

Strategi Visual Kampanye Edukasi Disleksia di Media Sosial

Strategi visual dalam konten kampanye edukasi disleksia di media sosial dirancang berdasarkan hasil kuesioner dari 102 responden. Berdasarkan hasil kuesioner 65,7% responden mengatakan lebih tertarik pada desain visual yang bersifat *fun* dan ramah. Selain itu, 56,9% responden juga memilih penggunaan warna yang cerah dan menarik sebagai elemen visual yang lebih mudah menarik perhatian. Dari hasil data tersebut, visual yang disajikan dalam konten kampanye edukasi disleksia sebaiknya dirancang dengan desain yang sederhana, ramah, dan komunikatif agar lebih mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan warna cerah bisa dipilih untuk menciptakan kesan visual yang *fun* dan ramah yang berpotensi meningkatkan daya tarik konten di media sosial. Visual yang bersifat ramah juga diharapkan bisa menciptakan suasana komunikasi yang lebih positif sehingga pesan edukasi dapat diterima dengan lebih baik oleh orang tua maupun guru.

Strategi AISAS

Strategi AISAS dapat digunakan untuk strategi kampanye edukasi disleksia pada media sosial. Strategi AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) ini merupakan model komunikasi pemasaran yang menggambarkan tahapan respons audiens dalam mengakses dan menyebarkan informasi di media digital. Strategi ini menjelaskan proses bagaimana audiens mulai dari mengetahui sebuah informasi, tertarik untuk mempelajari, mencari informasi lebih lanjut, melakukan tindakan, hingga pada akhirnya membagikan kembali informasi yang didapat tersebut. Strategi AISAS ini cocok untuk strategi kampanye edukasi disleksia ini dikarenakan kampanye ini tak hanya cukup membagikan informasi saja pada audiens namun juga mengajak atau mendorong audiens untuk bertindak dan mengubah perilaku mereka.

Tabel 1. Strategi AISAS
(Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

No	Sub Variabel	Capaian Indikator	Strategi
1	<i>Attention</i>	Audiens mengetahui adanya kampanye edukasi disleksia.	-Membuat identitas kampanye edukasi disleksia. -Membuat akun media sosial kampanye. -Menyampaikan informasi dasar mengenai disleksia.

2	<i>Interest</i>	Audiens mulai tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai disleksia dan tujuan kampanye edukasi.	-Membuat konten audiovisual seperti video penjelasan singkat tentang disleksia. -Merancang konten interaktif di media sosial seperti <i>polling</i> dan kuis.
3	<i>Search</i>	Audiens mulai mencari informasi lebih lanjut mengenai disleksia.	-Menyediakan rangkaian konten edukasi lanjutan seperti infografis. -Menyertakan informasi tambahan mengenai sumber edukasi terpercaya seperti lembaga atau komunitas.
4	<i>Action</i>	Audiens mulai menunjukkan kepedulian serta memahami cara mendampingi anak dengan disleksia.	-Membuat konten edukasi yang mendorong orang tua dan guru untuk melakukan tindakan lebih lanjut pada anak dengan gejala disleksia. -Mengajak audiens untuk menciptakan lingkungan belajar yang lebih suportif. -Menyampaikan informasi mengenai pentingnya deteksi dini.
5	<i>Share</i>	Audiens membagikan informasi mengenai disleksia kepada lingkungan sekitar melalui media sosial.	-Mendorong audiens untuk membagikan konten edukasi. -Mengajak audiens untuk menyebarkan informasi kampanye kepada lingkungan sekitar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat mengenai disleksia masih belum merata dan masih dipengaruhi oleh berbagai persepsi yang kurang tepat. Kurangnya literasi mengenai disleksia juga berdampak pada rendahnya pemahaman masyarakat terhadap isu disleksia yang berdampak pada rendahnya dukungan yang diterima anak disleksia baik di lingkungan keluarga maupun pendidikan. Berdasarkan hasil penelitian juga, didapatkan beberapa strategi konten kampanye edukasi disleksia melalui media sosial, yaitu konten perlu dirancang dengan pendekatan komunikasi dan visual yang sesuai dengan preferensi audiens. Penyampaian informasi sebaiknya menggunakan bahasa yang ringan, sederhana, dan komunikatif agar informasi mengenai disleksia dapat dipahami dengan lebih mudah oleh masyarakat, terutama orang tua dan guru. Strategi komunikasi yang digunakan tak hanya bersifat informatif untuk memberikan pengetahuan tentang disleksia, namun juga persuasif untuk mendorong sikap suportif terhadap anak penyandang disleksia. Untuk penyajian konten, strategi visual yang efektif menggunakan desain yang sederhana, ramah, dan menarik dengan warna yang cerah agar lebih mudah menarik perhatian audiens di media sosial. Strategi pemasaran konten

kampanye juga dapat didukung melalui penggunaan *hashtag* yang relevan untuk memperluas jangkauan konten kampanye edukasi disleksia di media sosial. Selain itu, model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dapat digunakan sebagai kerangka strategi dalam merancang konten kampanye edukasi disleksia di media sosial. Model tersebut membantu memberikan gambaran tahapan keterlibatan audiens dalam konten media sosial kampanye edukasi disleksia. Dengan penerapan strategi tersebut, kampanye edukasi disleksia diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat serta mendorong terciptanya lingkungan yang lebih suportif bagi anak penyandang disleksia. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai efektivitas implementasi strategi konten kampanye edukasi disleksia di media sosial terhadap peningkatan pemahaman serta perubahan sikap masyarakat. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan bentuk konten edukasi yang lebih beragam atau menguji *platform* media sosial lain untuk mengetahui media yang paling efektif dalam menyampaikan kampanye edukasi mengenai disleksia.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, A. S., Leo, K., Ruswandi, U., & Erihadiana, M. (2022). Internalisasi nilai-nilai moderasi beragama abad 21 melalui media sosial. *JIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(8), 3044–3052. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i8.795>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Dewi, K. Y. F. (2020). Disleksia dan anatomi otak. *Disleksia dan Anatomi Otak*, 7(1).
- Faizin, I. (2020). Strategi guru dalam penanganan kesulitan belajar disleksia. *Empati: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 7(1). <https://doi.org/10.26877/empati.v7i1.5632>
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013.
- Mukhtar, R. N., & Bahasa dan Sastra, P. (2024). Language and literature: Kemampuan keterampilan membaca anak dengan tingkat keparahan disleksia berat siswa SMP Makassar Mulya (studi kasus). Retrieved from <https://journal.unm.ac.id/index.php/SILALE>
- Pandiang, K. A., & Selian, S. N. (2025). Pola asuh orang tua dan strategi guru dalam mendukung anak disleksia. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 1891–1906.
- Rachmad, Y. E., Rahman, A., Judijanto, L., Pudjiarti, E. S., Runtunuwu, P. C. H., Lestari, N. E., & Mintarsih, M. (2024). *Integrasi metode kuantitatif dan kualitatif: Panduan praktis penelitian campuran*. Jakarta: PT Green Pustaka Indonesia.
- Suminar, D. (2019). Penerapan teknologi sebagai media pembelajaran pada mata pelajaran sosiologi. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP*, 2(1), 774–783.
- Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan website bisnis Thrifdoor menggunakan metode pendekatan design thinking. *Kaos GL Dergisi*, 8(75).