

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Homeschooling Kak Seto (HSKS) telah berhasil mengimplementasikan strategi digital marketing yang terstruktur untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru setiap semester. Dalam lingkungan digital yang semakin kompetitif, penerapan digital marketing menjadi elemen penting dalam membangun kesadaran masyarakat terhadap homeschooling sebagai alternatif pendidikan yang kredibel. Strategi ini melibatkan pemanfaatan berbagai platform digital, seperti media sosial (terutama Instagram dan Facebook), situs web resmi, dan webinar, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyampaikan informasi yang relevan dengan kebutuhan target pasar.

KPI digital marketing HSKS mencakup jumlah postingan, ROAS, ROI, dan efektivitas distribusi konten, dengan evaluasi rutin setiap semester untuk mengoptimalkan jangkauan, tren, dan anggaran. Tantangan utama meliputi pembagian strategi yang efektif dan persaingan dengan kompetitor beranggaran besar. Internal fokus pada pengelolaan kualitas pengajar, fasilitas, dan kurikulum melalui riset serta survei pelanggan, sementara riset kompetitor dilakukan untuk memahami keunggulan pesaing. Evaluasi interaksi dan konversi membantu menyesuaikan metode pembelajaran dengan tren, termasuk pembelajaran jarak jauh. Perencanaan dan monitoring yang jelas serta keterlibatan semua pihak menjadi kunci keberhasilan, dengan implementasi taktik dan evaluasi berkala untuk mengatasi hambatan serta meningkatkan efektivitas kampanye.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten digital yang dirancang secara visual menarik, konsisten, dan relevan berperan besar dalam menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua. Strategi ini diperkuat oleh pendekatan interaktif melalui fitur seperti live session, polling, dan Q&A yang tidak hanya meningkatkan partisipasi audiens tetapi juga membantu HSKS memahami kebutuhan mereka lebih mendalam. Penekanan pada keunggulan HSKS, seperti fleksibilitas kurikulum dan pembelajaran personal, menjadi nilai jual utama yang

sering kali ditonjolkan dalam materi promosi digital mereka.

Selain itu, penggunaan analitik digital, seperti engagement, reach, dan leads, memungkinkan HSKS untuk mengevaluasi efektivitas strategi digital marketing secara berkelanjutan. Evaluasi ini membantu dalam menyempurnakan konten dan pendekatan berdasarkan tren dan preferensi audiens. Kolaborasi dengan influencer dan alumni juga menjadi elemen penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan daya tarik lembaga.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi digital marketing yang terarah dan berbasis data tidak hanya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap HSKS, tetapi juga secara signifikan berdampak pada peningkatan jumlah peserta didik baru di setiap semester. Pendekatan inovatif ini memungkinkan HSKS untuk tetap relevan, kompetitif, dan menjadi pilihan utama dalam sektor pendidikan alternatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi akademis yang signifikan dalam bidang komunikasi pemasaran digital, khususnya pada sektor pendidikan non-formal. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi studi lanjutan yang berfokus pada pengaruh komunikasi digital terhadap keberlanjutan lembaga pendidikan alternatif, seperti tingkat loyalitas siswa atau persepsi masyarakat terhadap kredibilitas homeschooling. Penelitian mendatang juga disarankan untuk mengeksplorasi pendekatan komparatif antara strategi pemasaran digital di lembaga pendidikan formal, non-formal, dan berbasis blended learning. Dengan membandingkan efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan pada masing-masing jenis lembaga, peneliti dapat mengidentifikasi pola terbaik untuk meningkatkan daya tarik dan retensi siswa.

Selain itu, penelitian berikutnya dapat memperluas ruang lingkup dengan mempertimbangkan pengaruh perkembangan teknologi, seperti kecerdasan buatan (AI) dan algoritma media sosial, terhadap efektivitas pemasaran digital. Mengintegrasikan analisis tentang bagaimana teknologi ini memengaruhi interaksi audiens dan keputusan mereka dapat memberikan wawasan baru yang lebih relevan dengan era digital yang terus berkembang. Dengan pendekatan yang lebih menyeluruh, hasil penelitian akan semakin aplikatif untuk membantu lembaga pendidikan alternatif mengembangkan strategi komunikasi yang inovatif dan berkelanjutan.

5.2.2 Saran Praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Homeschooling Kak Seto (HSKS) telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital yang cukup efektif, tetapi masih memiliki ruang untuk peningkatan, terutama dalam hal engagement dan interaksi dengan audiens di media sosial. Untuk mengoptimalkan potensi media sosial seperti Instagram, Facebook, dan situs web resmi, berikut adalah beberapa saran praktis yang dapat diterapkan oleh HSKS:

1. Peningkatan Kualitas Konten Visual dan Interaktif

HSKS disarankan untuk meningkatkan kualitas konten visual yang dipublikasikan di media sosial. Penggunaan desain grafis yang menarik, animasi, dan video pendek yang memiliki daya tarik emosional dapat membantu konten menjadi lebih menonjol.

2. Kolaborasi dengan Influencer dan Alumni

Bekerja sama dengan influencer pendidikan atau keluarga yang memiliki audiens luas dapat membantu HSKS menjangkau pasar yang lebih besar. Selain itu, testimoni dari alumni yang sukses juga dapat menjadi alat promosi yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program homeschooling yang ditawarkan.

3. **Pemanfaatan Analitik Digital untuk Evaluasi**

HSKS perlu secara rutin memantau data analitik media sosial, seperti engagement rate, reach, dan leads. Informasi ini dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas konten yang dipublikasikan dan mengidentifikasi tren yang sedang diminati audiens. Evaluasi ini memungkinkan tim pemasaran untuk terus menyempurnakan strategi berdasarkan data yang akurat dan relevan.

