

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Curriculum Vitae*



HANA NURJANAH

6285889270616 | hananurjanah50@gmail.com | <https://www.instagram.com/hanayrapst?igsh=eDQ1dTh5cTVlc2Zm>

Jl Kademangan Balai Desa Lama RT 04/01, Kec. Setu Kel.Kademangan Tangerang Selatan, Banten

Saya Hana Nurjanah, lulusan SMK Negeri 3 Tangerang Selatan dengan keahlian dalam Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran. Saya memiliki pengalaman kuat dalam administrasi dan Integrated Marketing Communication (IMC), termasuk Social Media Marketing (SMM). Kemampuan saya dalam mengoperasikan Microsoft Office dengan baik, termasuk Word, Excel, PowerPoint, dan Outlook. Saya juga terampil dalam bekerja secara mandiri maupun dalam tim, serta memiliki kemampuan dalam pengambilan keputusan. Saya selalu bersemangat untuk belajar hal baru dan siap beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis dan menantang.

Education Level

SMK Negeri 3 Tangerang Selatan - Perum, Jl. Puri Serpong 1 Jl. Puspitek, Setu, Kec. Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15314 Jul 2017 - May 2020
, 77.36/100.00

- Memiliki komitmen kuat untuk meraih pencapaian yang maksimal, termasuk lulus tepat waktu dengan nilai yang cukup memuaskan.
- Partisipasi dalam Ekstrakurikuler dan Organisasi Sekolah Selain fokus pada prestasi akademik, saya juga aktif dalam berbagai kegiatan ekstrakurikuler dan organisasi di sekolah. Saya terlibat dalam kegiatan yang sesuai dengan minat dan bakat saya, seperti klub olahraga. Hal ini membantu mengembangkan keterampilan sosial, kepemimpinan, dan kolaborasi yang penting dalam pembentukan karakter.
- Meraih Piagam penghargaan Juara 2 Engrang Putri, pada kegiatan Lomba Olahraga Masyarakat Tradisional Dan Rekreasi pada Pemerintahan Kota Tangerang Selatan.

Work Experiences

Komisi Pemilihan Umum (KPU) - Jl. Raya Puspitek, Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15314 Jan 2024 - Feb 2024

Petugas Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS)/Kerja Paruh Waktu

Komisi Pemilihan Umum (KPU) adalah lembaga independen yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemilihan umum di Indonesia.

- Bertanggung jawab dalam proses pengorganisasian pemungutan suara pada hari pemilihan, termasuk persiapan dan penyelesaian tugas dengan cermat.
- Memastikan proses pemilihan berjalan lancar, melakukan perhitungan suara dengan teliti dan terlibat dalam pelaporan hasil pemilihan kepada instansi terkait sesuai dengan prosedur yang berlaku.

Homeschooling Kak Seto Pekanbaru - Jl. Letjend.S.Parman No.05, Gobah, Kec. Sail, Kota Pekanbaru, Riau 28131 Oct 2023 - Dec 2023

Integrated Marketing Communications/Intrenship

Kak Seto Pekanbaru adalah lembaga homeschooling yang menawarkan pendidikan personal dan berbasis nilai bagi anak-anak di Pekanbaru, Riau. Dengan fokus pada pendekatan individual dan fleksibilitas kurikulum, kami memastikan bahwa setiap siswa mendapat pengalaman belajar yang sesuai dengan kebutuhan dan minatnya.

- Perencanaan Strategis merancang strategi pemasaran terpadu yang mencakup penggunaan berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial, situs web, kampanye email, dan acara promosi, untuk mencapai tujuan pemasaran kami.
- Pengembangan Konten membuat konten pemasaran yang menarik dan informatif, termasuk posting media sosial, artikel blog, dan materi promosi lainnya, yang sesuai dengan kepribadian merek dan kebutuhan audiens target.
- Manajemen Media Sosial mengelola platform media sosial Kak Seto Pekanbaru, termasuk posting konten, berinteraksi dengan pengikut, dan melacak kinerja untuk meningkatkan keterlibatan dan pertumbuhan pengikut. Kemitraan dan Promosi membangun kemitraan dengan pihak terkait, seperti sekolah lokal, komunitas orangtua, dan lembaga pendidikan lainnya, untuk mempromosikan layanan homeschooling Kak Seto Pekanbaru dan meningkatkan visibilitas merek.

PT KAZETO PUTRA PERKASA - Jl. Taman Makam Bahagia No.3, Bintaro, Parigi, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15227 Jul 2023 - Dec 2023

Sosial Media Marketing/Intrenship

PT Kazeto Putra Perkasa (PT KPP) merupakan perusahaan jasa pendidikan dengan empat institusi pendidikan berkualitas yang ramah kepada anak-anak dan dapat mengembangkan potensi yang anak miliki dengan diadakannya program pendidikan yang kreatif dan menyenangkan.

- Strategi Konten Kreatif mengembangkan strategi konten kreatif dengan fokus pada platform media sosial utama seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Ini meliputi pembuatan konten visual yang menarik, meme, video pendek, dan cerita yang sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens target. Saya memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dengan pesan merek dan tujuan kampanye.

- Peningkatan Jangkauan dan Keterlibatan dengan menganalisis target audience dan tren pasar, saya berhasil meningkatkan jangkauan dan keterlibatan konten secara signifikan. Saya memanfaatkan tagar yang relevan dan memahami preferensi audiens untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan. Melalui pendekatan ini, saya berhasil memperluas jangkauan merek dan meningkatkan interaksi pengguna dengan konten yang diposting.
- Kampanye Promosi saya terlibat secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye promosi di media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek dan partisipasi dalam program pendidikan yang diadakan oleh PT KPP. Ini melibatkan penggunaan iklan berbayar, kolaborasi dengan influencer, dan penyelenggaraan giveaway yang menarik. Saya memastikan setiap kampanye memiliki tujuan yang jelas dan sesuai dengan strategi pemasaran keseluruhan perusahaan.

Komisi Pemilihan Umum Tangerang Selatan - Jl. Raya Puspitek,
Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15314

Feb 2023 - Apr 2023

Petugas Pemutakhiran Data Pemilih (Pantarih)/Kerja Paruh Waktu

Komisi Pemilihan Umum Kota Tangerang Selatan sebagai lembaga yang bertanggung jawab atas penyelenggaraan pemilihan umum di tingkat kota.

- Mengumpulkan dan memverifikasi data pemilih dengan akurat dan tepat waktu.
- Memastikan Pemutakhiran data pemilih sesuai dengan peraturan dan jadwal yang ditetapkan.
- Mengidentifikasi dan menangani situasi atau keadaan yang mempengaruhi integritas data pemilih, seperti pemilih ganda atau pemilih yang tidak valid.

Kals and Frey - Perumahan Bukit Dago, Rawakalong, Kec. Gn.
Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat

Feb 2022 - Apr 2022

Admin dan Host Live

Kals and Frey adalah perusahaan yang bergerak di bidang toko fashion yang menawarkan berbagai pilihan busana dan aksesoris bagi para pelanggan yang mengutamakan gaya dan kualitas.

- Memperbarui stok, menyusun katalog lengkap, dan memastikan informasi produk yang akurat.
- Menanggapi pertanyaan, memberikan informasi produk, dan menangani keluhan dengan cepat melalui platform online shop atau media sosial untuk membangun loyalitas pelanggan yang kuat. Mengelola proses pesanan dari pemesanan hingga pengiriman, termasuk pembayaran dan pengaturan pengiriman, untuk pengalaman berbelanja yang mulus.
- Mengadakan sesi live streaming di platform online shop untuk memperkenalkan produk baru dan membangun koneksi yang lebih dalam dengan pelanggan. Mengembangkan strategi pemasaran online, termasuk media sosial, email marketing, dan kampanye promosi, untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek.
- Mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran melalui analisis data penjualan dan kinerja promosi.

Organisational Experience

Osis SMKN 3 Tangsel - Perum, Jl. Puri Serpong 1 Jl. Puspitek, Setu, Kec. Setu, Kota Tangerang Selatan, Banten 15314

Jul 2018 - Jul 2019

Anggota

Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) adalah sebuah lembaga di sekolah yang bertujuan untuk mewakili suara dan kepentingan siswa, serta mengelola berbagai kegiatan dan program yang memperkaya pengalaman belajar di lingkungan sekolah.

- Mewakili Siswa: Menjadi suara bagi siswa di sekolah.
- Mengelola Kegiatan: Merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan berbagai acara sekolah.
- Berpeluang Kepemimpinan: Mengembangkan keterampilan kepemimpinan melalui tanggung jawab dalam tim.
- Kolaborasi: Bekerja sama dengan anggota OSIS lainnya, guru, dan pihak sekolah untuk mencapai tujuan bersama.
- Mendukung Komunitas Sekolah: Memastikan kegiatan yang mendukung dan memperkaya pengalaman belajar siswa.

Skills & Exposure

- **Webinars Attended** (2022): "CONSELLATION" BEM UPN VETERAN JAKARTA 2022
- **Projects** (2023): Event Webinar Homeschooling Kak Seto Pekanbaru dengan Homeschooling Kak Seto Pusat dengan tema "Memberdayakan Pendidikan Anak di Era Moderen"
- **Achievements** (2018): Juara 2 Engrang Putri Penghargaan Lomba Olahraga Masyarakat Tradisional dan Rekreasi
- **Soft Skills** (2023): Kemampuan Komunikasi yang baik, Kemampuan Kolaborasi, Kemampuan Kemampuan Penyelesaian Masalah, Keterampilan Keterbukaan Terhadap Perubahan, Empati dan Keterampilan Interpersonal, Kemampuan Manajemen Waktu, Penyelesaian Masalah, Kemampuan Beradaptasi Cepat.
- **Hard Skills** (2023): Keterampilan Pemasaran dan Penjualan, Keterampilan Manajemen Proyek, Keterampilan MS Word, MS Excel, MS Power Point, Outlook.

Lampiran 2. Sertifikat LDK



Lampiran 3. Formulir Pengajuan Skripsi

	FORMULIR PENGAJUAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-01
		No. Rinkaman

Nama Mahasiswa : Hana Hurnah
Prodi/NIM : Ilmu komunikasi / 2020011055
Judul Skripsi/TA yang diajukan : Implementasi Strategi komunikasi pemasaran
 (disusun dalam kalimat singkat, padat, jelas dan menarik minat pembaca) : digital dalam peningkatan jumlah peserta didik (Studi deskriptif kualitatif pada Homestay Pak Seto)

Telah memenuhi syarat pengajuan Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	Jumlah sks lulus (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
2	Mata kuliah prasyarat (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
3	IPK minimal 2,00	✓	
4	Tidak sedang terkena sanksi akademik/sanksi lainnya	✓	
5	Poin JSDP (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
6	Mengumpulkan Proposal Skripsi (sesuai ketentuan Prodi)	✓	
7	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	

Tangerang Selatan, 21 Januari 2021

Mengajukan,	Menyetujui,	Mengetahui,
		
Mahasiswa	Dosen PA	Kaprodi

Formulir dibuat rangkap 2 (dua): Asli : untuk prodi, Copy 1 : untuk mahasiswa

Lampiran 4. Formulir Persetujuan Penulisan

	FORMULIR PERSETUJUAN PENULISAN SKRIPSI/TA	SPT-1/03/SOP-28/F-02
		No. Pokokan

Nama Mahasiswa : Hara Murnah
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 202001055
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : Implementasi Strategi Komunikasi pemasaran digital dalam peningkatan jumlah peserta didik (Studi deskriptif kualitatif pada Homoschooling kat Seto)

Telah disetujui untuk menulis Skripsi/TA.

Dosen Pembimbing Skripsi/TA yang ditugaskan Prodi adalah:

No	Nama	NIDN	JAD
1	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom	0308119103	IK
2	Shenthya Winarty, S.I.Kom., M.I.Kom	0916009602	AA

Tangerang Selatan, 21 Januari 2021

Menugaskan,	Menyetujui,	Menerima,	
			
Koordinator Skripsi/TA	Kaprodi	Dosen Pembimbing 1	Dosen Pembimbing 2

Lampiran 6. Screenshot Bimbingan Skripsi

NIM	2020041055	Nama Mahasiswa	HANA NURJANAH
Program Studi	Ilmu Komunikasi	Jenis TA	Skripsi
Periode Mulai	2024/2025 Gasal	SKS Lulus	133 SKS
Tgl. Mulai	10 Desember 2024	Judul Tugas Akhir	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DI HOMESCHOOLING KAK SETO DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	23 September 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	Pembahasan Bab 1 dan 2	✓	
2	11 Oktober 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	Pembahasan Bab 1,2,3	✓	
3	16 Desember 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	Pembahasan revisi Bab 1,2,3	✓	
4	16 Oktober 2024	Shenthya Winarty, S.I.kom, M.I.Kom	Pembahasan Bab 1,2,3	✓	
5	13 Desember 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	Membahas terkait pedoman wawancara	✓	
6	21 Desember 2024	Shenthya Winarty, S.I.kom, M.I.Kom	pembahasan bab 4	✓	
7	22 Desember 2024	Shenthya Winarty, S.I.kom, M.I.Kom	pembahasan hasil coding	✓	
8	24 Desember 2024	Dr. Geofakta Razali, S.I.Kom., M.I.Kom.	Pembahasan bab 1-5	✓	

Lampiran 5. Bukti Wawancara Informan-Informan

Informan 1



Informan 2



Lampiran 6. Surat Pernyataan Informan

► Informan 1

SURAT PERNYATAAN

Nama : Fery Citra Febriyanto, S.E., M.M.

Usia : 32 tahun

Jabatan : Network & Marketing Manager Homeschooling Kak Seto

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DI HOMESCHOOLING KAK SETO DALAM PENINGKATAN PESERTA DIDIK BARU”** yang dibuat oleh Hana Nurjanah Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk di minta keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh Mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Tangerang Selatan, 17 Desember 2024

Informan Penelitian,



Fery Citra Febriyanto, S.E., M.M.

➤ **Informan 2**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Zahra Fadhilah Putri

Usia : 25 tahun

Jabatan : Staff Public Relations

Menyatakan bahwa saya bersedia menjadi informan penelitian pada skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DI HOMESCHOOLING KAK SETO DALAM PENINGKATAN PESERTA DIDIK BARU”** yang dibuat oleh Hana Nurjanah Mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya. Saya bersedia untuk di minta keterangan data baik lisan maupun tulisan guna kelengkapan pengumpulan data penelitian oleh Mahasiswi yang bersangkutan. Surat pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Tangerang Selatan, 17 Desember 2024

Informan Penelitian,



Zahra Fadhilah Putri

Lampiran 7. Pedoman Wawancara
Informan 1 – Fery Citra Febriyanto, S.E., M.M.

No	Teori/Konsep	Pertanyaan
1	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital	-Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto dirancang untuk mendukung peningkatan jumlah peserta didik baru?
2	Digital Marketing	- Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di Homeschooling Kak Seto?
		- Bagaimana cara Anda menentukan platform digital yang paling efektif untuk pemasaran?
	-Implementasi Digital Marketing Penetapan Tinjauan dan Sasaran	-Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan (SMART) dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?
	Perencanaan Strategi	-Bagaimana cara merancang strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi secara efektif?
	Implementasi Taktik	-Apa langkah-langkah utama yang perlu dilakukan untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan?
	Pengukuran dan Evaluasi	- Apa saja KPI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital?
		- Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital berikutnya?
		- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengintegrasikan data historis untuk perencanaan strategi yang lebih baik?
		- Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital?
		- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengevaluasi dan meningkatkan strategi komunikasi pemasaran digital mereka?

		- Apa tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, dan bagaimana tantangan tersebut diatasi?
--	--	---

	-jenis jenis digital marketing Content Marketing	- Bagaimana strategi konten yang digunakan untuk menarik perhatian calon siswa baru diHomeschooling Kak Seto?
		- Apa elemen kunci yang membuat konten di media sosial Homeschooling Kak Seto menarik dan relevan?
		- Bagaimana Anda mengevaluasi kinerja konten tersebut?
	SEO	- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengoptimalkan website agar memenuhi standar SEO?
		- Apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari?
		- Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital?
	Influencer Marketing	- Bagaimana Homeschooling Kak Seto memilih influencer yang tepat untuk meningkatkan brand awareness sehingga dapat meningkatkan dan berdampak untuk peserta didik baru?
		- Sejauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital?
		- Bagaimana efektivitas kampanye influencer marketing diukur?
3	Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan	-Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, khususnya di era digital?
		-Apa saja tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik sebuah layanan pendidikan kepada target audiens, dan bagaimana cara mengatasinya?

4	Homeschooling	-Apa saja keunggulan dan kekurangan homeschooling dibandingkan dengan sistem pendidikan formal tradisional dalam konteks Indonesia?
		-Bagaimana peran orang tua dalam mendukung keberhasilan program homeschooling, khususnya dalam pembelajaran berbasis digital?

Informan 2 - Zahra Fadhilah Putri

No	Teori/Konsep	Pertanyaan
1	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital	-Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran digital di berbagai platform media sosial untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru yang sebelumnya?
		-Apa saja tantangan yang dihadapi Homeschooling Kak Seto dalam menjalankan strategi pemasaran digital, dan bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut?
		-Sejauh mana efektivitas penggunaan media sosial dan website Homeschooling Kak Seto dalam menarik minat calon peserta didik baru, berdasarkan hasil evaluasi implementasi strategi digital yang dilakukan?
2	Digital Marketing	- Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan brand awareness di Homeschooling Kak Seto?
		- Apa saja platform digital yang digunakan dalam strategi pemasaran digital Homeschooling Kak Seto?
		- Bagaimana cara Anda menentukan platform digital yang paling efektif untuk pemasaran?
	-Implementasi Digital Marketing Penetapan Tinjauan dan Sasaran	-Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?
	Analisis Situasi	-Bagaimana analisis internal dan eksternal dapat membantu perusahaan memahami posisi strategisnya di pasar dan menghadapi persaingan?
		-Apa saja metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran dalam mendukung tujuan bisnis?
		-Bagaimana perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengatasi tantangan yang muncul, khususnya di tengah perubahan tren konsumen dan teknologi?
	Pengukuran dan Evaluasi	- Apa saja KPI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital?

		- Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital berikutnya?
		- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengintegrasikan data historis untuk perencanaan strategi yang lebih baik?
		- Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital?
		- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengevaluasi dan meningkatkan strategi komunikasi pemasaran digital mereka?
		- Apa tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, dan bagaimana tantangan tersebut diatasi?
	-jenis jenis digital marketing Content Marketing	- Apa elemen kunci yang membuat konten di media sosial Homeschooling Kak Seto menarik dan relevan?
		- Bagaimana Anda mengevaluasi kinerja konten tersebut?
	SEO	- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengoptimalkan website agar memenuhi standar SEO?
		- Apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari?
		- Bagaimana Anda mengintegrasikan SEO ke dalam strategi pemasaran digital?
		- Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital?
	SMM	-Bagaimana strategi Social Media Marketing (SMM) dapat digunakan untuk meningkatkan engagement audiens sekaligus mendukung tujuan bisnis secara efektif?
	Influecer Marketing	- Sejauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital?

		- Bagaimana efektivitas kampanye influencer marketing diukur?
3	Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan	- Bagaimana peran media sosial dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara penyedia jasa pendidikan dan konsumen?
4	Homeschooling	- Bagaimana homeschooling dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan saat ini?

Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan 1

Transkrip Wawancara Informan 1 (Fery)

Keterangan:

H: Hana Nurjanah (Peneliti) **F:** Fery (Informan)

H: Kak ferry perkenalkan, aku Hana Nurhanajah di sini akum au sharing sedikit sih kak terkait skripsi yang aku kerjakan sekarang. Jadi aku itu kan mengangkat skripsi ini tentang strategi pemasaran digital di homeschooling kak seto dalam meningkatkan brand awareness? Fokusnya itu adalah untuk melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan homeschooling kak seto terutama melalui media sosial. Nah sebelum kita mulai mungkin boleh perkenalkan nama lengkap kak ferry, eee usia, pendidikan terakhir, posisi atau jabatan di homeschooling kak seto dan sudah berapa lama bekerja di homeschooling kak seto?

F: Oke, terima kasih kak hana. Perkenalkan kak hana, namaku kak ferry Febrianto. Saat ini umurnya 33 tahun. Aku lulusan dari universitas islam Indonesia program manajemen. Dan saat ini punya posisi sebagai content marketing manager selama kurang lebih 6 tahun dan beberapa konteksnya adalah terkait dengan strategi ya, focus ke arah brand awareness maupun di area eee marketingnya seperti itu kak.

H: Oke, baik. Kak ferry kalo gitu kita langsung ke pertanyaan pertama aja ya kak.

F: Boleh.

H: Oke pertanyaa pertama di sini ada mengenai strategi komunikasi pemasaran digital, Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto dirancang untuk mendukung peningkatan jumlah peserta didik baru?

F: Oke, bicara tentang konsep bagaimana konsep tersebut dirancang untuk bisa eee, dilihat dalam penerimaan siswa baru kota focus pada eee, sebenarnya gini dalam konteks komunikasi pemasaran kita punya eee apa nama nya schedule kita juga punya target, kita juga punya bahan apa yang kita publish di sesuaikan dengan trend yang ada, kalo kita flashback kemarin pada eee pasca pandemic sebagai contoh memang eee kita memang mencoba tekankan pada public pembelajaran secara daring gitu ya. Konsep pemasaran yang kita coba gunakan ya itu bagaimana fleksibilitas belajar dan juga bagaimana siswa itu tetap bisa richout eee mereka punya materi eee mereka punya fleksibilitas namun tetap pada kemas Pendidikan yang eee relevan untuk mereka dalam konteks hal ini Pendidikan yang lebih baik. **H:** Oke baik, selanjutnya masuk ke pertanyaan ke dua. Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di homeschooling kak seto?

F: Oke, kalo itungan rate nya dari 1 sampai 10 itu ada di angka 8, kenapa eee ada di angka 8 karena kita kan memaungi dari semua cabang yang ada di kak seto ini ya jadi eee apa ya masuk lah pada angka 8 ini karena sudah cukup sesuai gitu ya kak eee, dan kalo kita bicara bagaimana meningkatkan jumlah peserta didik baru digital marketing sangat berpengaruh ya ka eee tentu nya, dan kenapa kita kasih nilai 8/10 karena kita melihat peningkatan yang ada serta dari hasil evaluasi kita lagi lagi kita mengukur hal tersebut salah satu nya eee menggunakan KPI sehingga menurut kami ya eee digital marketing ini sangat berpengaruh dalam peningkatan jumlah siswa baru ee terutama pada saat pandemic karena banyak orang yang melihat dan mengetahui kak seto melalui ya itu dari digital marketing itu sendiri, gitu si kak.

H: Baik kak, kalau bagaimana cara kak ferry menentukan platform digital yang paling efektif nih kak untuk homeschooling kak seto karena melihat tadi kan beberapa platform yang sudah kak ferry sebutkan ada facebook, Instagram, menurut kak ferry eee yang paling efektif tuh untuk pemasaran digital di homeschooling kak seto tuh apa ya kak?

F: Ya dibilang efektif itu kan ada indikator ya kak hana ya pada dasarnya kita akan menentukan efektif itu hanya jika dari beberapa channel channel ataupun digital tadi itu

bisa memberikan feedback. Seperti itu contoh misalkan kalau sudah menggunakan ads, google ads ataupun Instagram ads atau sosial media ads seperti itu ya yang akhirnya memberikan kontribusi yang menyumbang siswa terbanyak itu area dimana. Seberapa besar yang pengen diexpand untuk kita gunakan platform tersebut, kita akan hitung menggunakan ROAS gitu oh ternyata dari ROAS yang paling optimal menggunakan platform ini maka eee katakanlah sosial media, gunakan sosial media di Instagram hal tersebut yang menjadi ukuran bahwasannya platform ini adalah yang cukup efektif. Dari sudut pandang eee biaya dan juga jangkauan terus juga memberikan kontribusi siswa itu menjadi eee indicator bahwa platform itu cukup efektif dalam pemasaran.

H: Oke baik kak, pertanyaan selanjutnya, Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan (SMART) dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?

F: Oke, eee itu kan sasaran spesifikasi yang teukur ya kak brarti SMART dalam implementasi digital marketing eee tentu saja hal tersebut eee sangat berpengaruh ya keberhasilan nya dari strategi ee yang sebelumnya di rancang dan balik lagi eee kalo mengenai indicator atau kunci utama nya eee yaitu kita harus dapat memastikan kebutuhan apa yang sebenarnya di perlukan oleh costumer dan calon siswa balik lagi ke richout kita untuk mencapai eee tujuan tersebut jadi lebih ke perencanaan untuk menetapkan siapa sasaran kita di mulai dari hal itu si eee kak kurang lebih.

H: Pertanyaan selanjutnya kak, Bagaimana cara merancang strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi secara efektif?

F: Okee, ee terintergritas mungkin ya

H: Iyaa

F: Iya kalo untuk terintergrasi dalam jangka Panjang kita coba mengkaitkan dengan beberapa eee apa nama nya elemen ya, elemen yang kita punya seperi awal perencanaan yang jelas gitu ya kak dan juga terperinci gitu kak kita juga untuk ini melibatkan eee apa ya orang orang terkait gitu untuk membangun komitmen awal dan tujuan kita dan eee ini juga tentu dalam hal ini ee saya juga turut ikut berkontribusi karena eee harus memonitoring secara berkala karena eee pastinya ada hambatan hambatan yang ee mungkin harus diselesaikan bersama sama gitu su ya kak paling ee

H: Pertanyaan selanjutnya kak, Apa langkah-langkah utama yang perlu dilakukan untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan?

F: Eee oke baik kalo membicarakan implementasi sebuah taktik tentu saja semua di susun untuk mencapai hasil yang memang di tuju ya ka eeee, seperti perencanaan yang detail rinci dan juga pelaksanaan serta alokasi yang tersusun sangat mempengaruhi hasil dan tujuan yang jelas ya kak, eee selain itu komunikasi yang efektif juga menjadi salah satu peran yang perlu di pahami karena untuk mencapau tujuan tersebut gitu ya dan seperi yang tadi saya katakana di atas untuk mencapai sebuah hasil tentu peril adanya evaluasi dan pemantauan secara berkala eee dan itu ee saya sendiri ikut serta dalam hal tersebut

H: Oke, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya yaitu mengenai pengukuran dan optimalisasi nih kak. Pertanyaan pertama di sini apa saja nih kak KPI yang digunakan untuk mngukur keberhasilan strategi komunikasi digital di homeschooling kak seto secara singkatnya aja.

F: KPI untuk digital marketing utamanya adalah seberapa banyak eee postingan yang di dapat dari kegiatan yang kita lakukan dalam satu semester, satu. Kedua dari hasil return on ads spend itu positif atau justru negative yang kedua ya, yang ketiga adalah seberapa efektif kah apa namanya konten pemasaran yang sudah diplan tadi sudah didistribusi sesuai dengan deadline yang ditentukan. Ada tiga sih.

H: Oke, baik untuk hasil evaluasi bagaimana sih kak yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital selanjutnya?

F: Ya, hasil evaluasi nya ya untuk bisa mengoptimalkan kita lihat kendala kita evaluasi untuk kita jadikan di periode selanjutnya katakanlah satu semester itu ada evaluasi

semester depan oh kita kurnag biaya biaya adsnya kurang kak kayak gitu akan kita utamakan, oh iya jangkauannya kita masih kurang luas juga dikaji lebih lanjut lagi, oh jangkauannya sudah lebih luas nih kak jangkauan sudah lebih luas, biaya sudah lebih besar reachnya juga gede tapi kenapa yang daftar masih sedikit kita riset lagi oh ternyata yang momentum bulannya gak sesuai. Kalau mau bikin event, oh bulanini emang gak sesuai nih memang bulan liburan tapi bulannya misalnya udah ada planning yang lain jadi kalau kita bikin ke tempat rekreasi jadi belum memungkinkan. Contohnya itu sih kak.

H: oh oke baik kak, selanjutnya bagaimana sih kak homeschooling kak seto mengintegrasikan dan juga dari data histori yang pernah di rencanakan rencana strategi yang lebih baik

F: Ya, untuk bisamengintegrasikan maka memang historical data itu penting kita akan melihat eee kita sudah punya sebenarnya udah punya bank data terkait siswa dan marketing masing-masing mereka akan mencoba mengkaji kita juga lihat dari sudut pandang histori yang sudah dilakukan area mana saja yang harus di improve area mana saja yang perlu di evaluasi biar eee hal hal tersebut bisa kita sandingkan dengan tingkat keberhasilan yang kita punya yang kita ukur setiap bulan.

H: Kita ke pertanyaan selanjutnya, apa indicator keberhasilan utama nih kak yang dapat mengukur efektivitas dalam strategi pemasaran digital itu sendiri?

F: Oke hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei dapet informasi dari mana oh dapet informasi dari website, oh dapet informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita kita survei banyak orang tua yang pada akhirnya dapet gara gara apa gara gara informasi website seperti itu sih kak.

H: Selanjutnya, bagaimana homeschooling kak seto mengevaluasi serta meningkatkan strategi komunikasi pemasaran digital yang dimiliki homeschooling kak seto itu sendiri?

F: Oke, bagaimana mengevaluasi kita melihat eee biasanya menjelang akhir semester gitu ya kita atur meeting strategi jangka pendek kita akan mengumpulkan semua data yang kita punya, eee mengumpulkan juga hasil riset juga survei bersama orang tua. Katakana lah kita menggunakan budget ads sekian juta rupiah kita lihat apakan dari budget yang kita keluarkan ini kita bisa menciptakan eee optimal pendapatan yang ada dari siswa seperti itu. Kemudia secara konten apa konten tadi itu atau yang kita miliki sesuai dengan eee tren saat ini yang memang sedang happening. Begitu sih kak konteks strategi kita sebelum UAS.

H: Kalau misalkan tantangan utama nih kak, tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, dan bagaimana tantangan tersebut diatasi?

F: Untuk tantangan di strategi yang kita miliki biasanya emm, karena kita itu membawahi banyak eee kana da sekolah kak seto ada banayk ya ada homeshcooling, ada sekolah khusus, ada sekolah formal, dan gitu ya kita perlu membagi tipikal konetn atau tipikal strategi itu sesuai dengan departemen pendidikannya itu sih yang jadi tantangan kita. Kedua, eee terkait dengan budgeting kalau kita mau dengan apa namanya pesaing kita itu cukup sulit di area budget karena cukup memperhatikan budget yang kita gunakan tidak bisa sebanyak budget para pesaing kita karena biasanya mereka memang karena mereka di awal ya mereka cukup jor joran menggunakan budget jadi ketika kita mau melaksanakan strategi pemasaran secara digital itu harus kita total kita hitung secara apa ya secara umum menilai budget nya berapa banyak, atau tidak, dasarnya apa, keperluannya apa, eee gitu sih cukup menantang ditambah dengan tadi kemampuan kita itu cukup terbatas ketika kita diminta untuk day to day di pendidikan konten-konten yang mereka inginkan.

H: Selanjutnya, Bagaimana Strategi konten yang digunakan untuk menarik perhatian calon siswa baru di homeschooling kak seto?

F: Oke, untuk bagaimana strategi konten itu sendiri yang digunakan untuk menarik perhatian kita balik lagi ikutin kea rah trend saat ini si kak eee jadi seperti konten yang di buat dan ditujukan untuk siapa itu juga perlu kita perhatikan dan contoh nya platfrom

sekarang yang kita gunakan kita juga sedang eee apa ya merambah ke tiktok nah dari ee konten untuk tikto itu sendiri berbeda dengan instagram karena tujuan sasaran nya pun beda kalo kaya ee si tiktok itu lebih ke dalam bentuk reels gitu contoh nya

H: Selanjutnya apa aja sih kak elemen atau kunci yang membuat konten di media sosial homeschooling kak seto ini ee dirasa menarik dan relevan kak? Apa misalkan mengikuti trends yang ada gitu.

F: Iya, untuk tentang bagaiman dikatakan menarik otomatis kita harus membuat desain konten yang eye catching dan juga sesuai dengan tren saat ini dan juga dalam captionnya juga mempunyai apa ya eee mempunyain caption yang dicari sama orang orang. Karena kalau misalnya kita Cuma membuat desain saja tapi tidak menarik itu kan tidak akan bisa menciptakan hasil yang optimal ya kak sehingga konten yang kita bikin dari segi isi konteks isi maupun dari konteks desainnya itu harus punya indicator yang cukup menarik dan relevan ketika kita coba posting di platform platform tertentu.

H: kalau berartikan aku kan udah tanya ya kak bagaimana evaluasi efektivitas konten media sosial yang dilakukan nah kalau yang sekarang bagaimana kak ferry mengevaluasi kinerja konten tersebut? **F:** Oke, kinerja konten sebenarnya hamper mirip dnegan cara kita tadi ya. Kalau banyak yang likes, kemudia apa namanya banyak yang save, banyak yang share itu jadi salah satu evaluasi konten yang dibuat. Kenapa, ketika likes mungkin orang melihat konten ini sedang happening sekarang, mereka suka dnegan desainnya, mereka suka dengan isinya, seperti itu dan juga eee mereka punya berpikiran eee nilai kebermanfaat dari konten yang kita buat. Mereka yang cukup fleksibel bisa menshare kembali konten tersebut ke orang lain, jadi indicator-indikator tersebut yang lebih eee rinci ya ketimbang tadi secara luas kalao luas kita lihat bagaimana mereka reach out nya ya banyak atau tidak tapi ini kan secara detail di konten konten tertentu yang kita submit atau kita postinh.

H: Menarik ya kak. Selanjutnya kita lanjut ke pertanyaan mengenai SEO ya kak. Bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website yang dimiliki agar memenuhi standar SEO menurut kak ferry?

F: Eee sebenarnya sampai hari ini kita masih maintenance ya kak untuk website kita sendiri jadi kalo untuk bicara tentang aktivitas SEO atau standar SEO kita akan coba kembali ke maintenance yang ujung-ujungnya bakalan kea rah situ sih. Katakanlah kita coba untuk membuat eee apa namanya tagging keyboards yang sesuai dengan pasar kita, sebagai untuk orang tua katakana lah kita gunakan quotes quotes yang sering digunakan orang tua karena kita riset gitu sih. Jadi secara optimal mengarahkan pencarian dari google itu sendiri, karena memang kalau tidak sesuai dengan keyword yang umum website kita akan kesulitan untuk sampai sana kemudian artikel untuk bisa membuat artikel kita juga harus melihat standar eee poin poin apa saja yang nanti akan bisa mengalahkan artikel untuk website yang kita miliki. Jadi belum semua penerapan kita akan coba minimal standar harus bisa SEO tadi secara efektif memberikan kontribusi kepada website gitu sih kak.

H: Oke baik, sebenarnya pertanyaan SEO yang kedua itu kana apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan website di mesin pencarian tapi kayaknya tadi secara garis besar sudah terjawab oleh kak ferry jadi pertanyaannya kita lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Oke bagaimana kak ferry atau homeschooling kak seto ini mengintegretasikan SEO dalam strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto?

F: Oke, sekali lagi ya kita belum aktif lagi saat ini karena masih maintanace kita bicara bagaimana nanti kita akan menintegrasikannya dengan lebih familiar kita akan buat artikel back link yah di sosial media lain misalkan atau di portal berita untuk diarahkan ke website kami. Itu satu, kedua misalnya di Instagram ataupun konten konten sosial media lainnya itu kita coba arahkan kepada website kita jadi beberapa channel channel yang kita miliki itu mengarah kepada website untuk mendukung peringkat website di google seperti itu.

H: Kita ke pertanyaan selanjutnya, apa indicator keberhasilan utama nih kak yang dapat mengukur efektivitas dalam strategi pemasaran digital itu sendiri?

F: Oke hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei dapet informasi dari mana oh dapet informasi dari website, oh dapet informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita kita survei banyak orang tua yang pada akhirnya dapet gara gara apa gara gara informasi website seperti itu sih kak.

H: Apakah indicator yang kak ferry sebutkan tadi itu merupakan keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas terkait konten pemasaran digital di homeschooling kak seto?

F: iya, karena bisa diukur dan kita cek antara budget eee kemudia sejauh mana spreadingnya di sosial medianya gitu sih kak and then bisa diukur.

H: Bagaimana sih kak homeschooling kak seto memilih influencer yang tepat untuk meningkatkan brand awareness untuk di homeschooling kak seto sendiri sehingga dapat meningkatkan dan berdampak untuk peserta didik baru?

F: Ya, influencer sebenarnya kalo sejauh ini ya sejauh ini yang pernah kita coba lakukan ada 2 konteks ya kalau bicara tentang gimana pilihnya. Kita coba piluh sesuai dengan value nilainya katakanlah ada orang tua yang cukup giat reporting anaknya yang sekolah di sekolah kak seto seperti itu itu satu. Karena dalam sudut pandang orang tua dia punya value untuk memberikan representasi itu nyaman, sekolahnya memang tepat untuk sudut pandang yang bersangkutan sehingga secara umum ketika dia mau memberikan apa bentuk influence orng lain itu akan lebih natural ya kesannya sehingga tidak dibuat buat terlebih ketika yang bersangkutan punya eee apa namanya punya point of view yang cukup baik di mata public. Mislanya contoh sebagai influencer juga tau, artis, atau sebagai atlit seperti itu sih kak.

H: Kalo untuk sejauh ini influencer yang pernah bekerja sama dengan homeschooling kak seto ini kalo boleh tau ada influencer siapa aja sih kak?

F: Yang paling kita influencer itu kak terakhir dengan nika gina sebagai orang tua siswa yang bersekolah di homeschooling kak seto. Kita memberikan beberapa eee apa namanya, poin poin untuk bisa yang bersangkutan eee brandingkan gitu.

H: Oke, eee sejauh mana sih kak untuk influencer marketing mendukung strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto?

F: Bagaimana influencer marketing ini punya strategi komunikasi yang apa ya untuk kami gitu ya, biasanya setiap kita menggunakan influencer itu fokusnya kepada mereka memberikan jangkauan awareness kepada para followersnya tapi kalau sampai dnegan mereka memantain sampai memberikan pertanyaan itu belum sampai. Jadi peran mereka itu hanya sekedar, mungkin Bahasa kasarnya Bahasa sorry ya kita gak ee gak yang menyamakan dengan buzzer tapi kita ingin influencer ini memberikan edukasi yang secara tidka langsung dnegan mungkin cara yang sederhana kita ikutin kegiatan anaknya sehingga secara umum ketika mereka mau memberikan campaign tersebut atau mau memberikan informasi tersebut secara natural itu bisa memberikan eee konteks brand awareness untuk orang-orng yang belum follow kami.

H: Kalau bagaimana sih kak efektivitas kampanye atau eee bekerjasamanya sekolah kak seto dengan influencer tersebut secara marketing?

F: Iya, bicara diukur eee sebenarnya agak sulit yak arena memang kita sejauh ini kita belum terlalu professional ketika kita mau menghire influencer seperti itu. Hanya kita bisa menggunakan pendekatan yang masih bersinggungan dengan kami seperti orang tua siswa, atau siswa kita sendiri gitu jadi untuk bisa memberikan target kepada yang bersangkutan kita belum bisa gitu. Jadi untuk mengukur kampanye eee efektivitas kita biasanya melihat dair konten yang mereka posting apakah memberikan banyak reach dair program tersebut, apakah banyak yang komen banyak yang penasaran kita akan coba ambil data itu sih belum sampe sejauh mana sih orang yang dm yang bersangkutan atau bagaimana yang bersangkutan bisa mengarahkan untuk daftar di kami belum sampe seprofessional itu kenapa karena sekali lagi pendekatan kita lebih ke pendekatan orang

tua dan siswa gitu.

H: Pertanyaan selanjutnya ya kak terkait konsep komunikasi pemasaran jasa Pendidikan, Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, khususnya di era digital?

F: Oke, ee Strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif ya eee untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, terutama di era digital balik lagi kaya sebelumnya kalo membicarakan komunikasi Pendidikan tentunya kita ikutin trend yang ada si ya kak eee tapi yang sesuai dengan apa ya ee konsep atau identitas yang kita miliki gitu, kita juga ee melibatkan pendekatan yang terintegrasi dan relevan dengan audiens kaya dari komentar dan sebagainya gitu kak kalo di tanya yang paling efektif ya tadi eee itu ya balik lagi ke strategi komunikasi pemasaran yang kita gunakan si ka ee

H: Baik, pertanyaan selanjutnya. Apa saja tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik sebuah layanan Pendidikan kepada target audiens, dan bagaimana mengatasinya?

F: Eeee baik, kalo bicara mengenai sebuah tantangan ya utama itu ee balik lagi bagaimana kita mengemas sebuah pesan ee untuk audiens sehingga audiens dapat memahami dengan mudah dan kalo membicarakan nilai nilai unik tentu kita punya seperti ee konsep pembelajaran yang digunakan dan biasa nya untuk ee menjelaskannya itu kita melalui konten ya kalo ee tantangannya karena kita basic nya homeschooling orang akan mikir belajar dirumah gitu ee atau beberapa hari maka dari itu kita menggunakan nama sekolah kak seto saja karena walaupun kita eee bacin nya homeschooling tapi itu ee kita ee bisa menyesuaikan jadi walaupun homeschooling salah satu nya kita juga ada program eee yang masuk itu seminggu 5hari misalnya, dan eee kita perlu menjelaskan keunggulan layanan secara sederhana dan relevan melalui media yang mereka gunakan seperti kita menggunakan instragram dan tiktok. Selain itu, persaingan juga cukup ketat ya, apalagi dengan banyaknya institusi pendidikan yang menawarkan klaim serupa.

H: Pertanyaan selanjutnya terkait konsep Homeschooling ya kak, Apa saja keunggulan homeschooling dibandingkan dengan system Pendidikan formal tradisional dalam konteks Indonesia?

F: Oke, kalo bicara dalam konteks Indonesia Homeschooling itu sebenarnya ee punya banyak keunggulan. Salah satunya adalah fleksibilitas waktu. Anak-anak bisa belajar sesuai jadwal yang mereka rasa nyaman, terutama kalau mereka punya kesibukan lain seperti lomba atau olahraga. Selain itu, pendekatan pembelajarannya lebih personal. Materi bisa disesuaikan dengan gaya belajar anak, jadi mereka bisa lebih fokus. Dan ee urikulumnya juga fleksibel, jadi bisa disesuaikan dengan kebutuhan keluarga. Di era sekarang, homeschooling lebih mudah memanfaatkan teknologi, jadi anak-anak bisa belajar dari sumber mana pun, gitu si kak.

H: Baik kak Fery, masuk ke pertanyaan terakhir Bagaimana peran orang tua dalam mendukung keberhasilan program homeschooling, khususnya dalam pembelajaran berbasis digital?

F: Eee oke, kalo kita membahas seberapa penting tentu sangat penting ya terutama sebagai pendamping. Dan orangtua juga ikut terlibat gitu ya ka eee terutama menjadi rekan belajar. Kadang, diskusi dengan anak soal materi yang sedang dipelajari bisa membantu mereka lebih memahami. Selain itu, orang tua harus memastikan anak tidak terlalu bergantung pada teknologi. Dengan itu ee program yang di ambil dalam sekolah homeschooling dapat berjalan lebih optimal gitu.

H: Oke, baik kak ferry. Kayaknya lumayan lama ya aku mengganggu waktu kak ferry. Tadi adalah pertanyaan terakhir yang aku ingin tanyakan ke kak ferry terkait homeschooling kak seto. Oke, mungkin dari aku itu saja yang aku ingin tanyakan. mohon maaf mengganggu waktunya dan terima kasih banyak

Lampiran 9. Transkrip Wawancara Informan 2 Transkrip Wawancara Informan 2 (Rara)

Keterangan:

H: Hana Nurjanah (Peneliti) **R:** Rara (Informan)

H: Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatu, perkenalkan namaku Hana Nurjanah di sini akum au sharing sedikit aja sih Kak skripsi aku yang lagi aku kerjain. Jadi di sini tuh aku mengangkat ee judul skripsi tentang ee strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto dalam meningkatkan brand awareness. Jadi fokusnya itu untuk melihat bagaimana strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Homeschooling Kak Seto terutama melalui media sosial. Tapi kita mulai, mungkin boleh perkenalkan dulu nih nama Kak Rara, nama lengkap Kak Rara, mulai dari nama, usia, pendidikan terakhir, posisi atau jabatan di Homeschooling Kak Seto saat ini, dan sudah berapa lama bekerja di Homeschooling Kak Seto.

R: Oke, iya. Eee Hana, selamat siang. Perkenalkan amaku Kak Rara, nama lengkapku Zahra Fadillah Putri, usianya 25 tahun, di sini aku sebagai Staff Public Relations sudah bekerja di Sekolah Kak Seto tuh 2.5 tahun kurang lebih megangnya Staff PR gitu jadi eee di Staff Pr itu lebih ke megang akun sosmed ya dan juga mungkin kalua ada event bersama eksternal.

H: Oke, baik, oke. Eee kita langsung ke pertanyaan pertama aja ya kak, oke baik. Jadi di sini sebetulnya ada beberapa konsep, kurnag lebih ada 10 konsep yang akan aku tanyain, jadi dari masing- masing konsep itu ada 3-4 pertanyaan. Yang pertama, Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengimplementasikan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di beebagai platfrom media social untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru yang telah di lakukan sebelumnya?

R: Oke, kalo meningkatkan eee biasanya si kita eee up lagi balik lagi apa yang menjadi keunggulan kita di setiap program bukan hanya di setiap unit, soalnya di setiap program punya keunggulan masing masing dan pasti setiap program punya target masing masing, nah kita sesuaain lagi oh target pasar nya ini brarti yang kita up konten nya eee menyesuaikan sama itu si kak jadi di tengah tengah antara eee isu yang ada eee di calon customer yang solusi nya itu ada di sekolah kak seto nah gitu yang jadi konten kita, gitu si biasa nya dan itu di sesuaain sama porogram masing-masing gitu, misalnya yang kurang di semester ini program apa yaudh brarti kita fokusnya ke isu danapa yang bias kita jadiin sekolah kak seto menjadi solusi nya.

H: Lanjut ke pertanyaan ke dua, apa saja tantangan yang di hadapi homeschooling kak seto dalam menjalankan strategi pemasaran digital dan bagaimana upaya yang di lakukan untuk mengatasi tantangantersebut?

R: Eee pastinya klo tantangan itu kalo kita tuh ngeliatnya kan kalo sosmed itu waktu ya, kaoan nih orangtua bisa ngeliat traffic, kita kan mau sampaikan ini ke orangtua kita harus menyesuaikan banget sama waktu orangtua di jam jam free time nya itu kapan si, supaya informasi nya itu dapat sampai ke mereka waktu mereka free time, hay traffic nya itu dimana, dan balik lagi ke tujuan konten kita di awal nya eee pake utnuk orangtua makan nya kita harus ngeliat waktunya, terus juga kayanya itu si yang paling jadi tantangan kita, karena orangtua disini itu rata rata punya tantangan apasih bukan kepribadian ya, iyah maksud nya bukan eee orangtua yang karakter nya sibuk gitu jadi gimana nih kita supaya

efektif, singkat dan sedikit tapi kontennya sampai tujuannya waktu mereka lagi free time.

H: Oke, baik kita langsung lanjut ke pertanyaan selanjutnya, mengenai sejauh mana efektivitas penggunaan media sosial dan website Homeschooling Kak Seto dalam menarik minat calon peserta didik baru, berdasarkan hasil evaluasi implementasi strategi digital yang dilakukan?

R: Kalo seberapa efektif, efektif banget ya kak. Misalnya digital marketing apa lagi kalo di kita platform yang paling efektif itu ada di memang yang pertama itu ada di Instagram karena kita ada survei nya dari semua orangtua dapetin informasi sekolah kak seto ini memang yang paling besar Instagram dan eee jadi ya kita ngeliat ya sekarang semua orang pasti punya sosmed dan semua akses dari sosmed dan itu efektif banget si kak. Cuma memang dari ya karena kita Pendidikan kita gabisa nih sangat amat menyenangi trend saat ini, emm kita itu eee harus punya Bahasa sendiri eee maksudnya Bahasa yang KBBI yang lebih semi formal jadi bersaingnya dengan konten-konten yang mungkin viral tapi belum ada isinya nih, dan dengan konten kita yang berbobot tapi kurang bias menyesuaikan dengan trend, ya paling itu si adaptasi ya misalnya dari evaluasi konten kita itu harus lebih bisa bersaing dengan konten apa yang saat ini lebih FYP nya itu apa viralnya itu apa tapi di kemasnya itu tetep dalam Pendidikan, terus apa lagi yaa kak, oiya ee kalo website sendiri itu ee sebetulnya tu eee kalo Sekarang kurang efektif yak arena kita milih eee gonta ganti domain dan masih di kembangkan sama tim IT dan aku rasa untuk sekarang masih belum efektif, misalnya setahun yang lalu tapi itu cukup efektif karena menurut aku lebih holistic informasinya maksudnya dari informasi testimoni ada dan langsung lihat. Jadi menurut aku sebenarnya efektif. Cuma sekolah kak seto masih dalam perkembangan.

H: Oke, baik. Oke, selanjutnya seberapa penting sih kak penggunaan digital, digital marketing dalam meningkatkan brand awareness di Homeschooling Kak Seto menurut Kak Rara?

R: Penting banget sih ya Hana ya, digital marketing apalagi eee sekarang kan juga banyak banget kan kompetitor kita. Based on organic aja sebenarnya kita kurang ini yah, kurang maksimal. Pastinya kita juga ada ads yang dipegang oleh rekan-rekan aku juga ada adsnya ada promotionnya juga, terus juga ada eventnya. Jadi eee penting banget gak cuma hanya mmm apa namanya konten organic aja tapi dibantu sama digital marketing, gitu sih, via ads tadi.

H: Oke, baik kak. Eee pertanyaan selanjutnya apa saja sih kak platform digital saat ini yang digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto?

R: Oke, itu tuh eee kalau ngarah sosmednya tuh kita ada Instagram, pastinya ada youtube juga ada website juga eee terus kayaknya sih itu ya yang paling ini. TikTok juga ada, oh iya ada tiktok juga. Jadi 4 yang paling utama itu sih Kak.

H: Oke, dari 4 yang paling utama itu bagaimana sih cara Kak Rara itu untuk menentukan platform digital mana sih yang paling efektif untuk eee melakukan pemasaran?

R: Oke, nah kalo kita tuh kan pasti eee tujuannya pasti untuk tarik calon peserta didik ya kayak eee pastinya untuk supaya makin banyak customer lah istilahnya. Nah supaya bisa liatnya tentunya kita liat dari kita ada survei kak, kalo misalnya nanti masuk eee CPD itu tau tentang ini sekolah kak seto nah biasanya mereka ngisi survei nih, tau sekolah kak seto dari mana nah biasanya kita aada pilihannya beberapa salah satunya eee ada Instagram, youtube dll. Dari mulut ke mulut, dari teman, rekomendasi dll. Jadi kita biasanya tau dari survei itu terus juga kita kan biasanya ngeliat ke itu juga ya, kayak customer itu misalnya dia eee ya dari yang taunya itu kita bisa jadi ngeplotting nih yang

paling besar itu taunya dari mana. Biasanya sih yang paling besar itu Instagram itu karena dari Instagram, itu bisa dipegang kak CS ya dari Instagram biasanya kita lempar juga biasanya dari dm, komen, kita lempar tuh ke CS. Nanti dari CS ngisi survei.

H: Baik kak Rara, pertanyaan selanjutnya Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?

R: Oke, apa kalo indicator nya itu pasti kita harus paham dulu seperti audiens nya itu seperti apa, kurang lebih calon apa nama nya customer itu seperti apa dan kita kan punta target pasar ya dan itu di sesuaikan dengan itu dan pelanggan nya seperti apa durasinya, yang tadi nya seperti yang orangtua nya sibuk kita harus sesuaikan brarti segimana durasi nya dan juga isi informasi nya apa aja gitu kurang lebih si kak eee untuk kunci keberhasilan itu sendiri di lihat dari balik lagi apakah kita mencapai ee tujuan yang ingin di tuju atau tidak gitu si paling kak, dan kita juga kan ada survei sebuah indicator yang menjadi keberhasilan salah satu nya si yaitu ka ee seberapa banyak feedback yang di berikan audiens gitu

H: Baik kak Rara, pertanyaan selanjutnya Bagaimana analisis internal dan eksternal dapat membantu perusahaan memahami posisi strategisnya di pasar dan menghadapi persaingan?

R: kalo internal nya pasti karena kan kita dari eee apa nama nya dari Lembaga Pendidikan kan ya ee kita kan ada tenaga pengajar ya kita lihat dan test dulu kualitas tenaga pengajar kita tutor kita seperti apa terus keunggulan keunggula nya tuh kita liat dlu seperti apa terus fasilitas nya eee terus kita juga bisa lihat dari alumni eee reputasi prestasi kita mode pembelajaran mode kurikulum nya seperti apa eee itu kita analisis dlu seperti apa kita reserch dulu di internal kita seperti apa ni gitu karna kalo misalnya kta udah tau ee nah itu bisa jadi informasi ke luar kan buat jadi branding ke luar. iya kalo internal nya itu jadi kita lihat dulu kira kira kita tub sebagai Lembaga Pendidikan tuh udah sejauh mana, nah biasa nya kita juga suka ada reserch persemester nya itu melalui survei kepuasan pelanggan, survei kepuasan pelanggan ini biasa nya ada dua ini bisa lewat qusioner atau kita telfon juga, kalo dari telfon itu biasa nya ada kondisi kondisi urgent biasa nya jadi kita turun langsung eee ke orangtua, terus survei juga di setiap unit dan setiap jenjang ada survei nya kepuasan nya dari semua standar penilaian Pendidikan brarti Lembaga Pendidikan ada fasilitas kurikulum terus pengajaran nya banyak pokonya ada delapan gitu ya, nanti kalo kita udah analisis tuh nah setelah itu bisa tau hasilnya dan kita jadikan konten, apa yang menjadi keunggulan kita dari hasil survei kita. Terus kalo pesaing itu dulu pernah ada reserch competitor itu kan udah banyak ya kaya sekarang daerah bintaro itu misalnya system nya kaya cari tau si tentang pesaing pesaing, kalo dari orangtua kan biasa nya lihat dari harga ya kaya formulir, pembayaran nya seperti apa terus pembelajaran nya seperti apa bagaimana pendekatan customer servis nya jadi kita banyak lakuin riset untuk pesaing pesaing itu tapi kita juga karena homeschooling kan ya kita juga ada kerja sama dengan competitor kita, jadi misalnya ada eeee homeschooling apa yaa jadi kaya sempet dari sekolah mereka gabisa nih mereka mengarahkan ke kita gitu, jadi walaupun tetep competitor ada salah satu keunggulan kita yang ga di punyai orang lain begitupun sebaliknya, jadi gitu si kak kalo dari segi pesaing peluang nya ya.

H: Oke kak, selanjutnya Apa saja metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran dalam mendukung tujuan

bisnis?

R: Oke, untuk metode nya ee kita kalo social media ngeliat nya dari si itu ya interaksi nya itu dari inside engagement dan lids terus nnti juga presentase dari lids itu sebanyak apa si presentase nya orangtua yang bukan Cuma dapetin informasi bukan Cuma dari digital marketing tapi sampe daftar gitu, kita juga ngukur nya pake KPI. Kalo sumber daya perusahaan biasanya emm kalo dari aku si kita yaitu ya survei itu survei kepuasan pelanggan itu karena kita kan dari bentuk jasa ya dan jadi yang bisa lihat itu ya dari segi customer nya itu, tapi kalo dari eeeee digital marketing kak seto itu si paling kak terus juga lihat dari presentase tiap bulan dari sekolah kak seto karena kalo homeschooling itu kan bisa pindah kapan aja dan itu kita bisa lihat juga seberapa banyak peserta didik yang bertahan gitu.

H: Aku lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya kak, itu Bagaimana perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengatasi tantangan yang muncul, khususnya di tengah perubahan tren konsumen dan teknologi?

R: Kalo perubahan trend itu sebenarnya kalo di Pendidikan itu lebih ke ee biasanya itu perubahan trend nya itu ee situasi ya misalnya kaya covid pandemic. Kaya orang orang pindah ke jarak jauh nah kalo di sekolah kak seto kan kita kan emang system jarak jauh punya terus sistem datang ke sekolah juga bisa tutor dateng kerumahpun bisa, jadi kalo perubahan yang akan berdampak ke metode pembelajaran itu kita punya semua jadi bisa menyesuaikan. Teknologi juga sama si ka kita kan ada program distance learning dan tunggal dan itu bisa di akses darimana aja, gitu si kak kita bisa mencakup semuanya, kalo misalnya peluang pasar baru si itu kita kan ada semua si kak tergantung siswa nya dateng dengan kebutuhan apa gitu.

H: Oke, baik kak rara. Pertanyaan selanjutnya apa aja sih kak KPI, KPI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital?

R: Oke, KPI nya pasti dari eee pasti dari itu ya tadi ya analisis yang tadi kontennya ini sesuai dengan tujuannya eee apa namanya average dari engagementnya dan lain-lain. Dan juga kalo misalnya konten kita untuk soft selling, apakah benar-benar nyampe nih tujuan soft-selling kita ke masyarakat dari mulai pertanyaan yang masuk ked m, ke kolom komen itu biasanya tuh dari dm itu kan kita ada langsung ke eee bitly cs ya jadi masuk ke cs gitu nah seberapa banyak yang masuk ke cs nih dari posting Instagram. Itu kana da urutannya nah itu sih sumbernya KPI kita juga dari segi itu, dan jugakarena kita marketing bersama pastinya juga seberapa banyak eee seberapa apa ya kolaborasinya nih antara integrasinya antara divisi satu dengan divisi lainnya.

H: Oke, baik nah pertanyaan selanjutnya bagaimana sih kak hasil evaluasi nih yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital eee berikutnya?

R: Oke, biasanya kita tuh memang ada evaluasi setiap semester yah kalo sekolah kan setiap semester nah NM juga ada tiap semester itu biasanya kita ada eee apa namanya forum group discussion juga, terus sama kak dimas juga biasanya kita akan merancang kemabli nih kira-kira dalam semester kedepan itu yang sudah dihasilkan dari semester sebelumnya mana yang memang bagus untuk dilanjutkan lagi dan mana yang harus distop gitu. Kayak misalnya konten-konten apa sih yang sekiranya bisa menaikkan juga bukan cuma followers ya tapi juga bisa meyakinkan orang-orang orang tua terutama untuk atau anaknya sendiri tertarik sekolah di kak seto. Atau brand voice kita tuh udah sampe belum yah ke masyarakat, nah itu sih kita biasanya ada evaluasi-evaluasi gitu. Oh kalo mislanya tahun kemarin kayak tahun ini itu fokusnya memang kolaborasi juga ya dengan

influencer, dengan juga ya kita bikin kegiatan-kegiatan yang lebih banyak kerja sama dengan alumni gitu yang eee apa namanya influencer dll. Tahun-tahun sebelumnya kita hanya fokus di konten, konten apa yang bener-bener bisa diangkat. Jadi setiap tahun pasti ada perbedaannyagitu kita lihat lagi gitu.

H: Oke, eee pertanyaan selanjutnya bagaimana homeschooling kak seto mengintegrasikan data dan histori kak untuk perencanaan strategi yang lebih baik ke depannya?

R: Data dan histori ya?

H: Iya untuk... ya betul

R: Emm oh data, kalo data tuh paling ini sih ya kakkalo misalnya kalo data tuh lebih kak yeni ya marketing ya dan juga kakak-kakak cs karena balik lagi nanti kan ada leads ya nah apa yang masuk gitu untuk kita bisa olah jadi apa namanya untuk kita bisa chat ee apa namanya whatsapp api untuk, untuk promosi dan lain-lain gitu sih paling. Data-data itu kita ambil pastinya kalo aku juga mungkin dari yang leads aku tuh dari dm leads nya kalo yang masuk tuh nanya apa aja, ada nomor whatsappnya nanti kita langsung ke cs. Kalo histori tuh maksudnya gimana kak?

H:Eee lebih ke ini sih kak eee untuk histori eee jadi eee misalnya konten sebelumnya seperti apa juga perencanaan strategi yang lebih baik kedepannya tuh gimana

R: Oh iya, kita liat dari analisis sihtadi yak an analisis itu biasanya aku tuh perbulan adat tuh konten mana yang paling top kontennya apa oh top kontennya ini oh yang kurangnya apa oh berarti yang gini- gini tuh kita singkirin, gitu maksudnya gausah dilanjutin lagi untuk kontennya dibuatnya misalnya eee cheerful nih berarti yang paling kena cheerful oh yang ada kak seto nih di dalem kelas, oh berarti nanti kalo bisa ntah jadi thumbnail entah cuma di akhir gitu kalo bisa ada kak setonya. Misalnya kayak gitu sih kak kita juga pasti ngeliat mana yang paling oke.

H:Oke, baik pertanyaan selanjutnyanih kak eee apa sih kak apa indikator keberhasilan utama untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital di homeschooling ka seto?

R: Oke, pastinya sih kita dari peningkatan eee apa namanya calon peserta didik yah. Kan diliat juga kan kita pasti ada ads, ada juga eee apa selain ads juga konten-konten organik gitu kan. Nah itu diliatnya pasti eee dari orang yang interest dulu gitu kan, terus dia mulai nanya-nanya sampai akhirnya dia memutuskan untuk sekolah di kak seto itu kan satu keunggulan. Nah kalau sampai mereka goals untuk sampai closing, membeli formulir dan daftar di sekolah kak sato itu jadi salah satu keberhasilan utama kita pastinya. Otomatis marketing itu kan pasti nyari customer ya, nyari CPD kalo di homeschooling kak seto nah itu sih keberhasilan utama kita. Dari semua konten tujuannya pasti buat ngejual kan. Kayak dibeli gitu.

H: Oke, baik. Pertanyaan selanjutnya, bagaimana homeschooling ka seto mengevaluasi dan juga meningkatkan strategi pemasaran digital yang ada di homeschooling kak seto?

R: Oke, strategi peningkatan yah? Strategi peningkatan, evaluasinya eee pastinya kalo kita tuh selain dari eee kalau misalnya dari semuanya kankita ada si analisis itu ya dari setiap platformnya kita ada analisisnya tiktok ada analisisnya, youtube juga ada analisisnya, instagram jug aada analisisnya. Nah nanti integrate juga sama website, website itu seberapa banyak orang click, seberapa banyak orang nge views gitu ya, sampe ke mereka membeli formulir registrasi, dll. Nah evaluasinya ya pasti setiap platform ada ininya ya, ada logaritmanya masing-masing. Itu sih yang biasanya kita evaluasi biasanya dari konten-konten. Apakah kontennya ini sudah memang sesuai dengan tujuan utamanya misalnya kalo kontennya itu untuk branding, ya apakah ini menarik branding kita gitu

atau reputasi sampe gak sih eee penjelasan eee apa namanya citra ini selama 17 tahun ke masyarakat gitu, kayak gitu sih kak. **H:** Oke, baik. Pertanyaan selanjutnya eee apa tantangan utama melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital dan juga bagaimana tantangan tersebut diatasi?

R: Oke, kalo tantangan karena sekarang kompetitor itu banyak yang kayak homeschooling gitu dan juga mereka berani eee apa namanya ada dana marketing yang anggarannya cukup besar jadi mereka bisa ngebud istilahnya ya untuk jadi eee apa namanya biasanya, search yang paling tinggi. SEO yang paling tinggi itu karena adsnya mereka gitu. Nah itu sih tantangan terbesar kita, kita harus bikin konten yang organik tapi juga harus bersaing dengan mereka yang pakai ads. Kan itu juga cukup sulit ya, nah itu kalo untuk mengatasinya ya pasti untuk eee kita sih lebih sering, harusnya sih lebih sering bikin konten, harus lebih sering jawab pertanyaan customer, gitu dari segi konten yakenapa kita menjawab atau ngasih info lewat konten dan lewat eee apa itu mereka bisa lebih yakin untuk misalnya menyekolahkan anaknya ke sekolah kak seto.

H: Oke, baik. Menarik ya kak. Hehehe. Oke, lanjut ke pertanyaan selanjutnya apa saja sih kak elemen atau kunci yang membuat konten di media sosial di homeschooling kak seto itu yang dianggap menarik dan relevan gitu?

R: Oke, gak boong ya karena kita ada label homeschooling kak seto pasti harus ada kak seto kak seto nya nih biasanya yang paling eee apa namanya eee yang paling tinggi dari segi kalo kita evaluasi konten gitu ya analisis konten, gitu sih. Terus ada label-label kak seto nya, entah kita collab kak seto gitu atau misalnya eee kak seto ada di kegiatan belajar adik-adik gitu atau misalnya dari sisi lain brand kak seto sendiri itu biasanya konten-konten yang itu sih kak, kayak misalnya mengangkat keunggulan kegiatan praktik belajar yang ada di sekolah kak seto yang belum ada di sekolah lain. Misalnya kegiatan vokasi adik-adik SKKS, adik-adik belajar itu pergi ke mrt, dll. Nah itu tuh biasanya tinggi, gitu jadi semakin kita memperlihatkan sisi kita sebagai sekolah dan sisi KBM yang menarik itu yang biasanya kontennya tinggi.

H: Oke, baik nah eee kalo dari kak rara sendiri bagaimana sih dari kak rara mengevaluasi kinerja dari konten tersebut?

R: Oke, iya sama sih kak hampir sama ya kayak tadi. Kita lihat dulu nih analisis dulu dari segi setiap kontennya itu wah ini kenapa nih tinggi, kenapa ini rendah, kenapa eee ya perbandingannya itu. Nah terus kita biasanya kita cek sih kak, misalnya dari dua konten nih yang sama, misalnya reelsnya kurang lebih misalnya ngangkatnya tentang keunggulan tapi misalnya beda nih isinya. Nah kenapa yang satu bisa lebih tinggi, yang satu bisa lebih rendah. Bisa jadi karena durasi, biasanya kan ya. Atau memang eee itu kita gak pake strategi misalnya hooknya, hook yang dipakai itu misalnya udah terlalu umum untuk sekolah gitu, itu juga sih. Atau waktunya, atau terlalu hard selling itu juga mempengaruhi kontennya kak.

H: Oke, baik kak rara. Eee pertanyaan selanjutnya bagaimana homeschooling kak seto

mengoptimalkan website nih kak agar memenuhi standar SEO?

R: Oke, nah kalau website sendiri itukan memang eee sejujurnya ya di awal aku ke sini itu lagi proses pengembangan website. Jadi, terus udah jadi terus lalu ada pembaruan lagi jadi website kak seto, eh homeschooling kak seto ini memang belum eee stabil ya kalau aku bilang. Cuma untuk memenuhi standar SEO pastinya ada beberapa urutannya yang kena pasti dari si headlinenya. Headline, sub- headline terus juga penulisannya tentunya isi yang disesuaikan dengan .

H: Eee, kita ke pertanyaan tadi kan kita udah tanya-tanya seputar influencer ya kak.

R: Heeh.

H: nah terus tadi terakhir itu kita di bagian website, bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website untuk memenuhi standar SEO. Itu kan juga sudah dijawab ya oleh kak rara. Kita lanjut ke pertanyaan selanjutnya yaitu eee apa langkah yang dilakukan untuk mengoptimalkan peringkat website itu di mesin pencariannya biasanya sih kak. Karena kan kalo kita cari tuh kadang eee gak langsung muncul ya kak, nah untuk itu sendiri bagaimana, bagaimana cara homeschooling kak seto eee mengoptimalkan website di mesin pencarian?

R: Oke, biasanya kita tuh main di eee apa di headline ya, sub-headline dan jugajadi kalau misalnya untuk SEO cara menarik gitu, iya gitu kita harus mainin headline nya itu yang paling banyak di cari, sub-headlinenya juga yang eee dicari dan juga general terus juga deskripsi pertama dari apa artikel di website itu harus yang memang general. Jadi kalau bisa eee misalnya ngasih penjelsan aja dulu nih, homeschooling itu adalah apa karena biasanya orang-orang pasti searchingnya homeschooling adalah, homeschooling merupakan. Nah itu solusinya kita masukin tuh di artikel kita, sebelum kita masuk ke inti artikelnya atau misalnya pake teks ya kalau di eee apa namanya kan di artikel tuh kana da teksnya yah biasanya ada hashtag nya gitu kan. Nah itu kitan pake tuh, hashtag-hashtag yang memang paling banyak digunakan. Kayak dari google trend, google search. Dari situ sih kak.

H: Oke, nah pertanyaan selanjutnya bagaimana dari kak rara snediri nih. Bagaimana kak rara, mengintegrasikan SEO itu ke dalam strategi pemasaran digital di homeschooling kak seto?

R: Oke, eee biasanya sih ya pasti eee apa kurang lebih kan kalo itu bisa pake konten juga ya dari nilai risetnya kita pake dari lagi trend, dari teksnya yang paling banyak dicari terus juga bisa search nya dari yang paling banyak dicari eee paling gitu sih kak. Jadi pake hook kontennya juga, hook-hook yang emang eee apa namanya eee eye catch kita kan juga harus tau kalau misalnya sama ya di artikel dan di konten itu hook pertama itu gak boleh lebih dari 7 kata. Risetnya kan orang baca gak lebih dari 7 kata, itu yang kita pake. Jadi integrasei ya sebenrnya ya hampir sama cuma ya pengemasannya aja, kalau konten kan biasanya harus lebih singkat ya eee apa langsung aja straight to the point terus dikemasnya juga lebih nyampe. Sedangkan kalo di website kan harus artikel gitu kan, dari pengemasan katanya harus disesuaikanada hashtag-hashtag yang memang Cuma ada di sekolah kak seto misalnya #jadibisabersamasekolahkakseto #disekolahkakseto dll gitu sih.

H:Oke, baik pertanyaan selanjutnyanini kak eee apa sih kak apa indikator keberhasilan utama untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital di homeschooling ka seto?

R: Oke, pastinya sih kita dari peningkatan eee apa namanya calon peserta didik yah. Kan diliat juga kan kita pasti ada ads, ada juga eee apa selain ads juga konten-konten organik

gitu kan. Nah itu diliatnya pasti eee dari orang yang interest dulu gitu kan, terus dia mulai nanya-nanya sampai akhirnya dia memutuskan untuk sekolah di kak seto itu kan satu keunggulan. Nah kalau sampai mereka goals untuk sampai closing, membeli formulir dan daftar di sekolah kak sato itu jadi salah satu keberhasilan utama kita pastinya. Otomatis marketing itu kan pasti nyari customer ya, nyari CPD kalo di homeschooling kak seto nah itu sih keberhasilan utama kita. Dari semua konten tujuannya pasti buat ngejual kan. Kayak dibeli gitu.

H: Pertanyaan selanjutnya mengenai Sosial Media Marketing ya kak, yaitu Bagaimana strategi social media marketing dapat digunakan untuk meningkatkan engagement audiens sekaligus mendukung tujuan bisnis secara efektif?

R: Eee, kalo untuk itu kita tentuin dulu ya kaya kita mau bikin konten nya ini seperti apa dan buat apa, karena kita punya banyak program dan unit mau di tujuakan kemana dan konten nya menyesuaikan audiens nya seperti apa karena pasti beda tiap audiens nya, konten nya di sesuaikan dengan bahasa situasi lebih ke di sesuaikan lagi, mislanya kita ada konten atau apa yang bisa kita ajak coleb konten untuk meningkatkan reputasi misalnya ada pejabat at aartis atau kita juga bisa pake meta ads atau bisa pake labeling kak seto itu sendiri atau pake hastag yang di sesuaikan sama trend nya gitu.

H: Nah, kalo untuk itu sejauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital?

R: Oke, eee so far sih sejujurnya kalo kak seto itu gak belum begitu kita tuh sering banget pake kayak influencer gitu tapi untuk beberapa event atau beberapa kegiatan di sekolah yang memang oh kita butuh nih bantuan untuk memperluas campaign kita biasanya kita baru mencari influencer seperti di acar ulang tahun atau misalnya di eee di kegiatan trial class, open house. Nah itu biasanya kita baru cari nih, influencer-influencer yang bisa ngebantu gitu. Untuk komunikasi pemasaran. Tapi so far selain dari event itu kita jarang sih kak gitu. Jadi memang ada eee seasonal gak yang terus. Mungkin ini akan dilakukan. Jadi kita tuh kana da student ambassador itu yang masih sekolah dikita, dia memang berpotensi nih dia ternya influencer mungkin dia juga content creator, atlit, artis, dan sebagainya gitu. **H:** Untuk saat ini, eee berarti brand ambassador homeschooling kak seto itu siapa kak?

R: Kalo sekarang itu, sebenarnya ini masih proses ya kak. Proses pemilihan juga. Tapi kita sempet kalau yang di Bekasi itu kan namanya syafira. Dia itu content creator, nah kita itu lagi mau gol ke yang namanya jifan gitu. Adik jifan, salah satu peserta didik yang kebetulan jivan ini adalah youtuber 11 juta subscriber jadi kita coba approach untuk jifa. Jadi so far feedback cuma belum bener-bener biasanya kan ada mou, dan sebagainya ya. Masih berjalan.

H: Oke baik kak rara, kita akan lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Bagaimana sih kak efektivitas dari kampanye influencer marketing ini diukur?

R: Oke, eee so far sih kita tuh ngukurnya pasti mereka kan jangkauannya cukup luas ya, lebih luas dari pada kita yang nih sebagai lembaga yang pendidikan mungkin iya, maksudnya tuh lebih luas. Nah biasanya sih kita kan karena selama ini dari event-event aja ya, iya event-event aja. Nah biasanya nariknya ke orang-orang lebih banyak follow atau lebih banyak yang cari tau setelah di apa, setelah udah mulai campaignnya mereka udah mulai share story atau masuk ke konten mereka gitu. Udah mulai banyak yang follow dan eee mencari tau biasanya lewat dm gitu yang tentang homeschooling kak seto. Kalau misalnya student ambassador kan memang diperjanjiannya itu ada mereka harus

membuat konten yah dalam waktu, eee durasi berapa. Terus konten berapa gitu ya. Nah kalau itu sih, biasanya mereka tuh eee banyaknya tuh pertanyaannya di kolom komen nya jadi langsung di bales sama si student ambasadornya. Karena informasinya kayak udah tertarik banget, bisa wa langsung back link ke kita. Ke Instagram kita. Atau ke website atau ke CS.

H: Pertanyaan selanjutnya mengenai konsep eee komunikasi pemasaran jasa Pendidikan, yaitu pertanyaannya Bagaimana peran media social dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka Panjang antara penyedia jasa Pendidikan dan konsumen?

R: Oke peran nya pasti kita itu ee harus jadi eee penyampai informasi yang terupdate tentang sekolah, misalnya kita juga sekarang lagi ramai konten akreditasi, nah sekarang aku lagi bikin konten akreditasi itu nah itu kan masuk ke reputasi ya jadi kita harus serius kasih informasi terupdate dari sekolah terus prestasi terus juga gaya belajar atau komunitas yang terbaru itu apa kurikulum nya itu apa, jadi sebenarnya kalo peran nya itu yang menjembatani antara yang di sekolah yang terupdate itu apa supaya orang tua bisa tau ni dari social media, nah kaya gitu si kak.

H: Pertanyaan terakhir terkait konsep homeschooling kak seto yaitu bagaimana homeschooling dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan Pendidikan saat ini?

R: aa kalo itu si iya si kak kaya yang tadi aku sampein juga ya kalo homeschooling kita kan program nya banyak ya mungkin kalo di homeschooling lain itu Cuma ada distance learning tapi klo di kita ada distance learning, distance learning tunggal ada komunitas online jadi sebetulnya karena program kita ini banyak dan semua nya itu juga di sesuaikan dengan kebutuhan siswa dan anak nya apa ya itu tadi kalo mislanya teknologi itu mereka bawa tab sendiri pake tab kalo di komunitas online kan jarak jauh itu pasti udah pake laptop dll jadi kita itu enak karena kita sudah menyesuaikan teknologi dan system apa ya system informasi nya itu ee semua nya itu eee secara online jadi maksud nya terinput nya secara online. Peserta didik juga kan kalo belajar itu juga tugas tugas nya di input sama tutor lewat google class room dan menyesuaikan kebutuhannya kaya mereka juga gaya belajar nya sendiri dan kita menyesuaikan dengan program gitu jadi kita bisa online bisa datang juga dan pembelajaran nya bisa dimana aja.

H: Oke baik kak rara, kak rara gak kerasa nih udah di akhir pertanyaan yang tadi itu pertanyaan penutup nih kak. Baik kak rara, akum au ngucapin terima kasih banyak untuk kak rara sudah meluangkan waktunya. Mohon maaf ya kak dari kemarin kita eee sempet reschedule beberapa kali.

Lampiran 10 Open Coding Informan 1

Open coding informan 2 (Fery)

Latar belakang informan

Nama lengkap: Fery Citra Febriyanto

Usia: 33 tahun

Pendidikan terakhir: Universitas Islam Indonesia

Posisi atau jabatan di Homeschooling Kak Seto: Content Marketing Manager

Wawancara di lakukan pada 16 Desember 2024 pukul 14.30 - 15.45 melalui aplikasi google meet. Wawancara di lakukan ketika informan memiliki waktu luang di sela sela jam kerja. Ketika wawancara dilakukan informan menggunakan baju berwarna biru tua seragam khas Sekolah Kak Seto

No.	Personal View/Refleksi Diri	Isi Transkrip Wawancara	Keterangan Observasi	Intisari/Keterangan	Kategori
1		<p>H: Kak ferry perkenalkan, aku Hana Nurhanajah di sini akum au sharing sedikit sih kak terkait skripsi yang aku kerjiaan sekarang. Jadi aku itu kan mengangkat skripsi ini Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di Homeschooling Kak Seto Dalam Peningkatan Peserta Didik Baru. Sebelum kita mulai mungkin boleh perkenalkan nama lengkap kak ferry, eee usia, pendidikan terakhir, posisi atau jabatan di homeschooling kak seto dan sudah berapa lama bekerja di homeschooling kak seto?</p> <p>F: Oke, terima kasih kak hana. Perkenalkan kak hana, namaku kak ferry Febriyanto. Saat ini umurnya 33 tahun. Aku lulusan dari universitas islam Indonesia program manajemen. Dan saat ini punya posisi sebagai content marketing manager selama kurang lebih 6 tahun dan beberapa konteksnya adalah terkait dengan strategi ya, focus ke arah brand awareness maupun di area eee marketingnya seperti itu kak.</p>	<p>Informan merespons dengan santai dan selama memberikan informasi identitas, nama, usia, dan jabatan, informan juga menyambut peneliti dengan hangat dan ramah selama peneliti menanyakan beberapa pertanyaan terakit</p>	<p>Penjelasan informan meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nama - Usia - Latar belakang pendidikan - Jabatan 	Profil Informan
2		<p>H: Oke, baik. Kak ferry kalo gitu kita langsung ke pertanyaan pertama aja ya kak.</p> <p>F: Boleh.</p> <p>H:Oke pertanya pertama di sini ada mengenai strategi komunikasi pemasaran digital, Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto</p>	<p>Informan menjawab pertanyaan menggunakan nada yang santai dan duduk tegap dan penejalsan yang diberikan cukup jelas</p>	<p>Penjelasan informan terkait komunikasi pemasaran meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto dirancang untuk mendukung peningkatan jumlah 	Strategi Komunikasi Pemasaran Digital

		<p>dirancang untuk mendukung peningkatan jumlah peserta didik baru?</p> <p>F: Oke, bicara tentang konsep bagaimana konsep tersebut dirancang untuk bisa eee, dilihat dalam penerimaan siswa baru kota focus pada eee, sebenarnya gini dalam konteks komunikasi pemasaran kita punya eee apa nama nya schedule kita juga punya target, kita juga punya bahan apa yang kita publish di sesuaikan dengan trend yang ada, kalo kita flashback kemarin pada eee pasca pandemic sebagai contoh memang eee kita memang mencoba tekankan pada public pembelajaran secara daring gitu ya. Konsep pemasaran yang kita coba gunakan ya itu bagaimana fleksibilitas belajar dan juga bagaimana siswa itu tetap bisa richout eee mereka punya materi eee mereka punya fleksibilitas namun tetap pada kemas Pendidikan yang eee relevan untuk mereka dalam konteks hal ini Pendidikan yang lebih baik.</p>		peserta didik baru?	
3		<p>H: Oke baik, selanjutnya masuk ke pertanyaan ke dua. Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di homeschooling kak seto?</p> <p>F: Oke, kalo itungan rate nya dari 1 sampai 10 itu ada di angka 8, kenapa eee ada di angka 8 karena kita kan memaungi dari semua cabang yang ada di kak seto ini ya jadi eee apa ya masuk lah pada angka 8 ini karena sudah cukup sesuai gitu ya kak eee, dan kalo kita bicara bagaimana meningkatkan jumlah peserta didik baru digital marketing sangat berpengaruh ya ka eee tentu nya, dan kenapa kita kasih nilai 8/10 karena kita melihat peningkatan yang ada serta dari hasil evaluasi kita lagi lagi kita mengukur hal tersebut salah satu nya eee menggunakan KPI sehingga menurut kami ya eee digital marketing ini sangat berpengaruh dalam peningkatan jumlah siswa baru ee terutama pada saat pandemic karena banyak orang yang melihat dan mengetahui kak seto melalui ya itu dari digital marketing itu sendiri, gitu si kak.</p> <p>H: Baik kak, kalau bagaimana cara kak ferry menentukan platform digital yang paling efektif nih kak untuk homeschooling kak seto karena melihat tadi kan beberapa platform yang sudah kak ferry sebutkan ada facebook, Instagram, menurut kak ferry eee yang paling efektif tuh untuk pemasaran digital di homeschooling kak seto tuh apa ya kak?</p> <p>F: Ya dibilang efektif itu kan ada indikator ya kak hana ya pada dasarnya kita akan menentukan efektif itu hanya jika dari beberapa channel channel ataupun digital tadi itu bisa memberikan feedback. Seperti itu contoh misalkan kalau sudah</p>	<p>Informan menjawab pertanyaan dari peneliti dengan jelas dan nada santai, setiap kali peneliti mengajukan pertanyaan inorman selalu menjawab satu persatu dengan jelas dan tersusun</p>	<p>Penjelasan informan terkait digital marketing meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di homeschooling kak seto? - bagaimana cara kak ferry menentukan platform digital yang paling efektif nih kak untuk homeschooling kak seto karena melihat tadi kan beberapa platform yang sudah kak ferry sebutkan ada facebook, Instagram, menurut kak ferry eee yang paling efektif tuh untuk pemasaran digital di homeschooling kak seto tuh apa ya kak? 	Digital Marketing

		menggunakan ads, google ads ataupun Instagram ads atau sosial media ads seperti itu ya yang akhirnya memberikan kontribusi yang menyumbang siswa terbanyak itu area dimana. Seberapa besar yang pengen diexpand untuk kita gunakan platform tersebut, kita akan hitung menggunakan ROAS gitu oh ternyata dari ROAS yang paling optimal menggunakan platform ini maka eee katakanlah sosial media, gunakan sosial media di Instagram hal tersebut yang menjadi ukuran bahwasannya platform ini adalah yang cukup efektif. Dari sudut pandang eee biaya dan juga jangkauan terus juga memberikan kontribusi siswa itu menjadi eee indicator bahwa platform itu cukup efektif dalam pemasaran.			
4		<p>H: Oke baik kak, pertanyaan selanjutnya, Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan (SMART) dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?</p> <p>F: Oke, eee itu kan sasaran spesifikasi yang teukur ya kak brarti SMART dalam implementasi digital marketing eee tentu saja hal tersebut eee sangat berpengaruh ya keberhasilan nya dari strategi ee yang sebelumnya di rancang dan balik lagi eee kalo mengenai indicator atau kunci utama nya eee yaitu kita harus dapat memastikan kebutuhan apa yang sebenarnya di perlukan oleh costumer dan calon siswa balik lagi ke richout kita untuk mencapai eee tujuan tersebut jadi lebih ke perencanaan untuk menetapkan siapa sasaran kita di mulai dari hal itu si eee kak kurang lebih.</p>	Informan menjelaskan dengan jelas runtun dan santai, dan koneksi sempat beberapa kali kurang stabil	Penjelasan informan terkait turunan Digital Marketing yaitu Implementasi Digital Marketing (Penetapan Sasaran dan tujuan) :	Implementasi Digital Marketing -Penetapan Sasaran dan tujuan
5		<p>H: Pertanyaan selanjutnya kak, Bagaimana cara merancang strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi secara efektif?</p> <p>F: Okee, ee terintergritas mungkin ya</p> <p>H: Iyaa</p> <p>F: Iya kalo untuk terintergrasi dalam jangka Panjang kita coba mengkaitkan dengan beberapa eee apa nama nya elemen ya, elemen yang kita punya seperi awal perencanaan yang jelas gitu ya kak dan juga terperinci gitu kak kita juga untuk ini melibatkan eee apa ya orang orang terkait gitu untuk membangun komitmen awal dan tujuan kita dan eee ini juga tentu dalam hal ini ee saya juga turut ikut berkontribusi karena eee harus memonitoring secara berkala karena eee pastinya ada hambatan hambatan yang ee mungkin harus diselesaikan bersama sama gitu su ya kak</p>	Informan memberikan penjelasan dengan sangat baik dan sesekali mengganggu kepala	Penjelasan informan terkait perencanaan strategi? - Bagaimana cara merancang strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi secara efektif?	Implementasi Digital Marketing -Perencanaan Stategi

		paling ee			
6		<p>H: Pertanyaan selanjutnya kak, Apa langkah-langkah utama yang perlu dilakukan untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan?</p> <p>F: Eee oke baik kalo membicarakan implementasi sebuah taktik tentu saja semua di susun untuk mencapai hasil yang memang di tuju ya ka eeee, seperti perencanaan yang detail rinci dan juga pelaksanaan serta alokasi yang tersusun sangat mempengaruhi hasil dan tujuan yang jelas ya kak, eee selain itu komunikasi yang efektif juga menjadi salah satu peran yang perlu di pahami karena untuk mencapau tujuan tersebut gitu ya dan seperi yang tadi saya katakana di atas untuk mencapai sebuah hasil tentu peril adanya evaluasi dan pemantauan secara berkala eee dan itu ee saya sendiri ikut serta dalam hal tersebut</p>	Inofrman menjelaskan dengan cukup jelas dan menggunakan nada yang santai	Penjelasan informan terkait Implementasi Taktik: - Apa langkah-langkah utama yang perlu dilakukan untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan?	Implementasi Digital Marketing -Implementasi Taktik
7		<p>H: Oke, kita lanjut ke pertanyaan berikutnya yaitu mengenai pengukuran dan optimalisasi nih kak. Pertanyaan pertama di sini apa saja nih kak KPI yang digunakan untuk mngukur keberhasilan strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto secara singkatnya aja.</p> <p>F: KPI untuk digital marketing utamanya adalah seberapa banyak eee postingan yang di dapat dari kegiatan yang kita lakukan dalam satu semester, satu. Kedua dari hasil return on ads spend itu positif atau justru negative yang kedua ya, yang ketiga adalah seberapa efektif kah apa namanya konten pemasaran yang sudah diplan tadi sudah didistribusi sesuai dengan deadline yang ditentukan. Ada tiga sih.</p> <p>H: Oke, baik untuk hasil evaluasi bagaimana sih kak yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital selanjutnya?</p> <p>F:Ya, hasil evaluasi nya yauntuk bisa mengoptimalkan kita lihat kendala kita evaluasi untuk kita jadikan di periode selanjutnya katakanlah satu semester itu ada evaluasi semester depan oh kita kurnag biaya biaya adsnya kurang kak kayak gitu akan kita utamakan, oh iya jangkauannya kita masih kurang luas juga dikaji lebih lanjut lagi, oh jangkauannya sudah lebih luas nih kak jangkauan sudah lebih luas, biaya sudah lebih besar reachnya juga gede tapi kenapa yang daftar masih sedikit kita riset lagi oh ternyata yang momentum bulannya gak sesuai. Kalau mau bikin event, oh bulanini emang gak sesuai nih memang bulan liburan tapi bulannya misalnya udah ada planning yang lain jadi kalau kita bikin ke tempat rekreasi jadi belum memungkinkan.</p>	Informan menjelaskan dengan jelas runtun dan santai, dan koneksi sempat beberapa kali kurang stabil	Penjelasan informan terkait SEO (Search Engine Optimization) meliputi: - Pertanyaan pertama di sini apa saja nih kak KPI yang digunakan untuk mngukur keberhasilan strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto secara singkatnya aja. - hasil evaluasi bagaimana sih kak yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital selanjutnya? -Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengintergrasikan data historis untuk perencanaan strategi yang lebih baik? - Apa indicator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital? -Bagaimana homeschooling kak seto mengevaluasi dan meningkatkan strategi komunikasi pemasaran digital mereka? -Apa tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, dan bagaimana tantangan tersebut diatasi?	Implementasi Digital Marketing -Pengukuran Evaluasi

		<p>Contohnya itu sih kak.</p> <p>H: oh oke baik kak, selanjutnya bagaimana sih kak homeschooling kak seto mengintegrasikan dan juga dari data histori yang pernah di rencanakan rencana strategi yang lebih baik</p> <p>F: Ya, untuk bisamengintegrasikan maka memang historical data itu penting kita akan melihat eee kita sudah punya sebenarnya udah punya bank data terkait siswa dan marketing masing-masing mereka akan mencoba mengkaji kita juga lihat dari sudut pandang histori yang sudah dilakukan area mana saja yang harus di improve area mana saja yang perlu di evaluasi biar eee hal hal tersebut bisa kita sandingkan dengan tingkat keberhasilan yang kita punya yang kita ukur setiap bulan.</p> <p>H: Kita ke pertanyaan selanjutnya, apa indicator keberhasilan utama nih kak yang dapat mengukur efektivitas dalam strategi pemasaran digital itu sendiri?</p> <p>F: Oke hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei dapat informasi dari mana oh dapat informasi dari website, oh dapat informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita kita survei banyak orang tua yang pada akhirnya dapat gara gara apa gara gara informasi website seperti itu sih kak.</p> <p>H: Selanjutnya, bagaimana homeschooling kak seto mengevaluasi serta meningkatkan strategi komunikasi pemasaran digital yang dimiliki homeschooling kak seto itu sendiri?</p> <p>F: Oke, bagaimana mengevaluasi kita melihat eee biasanya menjelang akhir semester gitu ya kita atur meeting strategi jangka pendek kita akan mengumpulkan semua data yang kita punya, eee mengumpulkan juga hasil riset juga survei bersama orang tua. Katakana lah kita menggunakan budget ads sekian juta rupiah kita lihat apakan dari budget yang kita keluarkan ini kita bisa menciptakan eee optimal pendapatan yang ada dari siswa seperti itu. Kemudia secara konten apa konten tadi itu atau yang kita miliki sesuai dengan eee tren saat ini yang memang sedang happening. Begitu sih kak konteks strategi kita sebelum UAS.</p> <p>H: Kalau misalkan tantangan utama nih kak, tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, dan bagaimana tantangan tersebut diatasi?</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>F: Untuk tantangan di strategi yang kita miliki biasanya emm, karena kita itu membawahi banyak eee kana da sekolah kak seto ada banayk ya ada homeshcooling, ada sekolah khusus, ada sekolah formal, dan gitu ya kita perlu membagi tipikal konetn atau tipikal strategi itu sesuai dengan departemen pendidikannya itu sih yang jadi tantangan kita. Kedua, eee terkait dengan budgeting kalau kita mau dengan apa namanya pesaing kita itu cukup sulit di area budget karena cukup memperhatikan budget yang kita gunakan tidak bisa sebanyak budget para pesaing kita karena biasanya mereka memang karena mereka di awal ya mereka cukup jor joran menggunakan budget jadi ketika kita mau melaksanakan strategi pemasaran secara digital itu harus kita total kita hitung secara apa ya secara umum menilai budget nya berapa banyak, atau tidak, dasarnya apa, keperluannya apa, eee gitu sih cukup menantang ditambah dengan tadi kemampuan kita itu cukup terbatas ketika kita diminta untuk day to day di pendidikan konten-konten yang mereka inginkan.</p>			
8		<p>H: Selanjutnya, Bagaimana Strategi konten yang digunakan untuk menarik perhatian calon siswa baru di homeschooling kak seto?</p> <p>F: Oke, untuk bagaimana strategi konten itu sendiri yang digunakan untuk menarik perhatian kita balik lagi ikutin kea rah trend saat ini si kak eee jadi seperti konten yang di buat dan ditujukan untuk siapa itu juga perlu kita perhatikan dan contoh nya platfrom sekarang yang kita gunakan kita juga sedang eee apa ya merambah ke tiktok nah dari ee konten untuk tikto itu sendiri berbeda dengan instagram karena tujuan sasaran nya pun beda kalo kaya ee si tiktok itu lebih ke dalam bentuk reels gitu contoh nya</p> <p>H: Selanjutnya apa aja sih kak elemen atau kunci yang membuat konten di media sosial homeschooling kak seto ini ee dirasa menarik dan relevan kak? Apa misalkan mengikuti trends yang ada gitu.</p> <p>F: Iya, untuk tentang bagaiman dikatakan menarik otomatis kita harus membuat desain konten yang eye catching dan juga sesuai dengan tren saat ini dan juga dalam captionnya juga mempunyai apa ya eee mempunyain caption yang dicari sama orang orang. Karena kalau misalnya kita Cuma membuat desain saja tapi tidak menarik itu kan tidak akan bisa menciptakan hasil yang optimal ya kak sehingga konten yang kita bikin dari segi isi konteks isi</p>	Informan menjelaskan dengan santai dan jelas	<p>Penjelasan informan terkait Jenis jenis digital marketing bagian content marketing meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana strategi konten yang digunakan untuk menarik perhatian calon siswa baru di homeschooling kak seto? -Apa element kunci yang membuat konten di media social homeschooling kak seto menarik dan relevan? -Bagaimana anda mengevaluasi kinerja konten tersebut? 	Jenis jenis digital marketing - Content Marketing

		<p>maupun dari konteks desainnya itu harus punya indicator yang cukup menarik dan relevan ketika kita coba posting di platform platform tertentu.</p> <p>H: kalau berartikan aku kan udah tanya ya kak bagaimana evaluasi efektivitas konten media sosial yang dilakukan nah kalau yang sekarang bagaimana kak ferry mengevaluasi kinerja konten tersebut?</p> <p>F: Oke, kinerja konten sebenarnya hamper mirip dnegan cara kita tadi ya. Kalau banyak yang likes, kemudia apa namanya banyak yang save, banyak yang share itu jadi salah satu evaluasi konten yang dibuat. Kenapa, ketika likes mungkin orang melihat konten ini sedang happening sekarang, mereka suka dnegan desainnya, mereka suka dengan isinya, seperti itu dan juga eee mereka punya berpikiran eee nilai kebermanfaat dari konten yang kita buat. Mereka yang cukup fleksibel bisa menshare kembali konten tersebut ke orang lain, jadi indicator-indikator tersebut yang lebih eee rinci ya ketimbang tadi secara luas kalao luas kita lihat bagaimana mereka reach out nya ya banyak atau tidak tapi ini kan secara detail di konten konten tertentu yang kita submit atau kita posting.</p>			
9		<p>H: Menarik ya kak. Selanjutnya kita lanjut ke pertanyaan mengenai SEO ya kak. Bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website yang dimiliki agar memenuhi standar SEO menurut kak ferry?</p> <p>F: Eee sebenarnya sampai hari ini kita masih maintenance ya kak untuk website kita sendiri jadi kalo untuk bicara tentang aktivitas SEO atau standar SEO kita akan coba kembali ke maintenance yang ujung-ujungnya bakalan kea rah situ sih. Katakanlah kita coba untuk membuat eee apa namanya tagging keyboards yang sesuai dengan pasar kita, sebagai untuk orang tua katakana lah kita gunakan quotes quotes yang sering digunakan orang tua karena kita riset gitu sih. Jadi secara optimal mengarahkan pencarian dari google itu sendiri, karena memang kalau tidak sesuai dengan keyword yang umum website kita akan kesulitan untuk sampai sana kemudian artikel untuk bisa membuat artikel kita juga harus melihat standar eee poin poin apa saja yang nanti akan bisa mengalahkan artikel untuk website yang kita miliki. Jadi belum semua penerapan kita akan coba minimal standar harus bisa SEO tadi secara efektif memberikan kontribusi kepada website gitu sih kak.</p>	<p>Informan menjawab dengan santai dan jelas, namun sesekali suara dari peneliti kurang jelas sehingga ada pengulangan pertanyaan</p>	<p>Penjelasan informan terkait Jenis jenis digital marketing bagian SEO meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website agar memenuhi standar SEO? -Apa langkah yang digunakan untuk meningkatkan peningkatan website di mesin pencarian? -Bagaimana anda mengintergrasikan SEO ke dalam strategi pemasaran digital? -Apa indicator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital? 	<p>Jenis jenis digital marketing</p> <p>-SEO</p>

		<p>H: Oke baik, sebenarnya pertanyaan SEO yang kedua itu kana apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan website di mesin pencarian tapi kayaknya tadi secara garis besar sudah terjawab oleh kak ferry jadi pertanyaannya kita lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Oke bagaimana kak ferry atau homeschooling kak seto ini mengintegretasikan SEO dalam strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto?</p> <p>F: Oke, sekali lagi ya kita belum aktif lagi saat ini karena masih maintainance kita bicara bagaimana nanti kita akan menintegrasikannya dengan lebih familiar kita akan buat artikel back link yah di sosial media lain misalkan atau di portal berita untuk diarahkan ke website kami. Itu satu, kedua misalnya di Instagram ataupun konten konten sosial media lainnya itu kita coba arahkan kepada website kita jadi beberapa channel channel yang kita miliki itu mengarah kepada website untuk mendukung peringkat website di google seperti itu.</p> <p>H: Kita ke pertanyaan selanjutnya, apa indicator keberhasilan utama nih kak yang dapat mengukur efektivitas dalam strategi pemasaran digital itu sendiri?</p> <p>F: Oke hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei dapat informasi dari mana oh dapat informasi dari website, oh dapat informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita kita survei banyak orang tua yang pada akhirnya dapat gara gara apa gara gara informasi website seperti itu sih kak.</p> <p>H: Apakah indicator yang kak ferry sebutkan tadi itu merupakan keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas terkait konten pemasaran digital di homeschooling kak seto?</p> <p>F: iya, karena bisa diukur dan kita cek antara budget eee kemudia sejauh mana spreadingnya di sosial medianya gitu sih kak and then bisa diukur.</p>			
10		<p>H: Bagaimana sih kak homeschooling kak seto memilih influencer yang tepat untuk meningkatkan brand awareness untuk di homeschooling kak seto sendiri sehingga dapat meningkatkan dan berdampak untuk peserta didik baru?</p> <p>F: Ya, influencer sebenarnya kalo sejauh ini ya sejauh ini yang pernah kita coba lakukan ada 2 konteks ya kalau bicara tentang gimana pilihnya. Kita coba piluh sesuai dengan value nilainya</p>	<p>Informan menjelaskan dengan nada santai dan jelas namun serius</p>	<p>Penjelasan informan terkait jenis jenis digital marketing bagian influencer marketing:</p> <p>- Bagaimana sih kak homeschooling kak seto memilih influencer yang tepat untuk meningkatkan brand awareness untuk di homeschooling kak seto sendiri sehingga dapat meningkatkan dan berdampak</p>	<p>Jenis jenis digital marketing</p> <p>- Influencer Marketing</p>

	<p>katakanlah ada orang tua yang cukup giat reporting anaknya yang sekolah di sekolah kak seto seperti itu itu satu. Karena dalam sudut pandang orang tua dia punya value untuk memberikan representasi itu nyaman, sekolahnya memang tepat untuk sudut pandang yang bersangkutan sehingga secara umum ketika dia mau memberikan apa bentuk influence orang lain itu akan lebih natural ya kesannya sehingga tidak dibuat-buat terlebih ketika yang bersangkutan punya eee apa namanya punya point of view yang cukup baik di mata public. Mislanya contoh sebagai influencer juga tau, artis, atau sebagai atlet seperti itu sih kak.</p> <p>H: Kalo untuk sejauh ini influencer yang pernah bekerja sama dengan homeschooling kak seto ini kalo boleh tau ada influencer siapa aja sih kak?</p> <p>F: Yang paling kita influencer itu kak terakhir dengan nika gina sebagai orang tua siswa yang bersekolah di homeschooling kak seto. Kita memberikan beberapa eee apa namanya, poin-poin untuk bisa yang bersangkutan eee brandingkan gitu.</p> <p>H: Oke, eee sejauh mana sih kak untuk influencer marketing mendukung strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto?</p> <p>F: Bagaimana influencer marketing ini punya strategi komunikasi yang apa ya untuk kami gitu ya, biasanya setiap kita menggunakan influencer itu fokusnya kepada mereka memberikan jangkauan awareness kepada para followersnya tapi kalau sampai dengan mereka memantain sampai memberikan pertanyaan itu belum sampai. Jadi peran mereka itu hanya sekedar, mungkin Bahasa kasarnya Bahasa sorry ya kita gak ee gak yang menyamakan dengan buzzer tapi kita ingin influencer ini memberikan edukasi yang secara tidak langsung dengan mungkin cara yang sederhana kita ikutin kegiatan anaknya sehingga secara umum ketika mereka mau memberikan campaign tersebut atau mau memberikan informasi tersebut secara natural itu bisa memberikan eee konteks brand awareness untuk orang-orang yang belum follow kami.</p> <p>H: Kalau bagaimana sih kak efektivitas kampanye atau eee bekerjasamanya sekolah kak seto dengan influencer tersebut secara marketing?</p> <p>F: Iya, bicara diukur eee sebenarnya agak sulit yak arena memang kita sejauh ini kita belum terlalu professional ketika kita mau menghire influencer seperti itu. Hanya kita bisa menggunakan pendekatan yang masih bersinggungan dengan</p>		<p>untuk peserta didik baru?</p> <p>- Sejauh ini influencer yang pernah bekerja sama dengan homeschooling kak seto ini kalo boleh tau ada influencer siapa aja sih kak?</p> <p>- Sejauh mana sih kak untuk influencer marketing mendukung strategi komunikasi pemasaran digital di homeschooling kak seto?</p>	
--	--	--	--	--

		<p>kami seperti orang tua siswa, atau siswa kita sendiri gitu jadi untuk bisa memberikan target kepada yang bersangkutan kita belum bisa gitu. Jadi untuk mengukur kampanye eee efektivitas kita biasanya melihat dair konten yang mereka posting apakah memberikan banyak reach dair program tersebut, apakah banyak yang komen banyak yang penasaran kita akan coba ambil data itu sih belum sampe sejauh mana sih orang yang dm yang bersangkutan atau bagaimana yang bersangkutan bisa mengarahkan untuk daftar di kami belum sampe seprofessional itu kenapa karena sekali lagi pendekatan kita lebih ke pendekatan orang tua dan siswa gitu.</p>			
11		<p>H: Pertanyaan selanjutnya ya kak terkait konsep komunikasi pemasaran jasa Pendidikan, Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, khususnya di era digital? F: Oke, ee Strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif ya eee untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, terutama di era digital balik lagi kaya sebelumnya kalo membicarakan komunikasi Pendidikan tentunya kita ikutin trend yang ada si ya kak eee tapi yang sesuai dengan apa ya ee konsep atau identitas yang kita miliki gitu, kita juga ee melibatkan pendekatan yang terintegrasi dan relevan dengan audiens kaya dari komentar dan sebagainya gitu kak kalo di tanya yang paling efektif ya tadi eee itu ya balik lagi ke strategi komunikasi pemasaran yang kita gunakan si ka ee H: Baik, pertanyaan selanjutnya. Apa saja tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik sebuah layanan Pendidikan kepada target audiens, dan bagaimana mengatasinya? F: Eeee baik, kalo bicara mengenai sebuah tantangan ya utama itu ee balik lagi bagaimana kita mengemas sebuah pesan ee untuk audiens sehingga audiens dapat memahami dengan mudah dan kalo membicarakan nilai nilai unik tentu kita punya seperti ee konsep pembelajaran yang digunakan dan biasa nya untuk ee menjelaskan nya itu kita melalui konten ya kalo ee tantangan nya karena kita basic nya homeschooling orang akan mikir belajar dirumah gitu ee atau beberapa hari maka dari itu kita menggunakan nama sekolah kak seto saja karena walapun kita eee bacis nya homeschooling tapi itu ee kita ee bisa menyesuaikan jadi walaupun homeschooling salah satu nya kita</p>	<p>Inoforman menjawab pertanyaan dengan jelas runtun dan terarah dan di jawab dengan menggunakan bahasa yang formal</p>	<p>Penjelasan informan terkait Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan meliputi: - Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, khususnya di era digital? -Apa saja tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik sebuah layanan Pendidikan kepada target audiens, dan bagaimana mengatasinya?</p>	<p>Komunikasi Pemasaran Jasa Pendiidkan</p>

		juga ada program eee yang masuk itu seminggu 5hari misalnya, dan eee kita perlu menjelaskan keunggulan layanan secara sederhana dan relevan melalui media yang mereka gunakan seperti kita menggunakan instragram dan tiktok. Selain itu, persaingan juga cukup ketat ya, apalagi dengan banyaknya institusi pendidikan yang menawarkan klaim serupa.			
10		<p>H: Pertanyaan selanjutnya terkait konsep Homeschooling ya kak, Apa saja keunggulan homeschooling dibandingkan dengan system Pendidikan formal tradisional dalam konteks Indonesia?</p> <p>F: Oke, kalo bicara dalam konteks Indonesia Homeschooling itu sebenarnya ee punya banyak keunggulan. Salah satunya adalah fleksibilitas waktu. Anak-anak bisa belajar sesuai jadwal yang mereka rasa nyaman, terutama kalau mereka punya kesibukan lain seperti lomba atau olahraga. Selain itu, pendekatan pembelajarannya lebih personal. Materi bisa disesuaikan dengan gaya belajar anak, jadi mereka bisa lebih fokus. Dan ee urikulumnya juga fleksibel, jadi bisa disesuaikan dengan kebutuhan keluarga. Di era sekarang, homeschooling lebih mudah memanfaatkan teknologi, jadi anak-anak bisa belajar dari sumber mana pun, gitu si kak.</p> <p>H: Baik kak Ferry, masuk ke pertanyaan terakhir Bagaimana peran orang tua dalam mendukung keberhasilan program homeschooling, khususnya dalam pembelajaran berbasis digital?</p> <p>F:Eee oke, kalo kita membahas seberapa penting tentu sangat penting ya terutama sebagai pendamping. Dan orangtua juga ikut terlibat gitu ya ka eee terutama menjadi rekan belajar. Kadang, diskusi dengan anak soal materi yang sedang dipelajari bisa membantu mereka lebih memahami. Selain itu, orang tua harus memastikan anak tidak terlalu bergantung pada teknologi. Dengan itu ee program yang di ambil dalam sekolah homeschooling dapat berjalan lebih optimal gitu.</p> <p>H: Oke, baik kak ferry. Kayaknya lumayan lama ya aku mengganggu waktu kak ferry. Tadi adalah pertanyaan terakhir yang aku ingin tanyakan ke kak ferry terkait homeschooling kak seto. Oke, mungkin dari aku itu saja yang aku ingin tanyakan.mohon maaf mengganggu waktunya dan terima kasih banyak</p>	Inoforman menjawab pertanyaan dengan jelas runtun dan terarah dan di jawab dengan menggunakan bahasa yang formal	Penjelasan informan terkait Homeschooling meliputi: -Apa saja keunggulan homeschooling dibandingkan dengan system Pendidikan formal tradisional dalam konteks Indonesia? -Bagaimana peran orang tua dalam mendukung keberhasilan program homeschooling, khususnya dalam pembelajaran berbasis digital?	Homeschooling

Lampiran 11 Open Coding Informan 2

Open coding informan 1 (Rara)

Latar belakang informan

Nama lengkap: Zahra Fadillah Putri

Usia: 25 tahun

Pendidikan terakhir: -

Posisi atau jabatan di Homeschooling Kak Seto: Staff PR

Wawancara di lakukan pada 17 Desember 2024 pukul 13.30 - 15.00 melalui aplikasi google meet. Wawancara di lakukan ketika informan memiliki waktu luang di sela sela jam kerja. Ketika wawancara dilakukan informan menggunakan baju dan jilbab berwarna coklat

No.	Personal View/Refleksi Diri	Isi Transkrip Wawancara	Keterangan Observasi	Intisari/Keterangan	Kategori
1	Perkenalan diri	H: Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatu, perkenalkan namaku Hana Nurjanah di sini akum au sharing sedikit aja sih Kak skripsi aku yang lagi aku kerjain. Jadi di sini tuh aku mengangkat ee judul skripsi tentang ee Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di Homeschooling Kak Seto Dalam Peningkatan Peserta Didik Baru. kita mulai, mungkin boleh perkenalkan dulu nih nama Kak Rara, nama lengkap Kak Rara, mulai dari nama, usia, pendidikan terakhir, posisi atau jabatan di Homeschooling Kak Seto saat ini, dan sudah berapa lama bekerja di Homeschooling Kak Seto. R: Oke, iya. Eee Hana, selamat siang. Perkenalkan amaku Kak Rara, nama lengkapku Zahra Fadillah Putri, usianya 25 tahun, di sini aku sebagai Staff Public Relations sudah bekerja di Sekolah Kak Seto tuh 2.5 tahun kurang lebih megangnya Staff PR gitu jadi eee di Staff Pr itu lebih ke megang akun sosmed ya dan juga mungkin kalua ada event bersama eksternal.	Informan merespons dengan duduk santai dan tegap selama memberikan informasi identitas, seperti nama, usia, dan jabatan, informan juga menyambut peneliti dengan hangat dan ramah selama peneliti menanyakan beberapa pertanyaan terakit	Penjelasan informan meliputi: - Nama - Usia - Latar belakang pendidikan - Jabatan	Profil Informan

2		<p>H: Oke, baik, oke. Eee kita langsung ke pertanyaan pertama aja ya kak, oke baik. Jadi di sini sebetulnya ada beberapa konsep, kurnag lebih ada 10 konsep yang akan aku tanyain, jadi dari masing-masing konsep itu ada 3-4 pertanyaan. Yang pertama, Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengimplementasikan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di beebagai platfrom media social untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru yang telah di lakukan sebelumnya?</p> <p>R: Oke, kalo meningkatkan eee biasanya si kita eee up lagi balik lagi apa yang menjadi keunggulan kita di setiap program bukan hanya di setiap unit, soalnya di setiap program punya keunggulan masing masing dan pasti setiap program punya target masing masing, nah kita sesuaain lagi oh target pasar nya ini brarti yang kita up konten nya eee menyesuaikan sama itu si kak jadi di tengah tengah antara eee isu yang ada eee di calon customer yang solusi nya itu ada di sekolah kak seto nah gitu yang jadi konten kita, gitu si biasa nya dan itu di sesuaain sama porogram masing-masing gitu, misalnya yang kurang di semester ini program apa yaudh brarti kita fokusnya ke isu danapa yang bias kita jadiin sekolah kak seto menjadi solusi nya.</p> <p>H: Lanjut ke pertanyaan ke dua, apa saja tantangan yang di hadapi homeschooling kak seto dalam menjalankan strategi pemasaran digital dan bagaimana upaya yang di lakukan untuk mengatasi tantangantersebut?</p> <p>R: Eee pastinya klo tantangan itu kalo kita tuh ngeliatnya kan kalo sosmed itu waktu ya, kaoan nih orangtua bisa ngeliat traffic, kita kan mau sampaikan ini ke orangtua kita harus menyesuaikan banget sama waktu orangtua di jam jam free time nya itu kapan si, supaya informasi nya itu dapat sampai ke mereka waktu mereka free time, hay traffic nya itu dimana, dan balik lagi ke tujuan konten kita di awal nya eee pake utnuk orangtua makan nya kita harus ngeliat waktunya, terus juga kayanya itu si yang paling jadi tantangan kita, karena orangtua disini itu rata rata punya tantangan apasih bukan kepribadian ya, iyah maksud nya bukan eee orangtua yang karakter nya sibuk gitu jadi gimana nih kita supaya efektif, singkiat dan sedikit tapi konten nya sampai tujuan nya wkatu mereka lagi free time.</p> <p>H: Oke , baik kita langusng lanjut ke pertanyaan selanjutnya, meengenai sejauh mana efektivitas penggunaan media social dan</p>	<p>Informan menjawab pertanyaan tersebut dengan sigap dan jelas terkait strategi komunikasi pemasaran digital pada Homeschooling Kak Seto</p>	<p>Penjelasan informan terkait strategi komunikasi pemasaran digital meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengimplementasikan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital di beebagai platfrom media social untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru yang telah di lakukan sebelumnya? - apa saja tantangan yang di hadapi homeschooling kak seto dalam menjalankan strategi pemasaran digital dan bagaimana upaya yang di lakukan untuk mengatasi tantangantersebut? - Sejauh mana efektivitas penggunaan media social dan website Homeschooling Kak Seto dalam menarik minat calon peserta didik baru, berdasarkan hasil evaluasi implementasi strategi digital yang dilakukan? 	<p>Strategi Komunikasi Pemasaran digital</p>
---	--	---	---	---	--

		<p>website Homeschooling Kak Seto dalam menarik minat calon peserta didik baru, berdasarkan hasil evaluasi implementasi strategi digital yang dilakukan?</p> <p>R: Kalo seberapa efektif, efektif banget ya kak. Miasalnya digital marketing apa lagi kalo di kita platfrom yang paling efektif itu ada di memang yang pertama itu ada di Instagram karena kita ada survei nya dari amna orangtua dapetin informasi sekolah kak seto ini memang yang paling besar instagram dan eee jadi ya kita ngeliat ya sekarang semua orang pasti punya sosmed dan semua akses dari sosmed dan itu efektif banget si kak Cuma memnag dari ya karena kita Pendidikan kita gabisa nih sangat amat menyesiakan trend saat ini, emm kita itu eee harus punya Bahasa sendiri eee makasud nya Bahasa yang KBBI yang lebih semi formal jadi bersaing nya dengan konten konten yang mungkin viral tapi belum ada isi nya nih, dan dengan konten kita yang berbobot tapi kurang bias menyesuaikan dengan trend, ya paling itu si adaptasi ya misalnya dari evaluasi konten kita itu harus lebih bisa bersaing dengan konten apa yang sata ini leih FYP nya itu apa viral nya itu apa tapi di kemas nya itu tetep dalam Pendidikan, terus apa lagi yaa kak, oiya ee kao website sendiri itu ee sebetulnya tu eee kalo Sekarang kurang efektif yak arena kita maih eee gonta ganti domain dan masih di kembangin sama tim IT dan aku rasa untuk sekarang masih belum efekti, misalnya setahun yang lalu tapi itu culup efektif karena menuurt aku lebih holistic informasi nya maksudnya dari informasi testimonia ada dan langsung lihat. Jadi menurut aku sebenarnya efektif Cuma sekolah kak seto masih dalam perkembangan.</p>			
3		<p>H: Oke, baik. Oke, selanjutnya seberapa penting sih kak penggunaan digital, digital marketing dalam meningkatkan brand awareness di Homeschooling Kak Seto menurut Kak Rara?</p> <p>R: Penting banget sih ya Hana ya, digital marketing apalagi eee sekarang kan juga banyak banget kan competitor kita. Based on organic aja sebenarnya kita kurang ini yah, kurang maksimal. Pastinya kita juga ada ads yang dipegang oleh rekan-rekan aku juga ada adsnya ada promotionnya juga, terus juga ada eventnya. Jadi eee penting</p>	<p>Informan merespon pertanyaan dari peneltii sangat baik dan jelas dengan menggunakan nada yang santai namun jelas sehingga penjelasan nya mudah untuk dipahami.</p>	<p>Penjelasan informan terkait digital marketing meliputi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan brand awareness di Homeschooling Kak Seto? - Apa saja platform digital yang digunakan dalam 	<p>Digital Marketing</p>

		<p>banget gak cuma hanya mmm apa namanya konten organic aja tapi dibantu sama digital marketing, gitu sih, via ads tadi.</p> <p>H: Oke, baik kak. Eee pertanyaan selanjutnya apa saja sih kak platform digital saat ini yang digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto?</p> <p>R:Oke, itu tuh eee kalua ngarah sosmednya tuh kita ada Instagram, pastinya ada youtube juga ada website juga eee terus kayaknya sih itu ya yang paling ini. TikTok juga ada, oh iya ada tiktok juga. Jadi 4 yang paling utama itu sih Kak.</p> <p>H: Oke, dari 4 yang paling utama itu bagaimana sih cara Kak Rara itu untuk menentukan platform digital mana sih yang paling efektif untuk eee melakukan pemasaran?</p> <p>R: Oke, nah kalo kita tuh kan pasti eee tujuannya pasti untuk narik calon peserta didik ya kayak eee pastinya untuk supaya makin banyak customer lah istilahnya. Nah supaya bisa liatnya tentunya kita liat dari kita ada survei kak, kalo misalnya nanti masuk eee CPD itu tau tentang ini sekolah kak seto nah biasanya mereka ngisi survei nih, tau sekolah kak seto dari mana nah biasanya kita aada pilihannya beberapa salah satunya eee ada Instagram, youtube dll. Dari mulut ke mulut, dari teman, rekomendasi dll. Jadi kita biasanya tau dari survei itu terus juga kita kan biasanya ngeliat ke itu juga ya, kayak customer itu misalnya dia eee ya dari yang taunya itu kita bisa jadi ngeplotting nih yang paling besar itu taunya dari mana. Biasanya sih yang paling besar itu Instagram itu karena dari Instagram, itu bisa dipegang kak CS ya dari Instagram biasanya kita lempar juga biasanya dari dm, komen, kita lempar tuh ke CS. Nanti dari CS ngisi survei.</p>		<p>strategi pemasaran digital Homeschooling Kak Seto?</p> <p>- Bagaimana cara Anda menentukan platform digital yang paling efektif untuk pemasaran?</p>	
4		<p>H: Baik kak Rara, pertanyaan selanjutnya Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?</p> <p>R: Oke, apa kalo indicator nya itu pasti kita harus paham dulu seperti audiens nya itu seperti apa, kurang lebih calon apa nama nya customer itu seperti apa dan kita kan punta target pasar ya dan itu di sesuaikan dengan itu dan pelanggan nya seperti apa durasinya, yang tadi nya seperti yang orangtua nya sibuk kita harus sesuaikan brarti segimana</p>	<p>Informan menjelaskan dengan detail dari proses awal dan fokus pada pertanyaan serta jawaban yang di berikan sesuai dengan yang digunakan di Homeschooling Kak Seto</p>	<p>Penjelasan informan terkait Digital marketing dengan turunan konsep implementasi digital marketing (Tinjauan dan Sasaran):</p> <p>- Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?</p>	<p>Implementasi Digital Marketing</p> <p>Penetapan Tinjauan dan Sasaran</p>

		durasi nya dan juga isi informasi nya apa aja gitu kurang lebih si kak eee untuk kunci keberhasilan itu sendiri di lihat dari balik lagi apakah kita mencapai ee tujuan yang ingin di tuju atau tidak gitu si paling kak, dan kita juga kan ada survei sebuah indicator yang menjadi keberhasilan salah satu nya si yaitu ka ee seberapa banyak feedback yang di berikan audiens gitu			
5		<p>H: Baik kak Rara, pertanyaan selanjunya Bagaimana analisis internal dan eksternal dapat membantu perusahaan memahami posisi strategisnya di pasar dan menghadapi persaingan?</p> <p>R: kalo internal nya pasti karena kan kita dari eee apa nama nya dari Lembaga Pendidikan kan ya ee kita kan ada tenaga pengajar ya kita lihat dan test dulu kualitas tenaga pengajar kita tutor kita seperti apa terus keunggulan keunggula nya tuh kita liat dlu seperti apa terus fasilitas nya eee terus kita juga bisa lihat dari alumni eee reputasi prestasi kita mode pembelajaran mode kurikulum nya seperti apa eee itu kita analisis dlu seperti apa kita reserch dulu di internal kita seperti apa ni gitu karna kalo misalnya kta udah tau ee nah itu bisa jadi informasi ke luar kan buat jadi branding ke luar. iya kalo internal nya itu jadi kita lihat dulu kira kira kita tub sebagai Lembaga Pendidikan tuh udah sejauh mana, nah biasa nya kita juga suka ada reserch persemester nya itu melalui survei kepuasan pelanggan, survei kepuasan pelanggan ini biasa nya ada dua ini bisa lewat qusioner atau kita telfon juga, kalo dari telfon itu biasa nya ada kondisi kondisi urgent biasa nya jadi kita turun langsung eee ke orangtua, terus survei juga di setiap unit dan setiap jenjang ada survei nya kepuasan nya dari semua standar penilaian Pendidikan brarti Lembaga Pendidikan ada fasilitas kurikulum terus pengajaran nya banyak pokoknya ada delapan gitu ya, nanti kalo kita udah analisis tuh nah setelah itu bisa tau hasilnya dan kita jadikan konten, apa yang menjadi keunggulan kita dari hasil survei kita. Terus kalo pesaing itu dulu pernah ada reserch competitor itu kan udah banyak ya kaya sekarang daerah bintaro itu misalnya system nya kaya cari tau si tentang pesaing pesaing, kalo dari orangtua kan biasa nya lihat dari harga ya kaya formulir, pembayaran nya seperti apa terus pembelajaran nya seperti apa bagaimana pendekatan customer servis nya jadi kita banyak lakuin riset untuk pesaing pesaing itu tapi kita juga karena homeschooling kan ya kita</p>	Informan menjelaskan dengan detail dari proses awal dan fokus pada pertanyaan serta jawaban yang di berikan sesuai dengan yang digunakan di Homeschooling Kak Seto	<p>Penjelasan informan terkait Digital marketing dengan turunan konsep implementasi digital marketing (Analisis Situasi(:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana analisis internal dan eksternal dapat membantu perusahaan memahami posisi strategisnya di pasar dan menghadapi persaingan? - Apa saja metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran dalam mendukung tujuan bisnis? - Bagaimana perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengatasi tantangan yang muncul, khususnya di tengah perubahan tren konsumen dan teknologi? 	<p>Implementasi Digital Marketing</p> <p>Analisis situasi</p>

	<p>juga ada kerja sama dengan competitor kita, jadi misalnya ada eeee homeschooling apa yaa jadi kaya sempet dari sekolah mereka gabisa nih mereka mengarahkan ke kita gitu, jadi walaupun tetep competitor ada salah satu keunggulan kita yang ga di punyai orang lain begitupun sebalik nya, jadi gitu si kak kalo dari segi pesaing peluang nya ya.</p> <p>H: Oke kak, selanjutnya Apa saja metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran dalam mendukung tujuan bisnis?</p> <p>R: Oke, untuk metode nya ee kita kalo social media ngeliat nya dari si itu ya interaksi nya itu dari inside engagement dan lids terus nnti juga presentase dari lids itu sebanyak apa si presentase nya orangtua yang bukan Cuma dapetin informasi bukan Cuma dari digital marketing tapi sampe daftar gitu, kita juga ngukur nya pake KPI. Kalo sumber daya perusahaan biasanya emm kalo dari aku si kita yaitu ya survei itu survei kepuasan pelanggan itu karena kita kan dari bentuk jasa ya dan jadi yang bisa lihat itu ya dari segi customer nya itu, tapi kalo dari eeeee digital marketing kak seto itu si paling kak terus juga lihat dari presentase tiap bulan dari sekolah kak seto karena kalo homeschooling itu kan bisa pindah kapan aja dan itu kita bisa lihat juga seberapa banyak peserta didik yang bertahan gitu.</p> <p>H: Aku lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya kak, itu Bagaimana perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengatasi tantangan yang muncul, khususnya di tengah perubahan tren konsumen dan teknologi?</p> <p>R: Kalo perubahan trend itu sebenarnya kalo di Pendidikan itu lebih ke ee biasanya itu perubahan trend nya itu ee situasi ya misalnya kaya covid pandemic. Kaya orang orang pindah ke jarak jauh nah kalo di sekolah kak seto kan kita kan emang system jarak jauh punya terus sistem datang ke sekolah juga bisa tutor dateng kerumahpun bisa, jadi kalo perubahan yang akan berdampak ke metode pembelajaran itu kita punya semua jadi bisa menyesuaikan. Teknologi juga sama si ka kita kan ada program distance learning dan tunggal dan itu bisa di akses darimana aja, gitu si kak kita bisa mencakup semuanya, kalo misalnya peluang pasar baru si itu kita kan ada semua si kak tergantung siswa nya dateng dengan kebutuhan apa gitu.</p>			
--	--	--	--	--

6		<p>H: Oke, baik kak rara. Pertanyaan selanjutnya apa aja sih kak KPI, KPI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital?</p> <p>R: Oke, KPI nya pasti dari eee pasti dari itu ya tadi ya analisis yang tadi kontennya ini sesuai dengan tujuannya eee apa namanya average dari engagementnya dan lain-lain. Dan juga kalo misalnya konten kita untuk soft selling, apakah benar-benar nyampe nih tujuan soft-selling kita ke masyarakat dari mulai pertanyaan yang masuk ked m, ke kolom komen itu biasanya tuh dari dm itu kan kita ada langsung ke eee bitly cs ya jadi masuk ke cs gitu nah seberapa banyak yang masuk ke cs nih dari posting Instagram. Itu kana da urutannya nah itu sih sumbernya KPI kita juga dari segi itu, dan jugakarena kita marketing bersama pastinya juga seberapa banyak eee seberapa apa ya kolaborasinya nih antara integrasinya antara divisi satu dengan divisi lainnya.</p> <p>H: Oke, baik nah pertanyaan selanjutnya bagaimana sih kak hasil evaluasi nih yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital eee berikutnya?</p> <p>R: Oke, biasanya kita tuh memang ada evaluasi setiap semester yah kalo sekolah kan setiap semester nah NM juga ada tiap semester itu biasanya kita ada eee apa namanya forum group discussion juga, terus sama kak dimas juga biasanya kita akan merancang kemabli nih kira-kira dalam semester kedepan itu yang sudah dihasilkan dari semester sebelumnya mana yang memang bagus untuk dilanjutkan lagi dan mana yang harus distop gitu. Kayak misalnya konten-konten apa sih yang sekiranya bisa menaikkan juga bukan cuma followers ya tapi juga bisa meyakinkan orang-orang orang tua terutama untuk atau anaknya sendiri tertarik sekolah di kak seto. Atau brand voice kita tuh udah sampe belum yah ke masyarakat, nah itu sih kita biasanya ada evaluasi-evaluasi gitu. Oh kalo mislanya tahun kemarin kayak tahun ini itu fokusnya memang kolaborasi juga ya dengan influencer, dengan juga ya kita bikin kegiatan-kegiatan yang lebih banyak kerja sama dengan alumni gitu yang eee apa namanya influencer dll. Tahun-tahun sebelumnya kita hanya fokus di konten, konten apa yang bener-bener bisa ngangkat. Jadi setiap tahun pasti ada perbedaannyagitu kita lihat lagi gitu.</p> <p>H: Oke, eee pertanyaan selanjutnya bagaimana homeschooling kak seto mengintegrasikan data dan histori kak untuk perencanaan strategi</p>	<p>Informan menjelaskan dengan detail dari proses awal dan fokus pada pertanyaan serta jawaban yang di berikan sesuai dengan yang digunakan di Homeschooling Kak Seto</p>	<p>Penjelasan informan terkait Digital marketing dengan turunan konsep implementasi digital marketing (Pengukuran dan Evaluasi):</p> <ul style="list-style-type: none"> - KPI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital? - bagaimana sih kak hasil evaluasi nih yang digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital eee berikutnya? - bagaimana homeschooling kak seto mengintegrasikan data dan histori kak untuk perencanaan strategi yang lebih baik ke depannya? - apa indikator keberhasilan utama untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital di homeschooling ka seto? - Pertanyaan selanjutnya, bagaimana homeschooling ka seto mengevaluasi dan juga meningkatkan strategi pemasaran digital yang ada di homeschooling kak seto? - apa tantangan utama melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital dan juga bagaimana tantangan tersebut diatasi? 	<p>Implementasi Digital Marketing</p> <p>Pengukuran dan evaluasi</p>
---	--	--	---	--	--

		<p>yang lebih baik ke depannya? R: Data dan histori ya? H: Iya untuk... ya betul R: Emm oh data, kalo data tuh paling ini sih ya kakkalo misalnya kalo data tuh lebih kak yeni ya marketing ya dan juga kakak-kakak cs karena balik lagi nanti kan ada leads ya nah apa yang masuk gitu untuk kita bisa olah jadi apa namanya untuk kita bisa chat ee apa namanya whatsapp api untuk, untuk promosi dan lain-lain gitu sih paling. Data-data itu kita ambil pastinya kalo aku juga mungkin dari yang leads aku tuh dari dm leads nya kalo yang masuk tuh nanya apa aja, ada nomor whatsappnya nanti kita langsung ke cs. Kalo histori tuh maksudnya gimana kak? H:Eee lebih ke ini sih kak eee untuk histori eee jadi eee misalnya konten sebelumnya seperti apa juga perencanaan strategi yang lebih baik kedepannya tuh gimana R: Oh iya, kita liat dari analisis sihtadi yak an analisis itu biasanya aku tuh perbulan adat tuh konten mana yang paling top kontennya apa oh top kontennya ini oh yang kurangnya apa oh berarti yang gini-gini tuh kita singkirin, gitu maksudnya gausah dilanjutin lagi untuk kontennya dibuatnya misalnya eee cheerful nih berarti yang paling kena cheerful oh yang ada kak seto nih di dalem kelas, oh berarti nanti kalo bisa ntah jadi thumbnail entah cuma di akhir gitu kalo bisa ada kak setonya. Misalnya kayak gitu sih kak kita juga pasti ngeliat mana yang paling oke. H:Oke, baik pertanyaan selanjutnyanih kak eee apa sih kak apa indikator keberhasilan utama untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital di homeschooling ka seto? R: Oke, pastinya sih kita dari peningkatan eee apa namanya calon peserta didik yah. Kan diliat juga kan kita pasti ada ads, ada juga eee apa selain ads juga konten-konten organik gitu kan. Nah itu diliatnya pasti eee dari orang yang interest dulu gitu kan, terus dia mulai nanyanya sampai akhirnya dia memutuskan untuk sekolah di kak seto itu kan satu keunggulan. Nah kalau sampai mereka goals untuk sampai closing, membeli formulir dan daftar di sekolah kak sato itu jadi salah satu keberhasilan utama kita pastinya. Otomatis marketing itu kan pasti nyari customer ya, nyari CPD kalo di homeschooling kak seto nah itu sih keberhasilan utama kita. Dari semua konten tujuannya pasti</p>			
--	--	--	--	--	--

		<p>buat ngejual kan. Kayak dibeli gitu.</p> <p>H: Oke, baik. Pertanyaan selanjutnya, bagaimana homeschooling ka seto mengevaluasi dan juga meningkatkan strategi pemasaran digital yang ada di homeschooling kak seto?</p> <p>R: Oke, strategi peningkatan yah? Strategi peningkatan, evaluasinya eee pastinya kalo kita tuh selain dari eee kalau misalnya dari semuanya kankita ada si analisis itu ya dari setiap platformnya kita ada analisisnya tiktok ada analisisnya, youtube juga ada analisisnya, instagram jug aada analisisnya. Nah nanti integrate juga sama website, website itu seberapa banyak orang click, seberapa banyak orang nge views gitu ya, sampe ke mereka membeli formulir registrasi, dll. Nah evaluasinya ya pasti setiap platform ada ininya ya, ada logaritmanya masing-masing. Itu sih yang biasanya kita evaluasi biasanya dari konten-konten. Apakah kontennya ini sudah memang sesuai dengan tujuan utamanya misalnya kalo kontennya itu untuk branding, ya apakah ini menarik branding kita gitu atau reputasi sampe gak sih eee penjelasan eee apa namanya citra ini selama 17 tahun ke masyarakat gitu, kayak gitu sih kak.</p> <p>H: Oke, baik. Pertanyaan selanjutnya eee apa tantangan utama melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital dan juga bagaimana tantangan tersebut diatasi?</p> <p>R: Oke, kalo tantangan karena sekarang kompetitor itu banyak yang kayak homeschooling gitu dan juga mereka berani eee apa namanya ada dana marketing yang anggarannyaitu cukup besar jadi mereka bisa ngebid istilahnya ya untuk jadi eee apa namanya biasanya, search yang paling tinggi. SEO yang paling tinggi itu karena adsnya mereka gitu. Nah itu sih tantangan terbesar kita, kita harus bikin konten yang organik tapi juga harus bersaing dengan mereka yang pakai ads. Kan itu juga cukup sulit ya, nah itu kalo untuk mengatasinya ya pasti untuk eee kita sih lebih sering, harusnya sih lebih sering bikin konten, harus lebih sering jawab pertanyaan customer, gitu dari segi konten yakenapa kita menjawab atau ngasih info lewat konten dan lewat eee apa itu mereka bisa lebih yakin untuk misalnya menyekolahkan anaknya ke sekolah kak seto.</p>			
7		<p>H: Oke, baik. Menarik ya kak. Hehehe. Oke, lanjut ke pertanyaan selanjutnya apa saja sih kak elemen atau kunci yang membuat konten</p>	<p>Informan menjelaskan dengan baik dan jelas sambil melihat</p>	<p>Penjelasan informan terkait jenis jenis digital marketing (content marketing):</p>	<p>Jenis Jenis Digital Marketing</p>

	<p>di media sosial di homeschooling kak seto itu yang dianggap menarik dan relevan gitu?</p> <p>R: Oke, gak boong ya karena kita ada label homeschooling kak seto pasti harus ada kak seto kak seto nya nih biasanya yang paling eee apa namanya eee yang paling tinggi dari segi kalo kita evaluasi konten gitu ya analisis konten, gitu sih. Terus ada label-label kak seto nya, entah kita collab kak seto gitu atau misalnya eee kak seto ada di kegiatan belajar adik-adik gitu atau misalnya dari sisi lain brand kak seto sendiri itu biasanya konten-konten yang itu sih kak, kayak misalnya mengangkat keunggulan kegiatan praktik belajar yang ada di sekolah kak seto yang belum ada di sekolah lain. Misalnya kegiatan vokasi adik-adik SKKS, adik-adik belajar itu pergi ke mrt, dll. Nah itu tuh biasanya tinggi, gitu jadi semakin kita memperlihatkan sisi kita sebagai sekolah dan sisi KBM yang menarik itu yang biasanya kontennya tinggi.</p> <p>H: Oke, baik nah eee kalo dari kak rara sendiri bagaimana sih dari kak rara mengevaluasi kinerja dari konten tersebut?</p> <p>R: Oke, iya sama sih kak hampir sama ya kayak tadi. Kita lihat dulu nih analisis dulu dari segi setiap kontennya itu wah ini kenapa nih tinggi, kenapa ini rendah, kenapa eee ya perbandingannya itu. Nah terus kita biasanya kita cek sih kak, misalnya dari dua konten nih yang sama, misalnya reelsnya kurang lebih misalnya ngangkatnya tentang keunggulan tapi misalnya beda nih isinya. Nah kenapa yang satu bisa lebih tinggi, yang satu bisa lebih rendah. Bisa jadi karena durasi, biasanya kan ya. Atau memang eee itu kita gak pake strategi misalnya hooknya, hook yang dipakai itu misalnya udah terlalu umum untuk sekolah gitu, itu juga sih. Atau waktunya, atau terlalu hard selling itu juga mempengaruhi kontennya kak.</p>	<p>ke arah peneliti dan sambil sesekali mengangguk</p>	<p>- selanjutnya apa saja sih kak elemen atau kunci yang membuat konten di media sosial di homeschooling kak seto itu yang dianggap menarik dan relevan gitu?</p> <p>- bagaimana sih dari kak rara mengevaluasi kinerja dari konten tersebut?</p>	<p>Content Marketing</p>
8	<p>H: Oke, baik kak rara. Eee pertanyaan selanjutnya bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website nih kak agar memenuhi standar SEO?</p> <p>R: Oke, nah kalau website sendiri itukan memang eee sejujurnya ya di awal aku ke sini itu lagi proses pengembangan website. Jadi, terus udah jadi terus lalu ada pembaruan lagi jadi website kak seto, eh homeschooling kak seto ini memang belum eee stabil ya kalau aku bilang. Cuma untuk memenuhi standar SEO pastinya ada beberapa</p>	<p>Informan menjawab pertanyaan tersebut dengan santai dan dan jelas, sambil menjeda jawaban nya sesekali</p>	<p>Penjelasan informan terkait Jenis jenis digital marketing (SEO):</p> <p>-Bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website nih kak agar memenuhi standar SEO?</p> <p>-Apa langkah yang dilakukan untuk</p>	<p>Jenis jenis digital Marketing</p> <p>SEO</p>

	<p>urutannya yang kena pasti dari si headlinenya. Headline, sub-headline terus juga penulisannya tentunya isi yang disesuaikan dengan .</p> <p>H: Eee, kita ke pertanyaan tadi kan kita udah tanya-tanya seputar influencer ya kak.</p> <p>R: Heeh.</p> <p>H: nah terus tadi terakhir itu kita di bagian website, bagaimana homeschooling kak seto mengoptimalkan website untuk memenuhi standar SEO. Itu kan juga sudah dijawab ya oleh kak rara. Kita lanjut ke pertanyaan selanjutnya yaitu eee apa langkah yang dilakukan untuk mengoptimalkan peringkat website itu di mesin pencariannya biasanya sih kak. Karena kan kalo kita cari tuh kadang eee gak langsung muncul ya kak, nah untuk itu sendiri bagaimana, bagaimana cara homeschooling kak seto eee mengoptimalkan website di mesin pencariannya?</p> <p>R: Oke, biasanya kita tuh main di eee apa di headline ya, sub-headline dan jugajadi kalau misalnya untuk SEO cara menarik gitu, iya gitu kita harus mainin headline nya itu yang paling banyak di cari, sub-headlinenya juga yang eee dicari dan juga general terus juga deskripsi pertama dari apa artikel di website itu harus yang memang general. Jadi kalau bisa eee misalnya ngasih penjelsan aja dulu nih, homeschooling itu adalah apa karena biasanya orang-orang pasti searchingnya homeschooling adalah, homeschooling merupakan. Nah itu solusinya kita masukin tuh di artikel kita, sebelum kita masuk ke inti artikelnya atau misalnya pake teks ya kalau di eee apa namanya kan di artikel tuh kana da teksnya yah biasanya ada hashtag nya gitu kan. Nah itu kitan pake tuh, hashtag-hashtag yang memang paling banyak digunakan. Kayak dari google trend, google search. Dari situ sih kak.</p> <p>H: Oke, nah pertanyaan selanjutnya bagaimana dari kak rara snediri nih. Bagaimana kak rara, mengintegrasikan SEO itu ke dalam strategi pemasaran digital di homeschooling kak seto?</p> <p>R: Oke, eee biasanya sih ya pasti eee apa kurang lebih kan kalo itu bisa pake konten juga ya dari nilai risetnya kita pake dari lagi trend, dari teksnya yang paling banyak dicari terus juga bisa search nya dari yang paling banyak dicari eee paling gitu sih kak. Jadi pake hook kontennya juga, hook-hook yang emang eee apa namanya eee eye catch kita kan juga harus tau kalau misalnya sama ya di artikel dan di konten itu hook</p>		<p>mengoptimalkan peringkat website itu di mesin pencariannya biasanya sih kak. Karena kan kalo kita cari tuh kadang eee gak langsung muncul ya kak, nah untuk itu sendiri bagaimana, bagaimana cara homeschooling kak seto eee mengoptimalkan website di mesin pencariannya?</p> <p>- Bagaimana kak rara, mengintegrasikan SEO itu ke dalam strategi pemasaran digital di homeschooling kak seto?</p> <p>-Apa indikator keberhasilan utama untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital di homeschooling ka seto?</p>	
--	---	--	---	--

	<p>pertama itu gak boleh lebih dari 7 kata. Risetnya kan orang baca gak lebih dari 7 kata, itu yang kita pake. Jadi integrasei ya sebenarnya ya hampir sama cuma ya pengemasannya aja, kalau konten kan biasanya harus lebih singkat ya eee apa langsung aja straight to the point terus dikemasnya juga lebih nyampe. Sedangkan kalo di website kan harus artikel gitu kan, dari pengemasan katanya harus disesuaikanada hashtag-hashtag yang memang Cuma ada di sekolah kak seto misalnya #jadibisabersamasekolahkakseto #disekolahkakseto dll gitu sih.</p> <p>H:Oke, baik pertanyaan selanjutnyanih kak eee apa sih kak apa indikator keberhasilan utama untuk mengukur efektivitas strategi pemasaran digital di homeschooling ka seto?</p> <p>R: Oke, pastinya sih kita dari peningkatan eee apa namanya calon peserta didik yah. Kan diliat juga kan kita pasti ada ads, ada juga eee apa selain ads juga konten-konten organik gitu kan. Nah itu diliatnya pasti eee dari orang yang interest dulu gitu kan, terus dia mulai nanyanya sampai akhirnya dia memutuskan untuk sekolah di kak seto itu kan satu keunggulan. Nah kalau sampai mereka goals untuk sampai closing, membeli formulir dan daftar di sekolah kak sato itu jadi salah satu keberhasilan utama kita pastinya. Otomatis marketing itu kan pasti nyari customer ya, nyari CPD kalo di homeschooling kak seto nah itu sih keberhasilan utama kita. Dari semua konten tujuannya pasti buat ngejual kan. Kayak dibeli gitu.</p>			
9	<p>H: Pertanyaan selanjutnya mengenai Sosial Media Marketing ya kak, yaitu Bagaimana strategi social media marketing dapat digunakan untuk meningkatkan engagement audiens sekaligus mendukung tujuan bisnis secara efektif?</p> <p>R: Eee, kalo untuk itu kita tentuin dulu ya kaya kita mau bikin kontennya ini seperti apa dan buat apa, karena kita punya banyak program dan unit mau di tujuakan kemana dan kontennya menyesuaikan audiensnya seperti apa karena pasti beda tiap audiensnya, kontennya di sesuaikan dengan bahasa situasi lebih ke di sesuaikan lagi, mislanya kita ada konten atau apa yang bisa kita ajak coleb konten untuk meningkatkan reputasi misalnya ada pejabat at aartis atau kita juga bisa pake meta ads atau bisa pake labeling kak seto itu sendiri atau pake hastag yang di sesuaikan sama trendnya gitu.</p>	<p>Informan menjawab pertanyaan nya dengan santai dan jelas dan sambil menganggukan kepala sesekali</p>	<p>Penjelasan informan terkait Jenis jenis digital marketing (SMM):</p> <p>-Bagaimana strategi social media marketing dapat digunakan untuk meningkatkan engagement audiens sekaligus mendukung tujuan bisnis secara efektif?</p>	<p>Jenis jenis digital Marketing</p> <p>SMM</p>

10		<p>H: Nah, kalo untuk itu sejauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital?</p> <p>R: Oke, eee so far sih sejujurnya kalo kak seto itu gak belum begitu kita tuh sering banget pake kayak influencer gitu tapi untuk beberapa event atau beberapa kegiatan di sekolah yang memang oh kita butuh nih bantuan untuk memperluas campaign kita biasanya kita baru mencari influencer seperti di acar ulang tahun atau misalnya di eee di kegiatan trial class, open house. Nah itu biasanya kita baru cari nih, influencer-influencer yang bisa ngebantu gitu. Untuk komunikasi pemasaran. Tapi so far selain dari event itu kita jarang sih kak gitu. Jadi memang ada eee seasonal gak yang terus. Mungkin ini akan dilakukan. Jadi kita tuh kana da student ambassador itu yang masih sekolah dikita, dia memang berpotensi nih dia ternyata influencer mungkin dia juga content creator, atlit, artis, dan sebagainya gitu.</p> <p>H: Untuk saat ini, eee berarti brand ambassador homeschooling kak seto itu siapa kak?</p> <p>R: Kalo sekarang itu, sebenarnya ini masih proses ya kak. Proses pemilihan juga. Tapi kita sempet kalau yang di Bekasi itu kan namanya syafira. Dia itu content creator, nah kita itu lagi mau gol ke yang namanya jifan gitu. Adik jifan, salah satu peserta didik yang kebetulan jivan ini adalah youtuber 11 juta subscriber jadi kita coba approach untuk jifa. Jadi so far feedback cuma belum bener-bener biasanya kan ada mou, dan sebagainya ya. Masih berjalan.</p> <p>H: Oke baik kak rara, kita akan lanjut ke pertanyaan selanjutnya. Bagaimana sih kak efektivitas dari kampanye influencer marketing ini diukur?</p> <p>R: Oke, eee so far sih kita tuh ngukurnya pasti mereka kan jangkauannya cukup luas ya, lebih luas dari pada kita yang nih sebagai lembaga yang pendidikan mungkin iya, maksudnya tuh lebih luas. Nah biasanya sih kita kan karena selama ini dari event-event aja ya, iya event-event aja. Nah biasanya nariknya ke orang-orang lebih banyak follow atau lebih banyak yang cari tau setelah di apa, setelah udah mulai campaignnya mereka udah mulai share story atau masuk ke konten mereka gitu. Udah mulai banyak yang follow dan eee mencari tau biasanya lewat dm gitu yang tentang homeschooling kak seto. Kalau misalnya student ambassador kan memang diperjanjiannya itu ada mereka harus membuat konten yah dalam waktu, eee durasi</p>	<p>Informan menjawab dengan santai dan sesekali menganggukan kepala sambil menjelaskan dan memahami pertanyaan yang diberikan</p>	<p>Penjelasan informan terkait Jenis jenis digital marketing (Influencer Marketing):</p> <p>-Sejauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital?</p> <p>-Bagaimana sih kak efektivitas dari kampanye influencer marketing ini diukur?</p>	<p>Jenis jenis digital Marketing</p> <p>Influencer Marketing</p>
----	--	--	---	---	--

		berapa. Terus konten berapa gitu ya. Nah kalau itu sih, biasanya mereka tuh eee banyaknya tuh pertanyaannya di kolom komen nya jadi langsung di bales sama si student ambasadornya. Karena informasinya kayak udah tertarik banget, bisa wa langsung back link ke kita. Ke Instagram kita. Atau ke website atau ke CS.			
11		<p>H: Pertanyaan selanjutnya menegnai konsep eee komunikasi pemasaran jasa Pendidikan, yaitu pertanyaannya Bagaimana peran media social dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka Panjang antara penyedia jasa Pendidikan dan konsumen?</p> <p>R: Oke peran nya pasti kita itu ee harus jadi eee penyampai informasi yang terupdate tentang sekolah, misalnya kita juga sekarang lagi ramai konten akreditasi, nah sekarang aku lagi bikin konten akreditasi itu nah itu kan masuk ke reputasi ya jadi kita harus serius kasih informasi terupdate dari sekolah terus prestasi terus juga gaya belajar atau komunitas yang terbaru itu apa kurikulum nya itu apa, jadi sebenarnya kalo peran nya itu yang menjembatani antara yang di sekolah yang terupdate itu apa supaya orang tua bisa tau ni dari social media, nah kaya gitu si kak.</p>	Informan menjawab dengan santai dan sesekali menganggukan kepala sambil menjelaskan dan memahami pertanyaan yang diberikan	Penjelasan informan terkait Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan meliputi: - Bagaimana peran media social dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka Panjang antara penyedia jasa Pendidikan dan konsumen??	Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan
12		<p>H: Pertanyaan terakhir terkait konsep homeschooling kak seto yaitu bagaimana homeschooling dapat beradaptasu dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan Pendidikan saat ini?</p> <p>R: aa kalo itu si iya si kak kaya yang tadi aku sampein juga ya kalo homeschooling kita kan program nya banyak ya mungkin kalo di homeschooling lain itu Cuma ada distance learning tapi klo di kita ada distance learning, distance learning tunggal ada komunitas online jadi sebetulnya karena program kita ini banyak dan semua nya itu juga di sesuaikan dengan kebutuhan siswa dan anak nya apa ya itu tadi kalo mislanya teknologi itu mereka bawa tab sendiri pake tab kalo di komunitas online kan jarak jauh itu pasti udah pake laptop dll jadi kita itu enak karena kita sudah menyesuaikan teknologi dan system apa ya system informasi nya itu ee semua nya itu eee secara online jadi maksud nya terinput nya secara online. Peserta didik juga kan kalo belajar itu juga tugas tugas nya di input sama tutor lewat google class room dan menyesuaikan kebutuhannya kaya mereka juga gaya belajar nya sendiri dan kita menyesuaikan dengan program gitu jadi kita bisa online bisa dateng juga dan pembelajaran nya bisa dimana aja.</p>	Informan menjelaskan dengan nada santai dan jelas sambil menanyakan kembali beberapa pertanyaan yang kurang jelas	Penjelasan informan terkait Homeschooling meliputi: -Bagaimana homeschooling dapat beradaptasu dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan Pendidikan saat ini?	Homeschooling

	<p>H: Oke baik kak rara, kak rara gak kerasa nih udah di akhir pertanyaan yang tadi itu pertanyaan penutup nih kak. Baik kak rara, aku mau ngucapin terima kasih banyak untuk kak rara sudah meluangkan waktunya. Mohon maaf ya kak dari kemarin kita eee sempet reschedule beberapa kali.</p>			
--	---	--	--	--

Lampiran 12. Axial Coding

No.	Kategori/Konsep	Indikator	Keterangan	Informan 1 (Fery)	Informan 2 (Rara)
1	Profil Informan	Profil informan meliputi: - Nama - Usia - Latar belakang pendidikan - Jabatan	Penjelasan profil informan terkait diri	Perkenalkan kak hana, namaku kak ferry Febrianto. Saat ini umurnya 33 tahun. Aku lulusan dari universitas islam Indonesia program manajemen. Dan saat ini punya posisi sebagai content marketing manager selama kurang lebih 6 tahun	Selamat siang. Perkenalkan namaku Kak Rara, nama lengkapku Zahra Fadillah Putri, usianya 25 tahun, di sini aku sebagai Staff Public Relations sudah bekerja di Sekolah Kak Seto tuh 2.5 tahun kurang lebih megangnya Staff PR. lebih ke megang akun sosmed ya dan juga mungkin kalua ada event bersama eksternal.
2	Strategi Komunikasi Pemasaran digital		Penjelasan informan terkait strategi komunikasi pemasran digital Fery	Oke, bicara tentang konsep bagaimana konsep tersebut dirancang untuk bisa, dilihat dalam penerimaan siswa baru kota focus pada, sebenarnya gini dalam konteks komunikasi pemasaran kita punya eee apa nama nya schedule	Oke, kalo meningkatkan eee biasanya si kita up lagi balik lagi apa yang menjadi keunggulan kita di setiap program bukan hanya di setiap unit, soalnya di setiap program punya keunggulan masing masing dan pasti setiap program punya target masing masing, nah kita sesuaiin lagi oh target pasar

		<p>- Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto dirancang untuk mendukung peningkatan jumlah peserta didik baru?</p> <p>Rara</p> <p>- Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran digital di berbagai platform media sosial untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru yang sebelumnya?</p> <p>- Apa saja tantangan yang dihadapi Homeschooling Kak Seto dalam menjalankan strategi pemasaran digital, dan bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut?</p> <p>- Sejauh mana efektivitas penggunaan media sosial dan website Homeschooling Kak Seto dalam menarik minat calon peserta didik baru, berdasarkan hasil evaluasi implementasi strategi digital yang dilakukan?</p>	<p>kita juga punya target, kita juga punya bahan apa yang kita publish di sesuaikan dengan trend yang ada, kalo kita flashback kemarin pada pasca pandemic sebagai contoh memang kita memang mencoba tekankan pada public pembelajaran secara daring gitu ya. Konsep pemasaran yang kita coba gunakan ya itu bagaimana fleksibilitas belajar dan juga bagaimana siswa itu tetap bisa richout mereka punya mater mereka punya fleksibilitas namun tetap pada kemas Pendidikan yang eee relevan untuk mereka dalam konteks hal ini Pendidikan yang lebih baik.</p>	<p>nya ini brarti yang kita up konten nya menyesuaikan sama itu si kak jadi di tengah tengah antara eee isu yang ada di calon customer yang solusi nya itu ada di sekolah kak seto nah gitu yang jadi konten kita, gitu si biasa nya dan itu di sesuaiin sama porogram masing-masing gitu, misalnya yang kurang di semester ini program apa yaudh brarti kita fokusnya ke isu dan apa yang bias kita jadiin sekolah kak seto menjadi solusi nya.</p> <p>pastinya klo tantangan itu kalo kita tuh ngeliatnya kan kalo sosmed itu waktu ya, kaoan nih orangtua bisa ngeliat traffic, kita kan mau sampaikan ini ke orangtua kita harus menyesuaikan banget sama waktu orangtua di jam jam free time nya itu kapan si, supaya informasi nya itu dapat sampai ke mereka waktu mereka free time, hay traffic nya itu dimana, dan balik lagi ke tujuan konten kita di awal nya pake utnuk orangtua makan nya kita harus ngeliat waktunya, terus juga kayanya itu si yang paling jadi tantangan kita, karena orangtua disini itu rata rata punya tantangan apasih bukan kepribadian ya, iyah maksud nya bukan orangtua yang karakter nya sibuk gitu jadi gimana nih kita supaya efektif, singkiat dan sedikit tapi konten nya sampai tujuan nya wkatu mereka lagi free time.</p> <p>Kalo seberapa efektif, efektif banget ya kak. Miasalnya digital marketing apa lagi kalo di kita platfrom yang paling efektif itu ada di memang yang pertama itu ada di Instagram karena kita ada survei nya dari mana orangtua dapetin informasi sekolah kak seto ini memang yang paling besar instagram dan jadi ya kita ngeliat ya sekarang semua orang pasti punya sosmed dan semua akses dari sosmed dan itu efektif banget si kak Cuma memnag dari ya karena kita Pendidikan kita gabisa nih sangat amat menyesiakan trend saat ini, kita itu eee harus punya Bahasa sendiri makasud nya Bahasa yang KBBI yang lebih semi formal jadi bersaing nya dengan konten konten yang mungkin viral tapi belum ada isi nya nih, dan dengan konten kita yang berbobot tapi kurang bias menyesuaikan dengan trend, ya paling itu si adaptasi ya misalnya dari evaluasi konten kita itu harus lebih bisa bersaing dengan konten apa yang sata ini leih FYP nya itu</p>
--	--	--	--	--

					<p>apa viral nya itu apa tapi di kemas nya itu tetep dalam Pendidikan, terus apa lagi yaa kak, oiyakao website sendiri itu sebetulnya tu eee kalo Sekarang kurang efektif yak arena kita miah gonta ganti domain dan masih di kembangin sama tim IT dan aku rasa untuk sekarang masih belum efektif, misalnya setahun yang lalu tapi itu culup efektif karena menurut aku lebih holistic informasi nya maksudnya dari informasi testimonia ada dan langsung lihat. Jadi menurut aku sebenarnya efektif Cuma sekolah kak seto masih dalam perkembangan.</p>
--	--	--	--	--	--

3	Digital Marketing	<p>Penjelasan infroman terkait Digital Marketing</p> <p>Fery</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di Homeschooling Kak Seto? - Bagaimana cara Anda menentukan platform digital yang paling efektif untuk pemasaran? <p>Rara</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seberapa penting penggunaan digital marketing dalam meningkatkan brand awareness di Homeschooling Kak Seto? - Apa saja platform digital yang digunakan dalam strategi pemasaran digital Homeschooling Kak Seto? - Bagaimana cara Anda menentukan platform digital yang paling efektif untuk pemasaran? 	<p>Oke, kalo itungan rate nya dari 1 sampai 10 itu ada di angka 8, kenapa ada di angka 8 karena kita kan memaungi dari semua cabang yang ada di kak seto ini ya jadi masuk lah pada angka 8 ini karena sudah cukup sesuai gitu ya kak, dan kalo kita bicara bagaimana meningkatkan jumlah peserta didik baru digital marketing sangat berpengaruh ya ka tentu nya, dan kenapa kita kasih nilai 8/10 karena kita melihat peningkatan yang ada serta dari hasil evaluasi kita lagi lagi kita mengukur hal tersebut salah satu nya menggunakan KPI sehingga menurut kami ya digital marketing ini sangat berpengaruh dalam peningkatan jumlah siswa baru terutama pada saat pandemic karena banyak orang yang melihat dan mengetahui kak seto melalui ya itu dari digital marketing itu sendiri, gitu si kak.</p> <p>Ya dibilang efektif itu kan ada indikator ya kak hana ya pada dasarnya kita akan menentukan efektif itu hanya jika dari beberapa channel channel ataupun digital tadi itu bisa memberikan feedback. Seperti itu contoh misalkan kalau sudah menggunakan ads, google ads ataupun Instagram ads atau sosial media ads seperti itu ya yang akhirnya memberikan kontribusi yang menyumbang siswa terbanyak itu area dimana. Seberapa besar yang pengen diexpand untuk kita gunakan platform tersebut, kita akan hitung menggunakan ROAS gitu oh ternyata dari ROAS yang paling optimal menggunakan platform ini maka katakanlah sosial media, gunakan sosial media d Instagram hal tersebut yang menjadi</p>	<p>Penting banget sih ya Hana ya, digital marketing apalagi sekarang kan juga banyak banget kan competitor kita. Based on organic aja sebenarnya kita kurang ini yah, kurang maksimal. Pastinya kita juga ada ads yang dipegang oleh rekan-rekan aku juga ada adsnya ada promotionnya juga, terus juga ada eventnya. Jadi penting banget gak cuma hanya mmm apa namanya konten organic aja tapi dibantu sama digital marketing, gitu sih, via ads tadi.</p> <p>Oke, itu tuh kalau ngarah sosmednya tuh kita ada Instagram, pastinya ada youtube juga ada website juga terus kayaknya sih itu ya yang paling ini. TikTok juga ada, oh iya ada tiktok juga. Jadi 4 yang paling utama itu sih Kak.</p> <p>Oke, nah kalo kita tuh kan pasti tujuannya pasti untuk narik calon peserta didik ya kayak pastinya untuk supaya makin banyak customer lah istilahnya. Nah supaya bisa liatnya tentunya kita liat dari kita ada survei kak, kalo misalnya nanti masuk CPD itu tau tentang ini sekolah kak seto nah biasanya mereka ngisi survei nih, tau sekolah kak seto dari mana nah biasanya kita aada pilihannya beberapa salah satunya eee ada Instagram, youtube dll. Dari mulut ke mulut, dari teman, rekomendasi dll. Jadi kita biasanya tau dari survei itu terus juga kita kan biasanya ngeliat ke itu juga ya, kayak customer itu misalnya dia ya dari yang taunya itu kita bisa jadi ngeplotting nih yang paling besar itu taunya dari mana. Biasanya sih yang paling besar itu Instagram itu karena dari Instagram, itu bisa dipegang kak CS ya dari Instagram biasanya kita lempar juga biasanya dari dm, komen, kita lempar tuh ke CS. Nanti dari CS ngisi survei.</p>
---	-------------------	---	--	--

				ukuran bahwasannya platform ini adalah yang cukup efektif. Dari sudut pandang biaya dan juga jangkauan terus juga memberikan kontribusi siswa itu menjad indicator bahwa platform itu cukup efektif dalam pemasaran.	
	Implementasi Digital Marketing		<p>Penetapan Tinjauan dan Sasaran</p> <p>Fery</p> <p>- Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan (SMART) dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?</p> <p>Rara</p> <p>- Bagaimana tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan dalam implementasi digital marketing dapat memengaruhi keberhasilan strategi, serta apa saja indikator kunci yang perlu diperhatikan untuk memastikan pencapaian tujuan tersebut?</p>	<p>Oke, eee itu kan sasaran spesifikasi yang teukur ya kak brarti SMART dalam implementasi digital marketi tentu saja hal tersebut sangat berpengaruh ya keberhasilan nya dari strategi yang sebelumnya di rancang dan balik lagi kalo mengenai indicator atau kunci utama nya yaitu kita harus dapat memastikan kebutuhan apa yang sebenarnya di perlukan oleh costumer dan calon siswa balik lagi ke richout kita untuk mencapai tujuan tersebut jadi lebih ke perencanaan untuk menetapkan siapa sasaran kita di mulai dari hal itu si eee kak kurang lebih.</p>	<p>Oke, apa kalo indicator nya itu pasti kita harus paham dulu seperti audiens nya itu seperti apa, kurang lebih calon apa nama nya customer itu seperti apa dan kita kan punta target pasar ya dan itu di sesuaikan dengan itu dan pelanggan nya seperti apa durasinya, yang tadi nya seperti yang orangtua nya sibuk kita harus sesuaikan brarti segimana durasi nya dan juga isi informasi nya apa aja gitu kurang lebih si kak untuk kunci keberhasilan itu sendiri di lihat dari balik lagi apakah kita mencapai tujuan yang ingin di tuju atau tidak gitu si paling kak, dan kita juga kan ada survei sebuah indicator yang menjadi keberhasilan salah satu nya si yaitu ka ee seberapa banyak feedback yang di berikan audiens gitu</p>
			<p>Analisis Situasi</p> <p>Rara</p> <p>- Bagaimana analisis internal dan eksternal dapat membantu perusahaan memahami posisi strategisnya di pasar dan menghadapi persaingan?</p>		<p>kalo internal nya pasti karena kan kita dari apa nama nya dari Lembaga Pendidikan kan ya kita kan ada tenaga pengajar ya kita lihat dan test dulu kualitas tenaga pengajar kita tutor kita seperti apa terus keunggulan keunggula nya tuh kita liat dlu seperti apa terus fasilitas nya terus kita juga bisa lihat dari alumnireputasi prestasi kita mode pembelajaran mode kurikulum nya seperti apa itu kita analisis dlu seperti apa kita reserch dulu di internal kita seperti apa ni gitu karna kalo misalnya kta udah tau ee nah itu bisa jadi informasi ke luar kan buat jadi branding ke luar. iya kalo internal nya itu jadi kita lihat dulu kira kira kita tub sebagai Lembaga Pendidikan</p>

		<p>- Apa saja metode yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran dalam mendukung tujuan bisnis?</p> <p>- Bagaimana perusahaan dapat mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengatasi tantangan yang muncul, khususnya di tengah perubahan tren konsumen dan teknologi?</p>		<p>tuh udah sejauh mana, nah biasa nya kita juga suka ada reserch persemester nya itu melalui survei kepuasan pelanggan, survei kepuasan pelanggan ini biasa nya ada dua ini bisa lewat quisioner atau kita telfon juga, kalo dari telfon itu biasa nya ada kondisi kondisi urgent biasa nya jadi kita turun langsung ke orangtua, terus survei juga di setiap unit dan setiap jenjang ada survei nya kepuasan nya dari semua standar penilaian Pendidikan brarti Lembaga Pendidikan ada fasilitas kurikulum terus pengajaran nya banyak pokoknya ada delapan gitu ya, nanti kalo kita udah analisis tuh nah setelah itu bisa tau hasilnya dan kita jadikan konten, apa yang menjadi keunggulan kita dari hasil survei kita. Terus kalo pesaing itu dulu pernah ada reserch competitor itu kan udah banyak ya kaya sekarang daerah bintaro itu misalnya system nya kaya cari tau si tentang pesaing pesaing, kalo dari orangtua kan biasa nya lihat dari harga ya kaya formulir, pembayaran nya seperti apa terus pembelajaran nya seperti apa bagaimana pendekatan customer servis nya jadi kita banyak lakuin riset untuk pesaing pesaing itu tapi kita juga karena homeschooling kan ya kita juga ada kerja sama dengan competitor kita, jadi misalnya ada homeschooling apa yaa jadi kaya sempet dari sekolah mereka gabisa nih mereka mengarahkan ke kita gitu, jadi walaupun tetep competitor ada salah satu keunggulan kita yang ga di punyai orang lain begitupun sebaliknya, jadi gitu si kak kalo dari segi pesaing peluang nya ya.</p> <p>Oke, untuk metode nyakita kalo social media ngeliat nya dari si itu ya interaksi nya itu dari inside engagement dan lids terus nnti juga presentase dari lids itu sebanyak apa si presentase nya orangtua yang bukan Cuma dapetin informasi bukan Cuma dari digital marketing tapi sampe daftar gitu, kita juga ngukur nya pake KPI. Kalo sumber daya perusahaan biasanya emm kalo dari aku si kita yaitu ya survei itu survei kepuasan pelanggan itu karena kita kan dari bentuk jasa ya dan jadi yang bisa lihat itu ya dari segi customer nya itu, tapi kalo dari digital marketing kak seto itu si paling kak terus juga lihat dari presentase tiap bulan dari sekolah kak seto karena kalo homeschooling itu kan bisa pindah kapan aja dan itu kita bisa lihat juga seberapa banyak peserta didik yang bertahan gitu.</p>
--	--	--	--	---

					Kalo perubahan trend itu sebenarnya kalo di Pendidikan itu lebih ke biasanya itu perubahan trend nya itu] situasi ya misalnya kaya covid pandemic. Kaya orang orang pindah ke jarak jauh nah kalo di sekolah kak seto kan kita kan emang system jarak jauh punya terus sistem datang ke sekolah juga bisa tutor dateng kerumahpun bisa, jadi kalo perubahan yang akan berdampak ke metode pembelajaran itu kita punya semua jadi bisa menyesuaikan. Teknologi juga sama si ka kita kan ada program distance learning dan tunggal dan itu bisa di akses darimana aja, gitu si kak kita bisa mencakup semuanya, kalo misalnya peluang pasar baru si itu kita kan ada semua si kak tergantung siswa nya dateng dengan kebutuhan apa gitu.
			<p>Perencanaan Strategi</p> <p>Fery</p> <p>- Bagaimana cara merancang strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi secara efektif?</p>	<p>elemen yang kita punya seperti awal perencanaan yang jelas gitu ya kak dan juga terperinci gitu kak kita juga untuk ini melibatkan apa ya orang orang terkait gitu untuk membangun komitmen awal dan tujuan kita dan eee ini juga tentu dalam hal ini ee saya juga turut ikut berkontribusi karena harus memonitoring secara berkala karena eee pastinya ada hambatan hambatan yang ee mungkin harus diselesaikan bersama sama gitu su ya kak paling</p>	-
			<p>Implementasi Taktik</p> <p>Fery</p> <p>- Apa langkah-langkah utama yang perlu dilakukan untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan?</p>	<p>oke baik kalo membicarakan implementasi sebuah taktik tentu saja semua di susun untuk mencapai hasil yang memang di tuju ya ka, seperti perencanaan yang detail rinci dan juga pelaksanaan serta alokasi yang tersusun sangat mempengaruhi hasil dan tujuan yang jelas ya kak, selain itu komunikasi yang efektif juga menjadi salah satu peran yang perlu di pahami karena untuk mencapai tujuan tersebut gitu ya dan seperti yang tadi saya katakana di atas untuk mencapai sebuah hasil tentu perlu adanya evaluasi dan pemantauan secara berkala eee dan itu ee saya sendiri ikut serta dalam hal tersebut</p>	-
			<p>Pengukuran dan Evaluasi</p> <p>Fery, Rara</p>	<p>KPI untuk digital marketing utamanya adalah seberapa banyak postingan yang di dapat dari kegiatan yang kita lakukan dalam satu semester, satu. Kedua dari hasil return on ads spend itu</p>	<p>Oke, KPI nya pasti dari pasti dari itu ya tadi ya analisis yang tadi kontennya ini sesuai dengan tujuannya eee apa namanya average dari engagementnya dan lain-lain. Dan juga kalo misalnya konten kita untuk soft selling, apakah benar-benar</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Apa saja KPI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital? - Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital berikutnya? - Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengintegrasikan data historis untuk perencanaan strategi yang lebih baik? - Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital? - Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengevaluasi dan meningkatkan strategi komunikasi pemasaran digital mereka? - Apa tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, dan bagaimana tantangan tersebut diatasi? 	<p>positif atau justru negative yang kedua ya, yang ketiga adalah seberapa efektif kah apa namanya konten pemasaran yang sudah diplan tadi sudah didistribusi sesuai dengan deadline yang ditentukan. Ada tiga sih.</p> <p>Ya, hasil evaluasinya ya untuk bisa mengoptimalkan kita lihat kendala kita evaluasi untuk kita jadikan di periode selanjutnya katakanlah satu semester itu ada evaluasi semester depan oh kita kurnag biaya biaya adsnya kurang kak kayak gitu akan kita utamakan, oh iya jangkauannya kita masih kurang luas juga dikaji lebih lanjut lagi, oh jangkauannya sudah lebih luas nih kak jangkauan sudah lebih luas, biaya sudah lebih besar reachnya juga gede tapi kenapa yang daftar masih sedikit kita riset lagi oh ternyata yang momentum bulannya gak sesuai. Kalau mau bikin event, oh bulan ini emang gak sesuai nih memang bulan liburan tapi bulannya misalnya udah ada planning yang lain jadi kalau kita bikin ke tempat rekreasi jadi belum memungkinkan. Contohnya itu sih kak.</p> <p>Ya, untuk bisamengintegrasikan maka memang historical data itu penting kita akan melihat eee kita sudah punya sebenarnya udah punya bank data terkait siswa dan marketing masing-masing mereka akan mencoba mengkaji kita juga lihat dari sudut pandang histori yang sudah dilakukan area mana saja yang harus di improve area mana saja yang perlu di evaluasi biar eee hal hal tersebut bisa kita sandingkan dengan tingkat keberhasilan yang kita punya yang kita ukur setiap bulan.</p> <p>Oke hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei dapet informasi dari mana oh dapet informasi dari website, oh dapet informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita kita survei banyak</p>	<p>nyampe nih tujuan soft-selling kita ke masyarakat dari mulai pertanyaan yang masuk ke dm, ke kolom komen itu biasanya tuh dari dm itu kan kita ada langsung ke eee bitly cs ya jadi masuk ke cs gitu nah seberapa banyak yang masuk ke cs nih dari posting Instagram. Itu kana da urutannya nah itu sih sumbernya KPI kita juga dari segi itu, dan jugakarena kita marketing bersama pastinya juga seberapa banyak seberapa apa ya kolaborasinya nih antara integrasinya antara divisi satu dengan divisi lainnya.</p> <p>Oke, biasanya kita tuh memang ada evaluasi setiap semester yah kalo sekolah kan setiap semester nah NM juga ada tiap semester itu biasanya kita ada eee apa namanya forum group discussion juga, terus sama kak dimas juga biasanya kita akan merancang kemabli nih kira-kira dalam semester kedepan itu yang sudah dihasilkan dari semester sebelumnya mana yang memang bagus untuk dilanjutkan lagi dan mana yang harus distop gitu. Kayak misalnya konten-konten apa sih yang sekiranya bisa menaikkan juga bukan cuma followers ya tapi juga bisa meyakinkan orang-orang orang tua terutama untuk atau anaknya sendiri tertarik sekolah di kak seto. Atau brand voice kita tuh udah sampe belum yah ke masyarakat, nah itu sih kita biasanya ada evaluasi-evaluasi gitu. Oh kalo mislanya tahun kemarin kayak tahun ini itu fokusnya memang kolaborasi juga ya dengan influencer, dengan juga ya kita bikin kegiatan-kegiatan yang lebih banyak kerja sama dengan alumni gitu yang apa namanya influencer dll. Tahun-tahun sebelumnya kita hanya fokus di konten, konten apa yang bener-bener bisa ngangkat. Jadi setiap tahun pasti ada perbedaannya gitu kita lihat lagi gitu.</p> <p>oh data, kalo data tuh paling ini sih ya kakkalo misalnya kalo data tuh lebih kak yeni ya marketing ya dan juga kakak-kakak cs karena balik lagi nanti kan ada leads ya nah apa yang masuk gitu untuk kita bisa olah jadi apa namanya untuk kita bisa chat ee apa namanya whatsapp api untuk, untuk promosi dan lain-lain gitu sih paling. Data-data itu kita ambil pastinya kalo aku juga mungkin dari yang leads aku tuh dari dm leads nya kalo yang masuk tuh nanya apa aja, ada nomor whatsappnya nanti kita langsung ke cs. Kalo histori tuh maksudnya gimana kak?</p>
--	--	--	---	--

				<p>orang tua yang pada akhirnya dapet gara gara apa gara gara informasi website seperti itu sih kak.</p> <p>Oke, bagaimana mengevaluasi kita melihat eee biasanya menjelang akhir semester gitu ya kita atur meeting strategi jangka pendek kita akan mengumpulkan semua data yang kita punya, mengumpulkan juga hasil riset juga survei bersama orang tua. Katakana lah kita menggunakan budget ads sekian juta rupiah kita lihat apakah dari budget yang kita keluarkan ini kita bisa menciptakan eee optimal pendapatan yang ada dari siswa seperti itu. Kemudian secara konten apa konten tadi itu atau yang kita miliki sesuai dengan eee tren saat ini yang memang sedang happening. Begitu sih kak konteks strategi kita sebelum UAS.</p> <p>Untuk tantangan di strategi yang kita miliki biasanya emm, karena kita itu membawahi banyak kana da sekolah kak seto ada banayk ya ada homeschooling, ada sekolah khusus, ada sekolah formal, dan gitu ya kita perlu membagi tipikal konte atau tipikal strategi itu sesuai dengan departemen pendidikannya itu sih yang jadi tantangan kita. Kedua, terkait dengan budgeting kalau kita mau dengan apa namanya pesaing kita itu cukup sulit di area budget karena cukup memperhatikan budget yang kita gunakan tidak bisa sebanyak budget para pesaing kita karena biasanya mereka memang karena mereka di awal ya mereka cukup jor joran menggunakan budget jadi ketika kita mau melaksanakan strategi pemasaran secara digital itu harus kita total kita hitung secara apa ya secara umum menilai budget nya berapa banyak, atau tidak, dasarnya apa, keperluannya apa, gitu sih cukup menantang ditambah dengan tadi kemampuan kita itu cukup terbatas ketika kita diminta untuk day to day di pendidikan konten-konten yang mereka inginkan.</p>	<p>Oh iya, kita liat dari analisis sihtadi yak an analisis itu biasanya aku tuh perbulan adat tuh konten mana yang paling top kontennya apa oh top kontennya ini oh yang kurangnya apa oh berarti yang gini-gini tuh kita singkirin, gitu maksudnya gausah dilanjutin lagi untuk kontennya dibuatnya misalnya eee cheerful nih berarti yang paling kena cheerful oh yang ada kak seto nih di dalem kelas, oh berarti nanti kalo bisa ntah jadi thumbnail entah cuma di akhir gitu kalo bisa ada kak setonya. Misalnya kayak gitu sih kak kita juga pasti ngliaat mana yang paling oke.</p> <p>Oke, pastinya sih kita dari peningkatan apa namanya calon peserta didik yah. Kan diliat juga kan kita pasti ada ads, ada juga apa selain ads juga konten-konten organik gitu kan. Nah itu diliatnya pasti dari orang yang interest dulu gitu kan, terus dia mulai nanya-nanya sampai akhirnya dia memutuskan untuk sekolah di kak seto itu kan satu keunggulan. Nah kalau sampai mereka goals untuk sampai closing, membeli formulir dan daftar di sekolah kak sato itu jadi salah satu keberhasilan utama kita pastinya. Otomatis marketing itu kan pasti nyari customer ya, nyari CPD kalo di homeschooling kak seto nah itu sih keberhasilan utama kita. Dari semua konten tujuannya pasti buat ngejual kan. Kayak dibeli gitu.</p> <p>Oke, strategi peningkatan yah? Strategi peningkatan, evaluasinya pastinya kalo kita tuh selain dari kalau misalnya dari semuanya kankita ada si analisis itu ya dari setiap platformnya kita ada analisisnya tiktok ada analisisnya, youtube juga ada analisisnya, instagram jug aada analisisnya. Nah nanti integrate juga sama website, website itu seberapa banyak orang click, seberapa banyak orang nge views gitu ya, sampe ke mereka membeli formulir registrasi, dll. Nah evaluasinya ya pasti setiap platform ada ininya ya, ada logaritmanya masing-masing. Itu sih yang biasanya kita evaluasi biasanya dari konten-konten. Apakah kontennya ini sudah memang sesuai dengan tujuan utamanya misalnya kalo kontennya itu untuk branding, ya apakah ini menarik branding kita gitu atau reputasi sampe gak sih penjelasan apa namanya citra ini selama 17 tahun ke masyarakat gitu, kayak gitu sih kak.</p>
--	--	--	--	---	--

					Oke, kalo tantangan karena sekarang kompetitor itu banyak yang kayak homeschooling gitu dan juga mereka berani apa namanya ada dana marketing yang anggarannya itu cukup besar jadi mereka bisa ngebud istilahnya ya untuk jadi apa namanya biasanya, search yang paling tinggi. SEO yang paling tinggi itu karena adsnya mereka gitu. Nah itu sih tantangan terbesar kita, kita harus bikin konten yang organik tapi juga harus bersaing dengan mereka yang pakai ads. Kan itu juga cukup sulit ya, nah itu kalo untuk mengatasinya ya pasti untuk eee kita sih lebih sering, harusnya sih lebih sering bikin konten, harus lebih sering jawab pertanyaan customer, gitu dari segi konten yakenapa kita menjawab atau ngasih info lewat konten dan lewat eee apa itu mereka bisa lebih yakin untuk misalnya menyekolahkan anaknya ke sekolah kak seto.
Jenis jenis digital marketing		<p>Content Marketing</p> <p>Fery</p> <p>- Bagaimana strategi konten yang digunakan untuk menarik perhatian calon siswa baru diHomeschooling Kak Seto?</p> <p>- Apa elemen kunci yang membuat konten di media sosial Homeschooling Kak Seto menarik dan relevan?</p> <p>- Bagaimana Anda mengevaluasi kinerja konten tersebut?</p> <p>Rara</p> <p>- Apa elemen kunci yang membuat konten di media sosial Homeschooling Kak Seto menarik dan relevan?</p> <p>- Bagaimana Anda mengevaluasi kinerja konten tersebut?</p>	<p>Oke, untuk bagaimana strategi konten itu sendiri yang digunakan untuk menarik perhatian kita balik lagi ikutin kea rah trend saat ini si kak jadi seperti konten yang di buat dan ditujukan untuk siapa itu juga perlu kita perhatikan dan contoh nya platfrom sekarang yang kita gunakan kita juga sedang apa ya merambah ke tiktok nah dari ee konten untuk tiktokitu sendiri berbeda dengan instagram karena tujuan sasaran nya pun beda kalo kaya ee si tiktok itu lebih ke dalam bentuk reels gitu contoh nya</p> <p>Iya, untuk tentang bagaiman dikatakan menarik otomatis kita harus membuat desain konten yang eye catching dan juga sesuai dengan tren saat ini dan juga dalam captionnya juga mempunyai apa ya eee mempunyain caption yang dicari sama orang orang. Karena kalau misalnya kita Cuma membuat desain saja tapi tidak menarik itu kan tidak akan bisa menciptakan hasil yang optimal ya kak sehingga konten yang kita bikin dari segi isi konteks isi maupun dari konteks desainnya itu harus punya indicator yang cukup menarik dan relevan ketika kita coba posting di platform platform tertentu.</p> <p>Oke, kinerja konten sebenarnya hamper mirip dnegan cara kita tadi ya. Kalau banyak yang likes,</p>	<p>Oke, gak boong ya karena kita ada label homeschooling kak seto pasti harus ada kak seto kak seto nya nih biasanya yang paling eee apa namanya eee yang paling tinggi dari segi kalo kita evaluasi konten gitu ya analisis konten, gitu sih. Terus ada label-label kak seto nya, entah kita collab kak seto gitu atau misalnya kak seto ada di kegiatan belajar adik-adik gitu atau misalnya dari sisi lain brand kak seto sendiri itu biasanya konten-konten yang itu sih kak, kayak misalnya mengangkat keunggulan kegiatan praktik belajar yang ada di sekolah kak seto yang belum ada di sekolah lain. Misalnya kegiatan vokasi adik-adik SKKS, adik-adik belajar itu pergi ke mrt, dll. Nah itu tuh biasanya tinggi, gitu jadi semakin kita memperlihatkan sisi kita sebagai sekolah dan sisi KBM yang menariknah itu yang biasanya kontennya tinggi.</p> <p>Oke, iya sama sih kak hampir sama ya kayak tadi. Kita lihat dulu nih analisis dulu dari segi setiap kontennya itu wah ini kenapa nih tinggi, kenapa ini rendah, kenapa ya perbandingannya itu. Nah terus kita biasanya kita cek sih kak, misalnya dari dua konten nih yang sama, misalnya reelsnya kurang lebih misalnya ngangkatnya tentang keunggulan tapi misalnya beda nih isinya. Nah kenapa yang satu bisa lebih tinggi, yang satu bisa lebih rendah. Bisa jadi karena durasi, biasanya kan ya. Atau memang itu kita gak pake strategi misalnya hooknya, hook yang dipakai itu misalnya udah terlalu umum untuk sekolah gitu, itu juga sih.</p>	

			<p>kemudia apa namanya banyak yang save, banyak yang share itu jadi salah satu evaluasi konten yang dibuat. Kenapa, ketika likes mungkin orang melihat konten ini sedang happening sekarang, mereka suka dnegan desainnya, mereka suka dengan isinya, seperti itu dan juga mereka punya berpikiran eee nilai kebermanfaat dari konten yang kita buat. Mereka yang cukup fleksibel bisa menshare kembali konten tersebut ke orang lain, jadi indicator-indikator tersebut yang lebih eee rinci ya ketimbang tadi secara luas kalao luas kita lihat bagaimana mereka reach out nya ya banyak atau tidak tapi ini kan secara detail di konten konten tertentu yang kita submit atau kita posting.</p>	<p>Atau waktunya, atau terlalu hard selling itu juga mempengaruhi kontennya kak.</p>
--	--	--	--	--

		<p>SEO</p> <p>Fery</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengoptimalkan website agar memenuhi standar SEO? - Apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari? - Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital? <p>Rara</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana Homeschooling Kak Seto mengoptimalkan website agar memenuhi standar SEO? 	<p>sebenarnya sampai hari ini kita masih maintenance ya kak untuk website kita sendiri jadi kalo untuk bicara tentang aktivitas SEO atau standar SEO kita akan coba kembali ke maintenance yang ujung-ujungnya bakal ke arah situ sih. Katakanlah kita coba untuk membuat apa namanya tagging keyboards yang sesuai dengan pasar kita, sebagai untuk orang tua katakanlah kita gunakan quotes quotes yang sering digunakan orang tua karena kita riset gitu sih. Jadi secara optimal mengarahkan pencarian dari google itu sendiri, karena memang kalau tidak sesuai dengan keyword yang umum website kita akan kesulitan untuk sampai sana kemudian artikel untuk bisa membuat artikel kita juga harus melihat standar poin poin apa saja yang nanti akan bisa mengalahkan artikel untuk website yang kita miliki. Jadi belum semua penerapan kita akan coba minimal standar harus bisa SEO tadi secara efektif memberikan kontribusi kepada website gitu sih kak.</p> <p>Oke, sekali lagi ya kita belum aktif lagi saat ini karena masih maintenance kita bicara bagaimana</p>	<p>Oke, nah kalau website sendiri itu kan memang sejujurnya ya di awal aku ke sini itu lagi proses pengembangan website. Jadi, terus udah jadi terus lalu ada pembaruan lagi jadi website kak seto, eh homeschooling kak seto ini memang belum stabil ya kalau aku bilang. Cuma untuk memenuhi standar SEO pastinya ada beberapa urutannya yang kena pasti dari si headlinenya. Headline, sub-headline terus juga penulisannya tentunya isi yang disesuaikan dengan .</p> <p>Oke, biasanya kita tuh main di eee apa di headline ya, sub-headline dan jugajadi kalau misalnya untuk SEO cara menarik gitu, iya gitu kita harus mainin headline nya itu yang paling banyak di cari, sub-headlinenya juga yang dicari dan juga general terus juga deskripsi pertama dari apa artikel di website itu harus yang memang general. Jadi kalau bisa misalnya ngasih penjelsan aja dulu nih, homeschooling itu adalah apa karena biasanya orang-orang pasti searchingnya homeschooling adalah, homeschooling merupakan. Nah itu solusinya kita masukin tuh di artikel kita, sebelum kita masuk ke inti artikelnya atau misalnya pake teks ya kalau di apa namanya kan di artikel tuh kana da teksnya yah biasanya ada hashtag nya gitu kan. Nah itu kitan pake tuh, hashtag-hashtag yang memang paling banyak digunakan. Kayak dari google</p>
--	--	---	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - Apa langkah yang dilakukan untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari? - Bagaimana Anda mengintegrasikan SEO ke dalam strategi pemasaran digital? - Apa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital? 	<p>nanti kita akan menintegrasikannya dengan lebih familiar kita akan buat artikel back link yah di sosial media lain misalkan atau di portal berita untuk diarahkan ke website kami. Itu satu, kedua misalnya di Instagram ataupun konten konten sosial media lainnya itu kita coba arahkan kepada website kita jadi beberapa channel channel yang kita miliki itu mengarah kepada website untuk mendukung peringkat website di google seperti itu.</p> <p>Oke hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei dapet informasi dari mana oh dapet informasi dari website, oh dapet informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita kita survei banyak orang tua yang pada akhirnya dapet gara gara apa gara gara informasi website seperti itu sih kak.</p> <p>iya, karena bisa diukur dan kita cek antara budget kemudia sejauh mana spreadingnya di sosial medianya gitu sih kak and then bisa diukur.</p>	<p>trend, google search. Dari situ sih kak.</p> <p>Oke, biasanya sih ya pasti eee apa kurang lebih kan kalo itu bisa pake konten juga ya dari nilai risetnya kita pake dari lagi trend, dari teksnya yang paling banyak dicari terus juga bisa search nya dari yang paling banyak dicari eee paling gitu sih kak. Jadi pake hook kontennya juga, hook-hook yang emang eee apa namanya eye catch kita kan juga harus tau kalau misalnya sama ya di artikel dan di konten itu hook pertama itu gak boleh lebih dari 7 kata. Risetnya kan orang baca gak lebih dari 7 kata, itu yang kita pake. Jadi integrasei ya sebenarnya ya hampir sama cuma ya pengemasannya aja, kalau konten kan biasanya harus lebih singkat ya eee apa langsung aja straight to the point terus dikemasnya juga lebih nyampe. Sedangkan kalo di website kan harus artikel gitu kan, dari pengemasan katanya harus disesuaikanada hashtag-hashtag yang memang Cuma ada di sekolah kak seto misalnya #jadibisabersamasekolahkakseto #disekolahkakseto dll gitu sih.</p> <p>Oke, pastinya sih kita dari peningkatan apa namanya calon peserta didik yah. Kan diliat juga kan kita pasti ada ads, ada juga apa selain ads juga konten-konten organik gitu kan. Nah itu diliatnya pasti dari orang yang interest dulu gitu kan, terus dia mulai nanya-nanya sampai akhirnya dia memutuskan untuk sekolah di kak seto itu kan satu keunggulan. Nah kalau sampai mereka goals untuk sampai closing, membeli formulir dan daftar di sekolah kak sato itu jadi salah satu keberhasilan utama kita pastinya. Otomatis marketing itu kan pasti nyari customer ya, nyari CPD kalo di homeschooling kak seto nah itu sih keberhasilan utama kita. Dari semua konten tujuannya pasti buat ngejual kan. Kayak dibeli gitu.</p>
--	--	--	---	--

		<p>SMM</p> <p>Rara</p> <p>- Bagaimana strategi Social Media Marketing (SMM) dapat digunakan untuk meningkatkan engagement</p>		<p>kalo untuk itu kita tentuin dulu ya kaya kita mau bikin konten nya ini seperti apa dan buat apa, karena kita punya banyak program dan unit mau di tujuakan kemana dan konten nya menyesuaikan audiens nya seperti apa karena pasti beda tiap audiens nya, konten nya di sesuaikan dengan bahasa situasi lebih ke di sesuaikan lagi, mislanya kita ada konten atau apa yang bisa kita ajak coleb konten untuk meningkatkan reputasi misalnya ada pejabat at aartis atau kita juga bisa pake meta</p>
--	--	--	--	--

			audiens sekaligus mendukung tujuan bisnis secara efektif?		ads atau bisa pake labeling kak seto itu sendiri atau pake hastag yang di sesuaikan sama trend nya gitu.
--	--	--	---	--	--

		<p>Influencer Marketing</p> <p>Fery</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana Homeschooling Kak Seto memilih influencer yang tepat untuk meningkatkan brand awareness sehingga dapat meningkatkan dan berdampak untuk peserta didik baru? - Se jauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital? - Bagaimana efektivitas kampanye influencer marketing diukur? <p>Rara</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se jauh mana peran influencer marketing dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital? - Bagaimana efektivitas kampanye influencer marketing diukur? 	<p>Ya, influencer sebenarnya kalo sejauh ini ya sejauh ini yang pernah kita coba lakukan ada 2 konteks ya kalau bicara tentang gimana pilihnya. Kita coba piluh sesuai dengan value nilainya katakanlah ada orang tua yang cukup giat reporting anaknya yang sekolah di sekolah kak seto seperti itu itu satu. Karena dalam sudut pandang orang tua dia punya value untuk memberikan representasi itu nyaman, sekolahnya memang tepat untuk sudut pandang yang bersangkutan sehingga secara umum ketika dia mau memberikan apa bentuk influence orang lain itu akan lebih natural ya kesannya sehingga tidak dibuat-buat terlebih ketika yang bersangkutan punya eee apa namanya punya point of view yang cukup baik di mata public. Mislanya contoh sebagai influencer juga tau, artis, atau sebagai atlet seperti itu sih kak.</p> <p>Yang paling kita influencer itu kak terakhir dengan nika gina sebagai orang tua siswa yang bersekolah di homeschooling kak seto. Kita memberikan beberapa apa namanya, poin-poin untuk bisa yang bersangkutan eee brandingkan gitu.</p> <p>Bagaimana influencer marketing ini punya strategi komunikasi yang apa ya untuk kami gitu ya, biasanya setiap kita menggunakan influencer itu fokusnya kepada mereka memberikan jangkauan awareness kepada para followersnya tapi kalau sampai dengan mereka memantain sampai memberikan pertanyaan itu belum sampai. Jadi peran mereka itu hanya sekedar, mungkin Bahasa kasarnya Bahasa sorry ya kita gak ee gak yang menyamakan dengan buzzer tapi kita ingin influencer ini memberikan edukasi yang secara tidak langsung dengan mungkin cara yang sederhana kita ikutin kegiatan anaknya sehingga</p>	<p>Oke, so far sih sejujurnya kalo kak seto itu gak belum begitu kita tuh sering banget pake kayak influencer gitu tapi untuk beberapa event atau beberapa kegiatan di sekolah yang memang oh kita butuh nih bantuan untuk memperluas campaign kita biasanya kita baru mencari influencer seperti di acara ulang tahun atau misalnya di eee di kegiatan trial class, open house. Nah itu biasanya kita baru cari nih, influencer-influencer yang bisa ngebantu gitu. Untuk komunikasi pemasaran. Tapi so far selain dari event itu kita jarang sih kak gitu. Jadi memang ada seasonal gak yang terus. Mungkin ini akan dilakukan. Jadi kita tuh kana da student ambassador itu yang masih sekolah dikita, dia memang berpotensi nih dia ternyata influencer mungkin dia juga content creator, atlet, artis, dan sebagainya gitu</p> <p>Kalo sekarang itu, sebenarnya ini masih proses ya kak. Proses pemilihan juga. Tapi kita sempet kalau yang di Bekasi itu kan namanya syafira. Dia itu content creator, nah kita itu lagi mau gol ke yang namanya jifan gitu. Adik jifan, salah satu peserta didik yang kebetulan jivan ini adalah youtuber 11 juta subscriber jadi kita coba approach untuk jifa. Jadi so far feedback cuma belum bener-bener biasanya kan ada mou, dan sebagainya ya. Masih berjalan.</p> <p>Oke, so far sih kita tuh ngukurinya pasti mereka kan jangkauannya cukup luas ya, lebih luas dari pada kita yang nih sebagai lembaga yang pendidikan mungkin iya, maksudnya tuh lebih luas. Nah biasanya sih kita kan karena selama ini dari event-event aja ya, iya event-event aja. Nah biasanya nariknya ke orang-orang lebih banyak follow atau lebih banyak yang cari tau setelah di apa, setelah udah mulai campaignnya mereka udah mulai share story atau masuk ke konten mereka gitu. Udah mulai banyak yang follow dan mencari tau biasanya lewat dm gitu yang tentang homeschooling kak seto. Kalau misalnya student ambassador kan memang diperjanjinya itu ada mereka harus membuat konten yah dalam waktu, eee durasi berapa. Terus konten berapa gitu ya. Nah kalau itu sih, biasanya mereka tuh</p>
--	--	---	--	---

				<p>secara umum ketika mereka mau memberikan campaign tersebut atau mau memberikan informasi tersebut secara natural itu bisa memberikankonteks brand awareness untuk orang-orang yang belum follow kami.</p> <p>Iya, bicara diukur sebenarnya agak sulit yak arena memang kita sejauh ini kita belum terlalu professional ketika kita mau menghire influencer seperti itu. Hanya kita bisa menggunakan pendekatan yang masih bersinggungan dengan kami seperti orang tua siswa, atau siswa kita sendiri gitu jadi untuk bisa memberikan target kepada yang bersangkutan kita belum bisa gitu. Jadi untuk mengukur kampanye eee efektivitas kita biasanya melihat dair konten yang mereka posting apakah memberikan banyak reach dair program tersebut, apakah banyak yang komen banyak yang penasaran kita akan coba ambil data itu sih belum sampe sejauh mana sih orang yang dm yang bersangkutan atau bagaimana yang bersangkutan bisa mengarahkan untuk daftar di kami belum sampe seprofessional itu kenapa karena sekali lagi pendekatan kita lebih ke pendekatan orang tua dan siswa gitu.</p>	<p>banyaknya tuh pertanyaannya di kolom komen nya jadi langsung di bales sama si student ambassadornya. Karena informasinya kayak udah tertarik banget, bisa wa langsung back link ke kita. Ke Instagram kita. Atau ke website atau ke CS.</p>
4	Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan		<p>Penjelasan Informan terkait Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan</p> <p>Fery</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, khususnya di era digital? - Apa saja tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik sebuah layanan pendidikan kepada target audiens, dan bagaimana cara mengatasinya? 	<p>Strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif ya untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan, terutama di era digital balik lagi kaya sebelumnya kalo membicarakan komunikasi Pendidikan tentunya kita ikutin trend yang ada si ya kak eee tapi yang sesuai dengan apa ya konsep atau identitas yang kita miliki gitu, kita juga ee melibatkan pendekatan yang terintegrasi dan relevan dengan audiens kaya dari komentar dan sebagainya gitu kak kalo di tanya yang paling efektif ya tadi itu ya balik lagi ke strategi komunikasi pemasaran yang kita gunakan si ka</p> <p>baik, kalo biacara mengenai sebuah tantangan ya utama itu balik lagi bagaimana kita mengkemas sebuah pesan untuk audiens sehingga audiens</p>	<p>Oke peran nya pasti kita itu harus jadi penyampai informasi yang terupdate tentang sekolah, misalnya kita juga sekarang lagi ramai konten akreditasi, nah sekarang aku lagi bikin konten akreditasi itu nah itu kan masuk ke reputasi ya jadi kita harus serius kasih informasi terupdate dari sekolah terus prestasi terus juga gaya belajar atau komunitas yang terbaru itu apa kurikulum nya itu apa, jadi sebenarnya kalo peran nya itu yang menjembatani antara yang di sekolah yang terupdate itu apa supaya orang tua bisa tau ni dari social media, nah kaya gitu si kak.</p>

			<p>Rara</p> <p>- Bagaimana peran media sosial dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara penyedia jasa pendidikan dan konsumen?</p>	<p>dapat memahami dengan mudah dan kalo membicarakan nilai nilai unik tentu kita punya seperti konsep pembelajaran yang digunakan dan biasa nya untuk menjelaskan nya itu kita melalui konten ya kalo tantangan nya karena kita basic nya homeschooling orang akan mikir belajar dirumah gitu atau beberapa hari maka dari itu kita menggunakan nama sekolah kak seto saja karena walaupun kita eee bacis nya homeschooling tapi it kita bisa menyesuaikan jadi walaupun homeschooling salah satu nya kita juga ada progra yang masuk itu seminggu 5hari misalnya, dan kita perlu menjelaskan keunggulan layanan secara sederhana dan relevan melalui media yang mereka gunakan seperti kita mengunaka instrgram dan tiktok. Selain itu, persaingan juga cukup ketat ya, apalagi dengan banyaknya institusi pendidikan yang menawarkan klaim serupa.</p>	
5	Homeschooling		<p>Fleksibilitas Kurikulum</p> <p>Fery</p> <p>- Apa saja keunggulan dan kekurangan homeschooling dibandingkan dengan sistem pendidikan formal tradisional dalam konteks Indonesia?</p>	<p>Oke, kalo bicara dalam konteks Indonesia Homeschooling itu sebenarnya banyak keunggulan. Salah satunya adalah fleksibilitas waktu. Anak-anak bisa belajar sesuai jadwal yang mereka rasa nyaman, terutama kalau mereka punya kesibukan lain seperti lomba atau olahraga. Selain itu, pendekatan pembelajarannya lebih personal. Materi bisa disesuaikan dengan gaya belajar anak, jadi mereka bisa lebih fokus. Dan urikulumnya juga fleksibel, jadi bisa disesuaikan dengan kebutuhan keluarga. Di era sekarang, homeschooling lebih mudah memanfaatkan teknologi, jadi anak-anak bisa belajar dari sumber mana pun, gitu si kak.</p>	-
			<p>Pengawasan Personal</p> <p>Fery</p> <p>- Bagaimana peran orang tua dalam mendukung keberhasilan program homeschooling, khususnya dalam pembelajaran berbasis digital?</p>	<p>kalo kita membahas seberapa penting tentu sangat penting ya terutama sebagai pendamping. Dan orangtua juga ikut terlibat gitu ya ka terutama menjadi rekan belajar. Kadang, diskusi dengan anak soal materi yang sedang dipelajari bisa membantu mereka lebih memahami. Selain itu, orang tua harus memastikan anak tidak terlalu bergantung pada teknologi. Dengan itu ee program yang di ambil dalam sekolah homeschooling dapat berjalan lebih optimal gitu.</p>	-

		<p>Kegiatan Praktik dan Keterampilan</p> <p>Rara</p> <p>- Bagaimana homeschooling dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan saat ini?</p>		<p>kalo itu si iya si kak kaya yang tadi aku sampein juga ya kalo homeschooling kita kan program nya banyak ya mungkin kalo di homeschooling lain itu Cuma ada distance learning tapi klo di kita ada distance learning, distance learning tunggal ada komunitas online jadi sebetulnya karena program kita ini banyak dan semua nya itu juga di sesuaikan dengan kebutuhan siswa dan anak nya apa ya itu tadi kalo mislanya teknologi itu mereka bawa tab sendiri pake tab kalo di komunitas online kan jarak jauh itu pasti udah pake laptop dll jadi kita itu enak karena kita sudah menyesuaikan teknologi dan system apa ya system informasi nya itu ee semua nya itu eee secara online jadi maksud nya terinput nya secara online. Peserta didik juga kan kalo belajar itu juga tugas tugas nya di input sama tutor lewat google class room dan menyesuaikan kebutuhannya kaya mereka juga gaya belajar nya sendiri dan kita menyesuaikan dengan program gitu jadi kita bisa online bisa dateng juga dan pembelajaran nya bisa dimana aja.</p>
--	--	--	--	--

Lampiran 13. Selective Coding

1. Latar Belakang Informan

a. Informan 1

Dalam penelitian ini, informan pertama bernama Fery Citra Febriyanto, yang akrab dipanggil Kak Fery, berusia 33 tahun dan berjenis kelamin laki-laki. Ia merupakan lulusan Universitas Islam Indonesia dengan program studi Manajemen. Saat ini, ia bekerja sebagai Content Marketing Manager, sebuah posisi yang telah dijalani selama kurang lebih 6 tahun. Dalam pekerjaannya, Fery memiliki pengalaman yang luas dalam strategi pemasaran konten untuk mendukung berbagai kampanye digital.

b. Informan 2

Selanjutnya, Informan kedua bernama Zahra Fadillah Putri, yang akrab dipanggil Kak Rara, berusia 25 tahun dan berjenis kelamin perempuan. Ia berdomisili di Tangerang Selatan dan saat ini bekerja sebagai Staff Public Relations di Sekolah Kak Seto. Zahra telah menjalani profesi tersebut selama kurang lebih 2,5 tahun. Dalam perannya, ia bertanggung jawab mengelola akun media sosial sekolah serta mengatur berbagai acara yang melibatkan kerja sama dengan pihak eksternal.

2. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital

a. Perencanaan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto dirancang untuk mendukung peningkatan jumlah peserta didik baru. Proses ini mencakup pengaturan jadwal, penentuan target audiens, serta pemilihan materi yang akan dipublikasikan dengan mempertimbangkan tren yang ada. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama dalam konteks pendidikan yang fleksibel dan berbasis teknologi.

Fery Citra Febriyanto, sebagai informan pertama, menjelaskan bahwa dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran, tim Homeschooling Kak Seto mengatur berbagai elemen penting, seperti jadwal, target, dan materi yang akan dipublikasikan. Pendekatan ini disesuaikan dengan tren yang sedang berkembang, terutama yang berkaitan dengan pembelajaran daring yang semakin diminati pasca pandemi.

“Oke, bicara tentang konsep bagaimana konsep tersebut dirancang untuk bisa, dilihat dalam penerimaan siswa baru kita fokus pada, sebenarnya gini dalam konteks komunikasi pemasaran kita punya eee apa namanya schedule kita juga punya target, kita juga punya bahan apa yang kita publish di sesuaikan dengan trend yang ada, kalo kita flashback kemarin pada pasca pandemic sebagai contoh memang kita memang mencoba tekankan pada public pembelajaran secara daring gitu ya. Konsep pemasaran yang kita coba gunakan ya itu bagaimana fleksibilitas belajar dan juga bagaimana siswa itu tetap bisa richout mereka punya mater mereka punya fleksibilitas namun tetap pada kemas Pendidikan yang eee relevan untuk mereka dalam konteks hal ini Pendidikan yang lebih baik,” jelas Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Fery menambahkan bahwa strategi pemasaran ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa Homeschooling Kak Seto memberikan fleksibilitas dalam proses pembelajaran, sehingga siswa dapat belajar dengan cara yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk terus menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan jumlah peserta didik baru.

- b. Homeschooling Kak Seto mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran digital dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru. Dengan menyesuaikan konten yang dipublikasikan sesuai dengan keunggulan dan target pasar masing-masing program, mereka dapat menyampaikan pesan yang relevan dan menarik bagi calon peserta didik.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa strategi pemasaran digital Homeschooling Kak Seto difokuskan pada menonjolkan keunggulan masing-masing program dan menyesuainya dengan target audiens yang spesifik. Menurutnya, konten yang dipublikasikan di media sosial disesuaikan dengan isu yang relevan dan kebutuhan calon peserta didik, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih tepat sasaran.

“Oke, kalo meningkatkan eee biasanya si kita up lagi balik lagi apa yang menjadi keunggulan kita di setiap program bukan hanya di setiap unit, soalnya di setiap program punya keunggulan masing masing dan pasti setiap program punya target masing masing, nah kita sesuaini lagi oh target pasar nya ini brarti yang kita up konten nya menyesuaikan sama itu si kak jadi di tengah tengah antara eee isu yang ada di calon customer yang solusinya itu ada di sekolah kak seto nah gitu yang jadi konten kita,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra menambahkan bahwa setiap program memiliki fokus yang berbeda, sehingga strategi pemasaran pun disesuaikan dengan isu yang sedang berkembang. Dengan demikian, Homeschooling Kak Seto dapat menyampaikan solusi yang relevan bagi calon peserta didik melalui konten yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.

- c. Tantangan dalam menjalankan strategi pemasaran digital tidak terhindarkan, terutama ketika berhadapan dengan audiens yang memiliki jadwal dan preferensi yang berbeda. Bagi Homeschooling Kak Seto, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana menyampaikan pesan pemasaran yang tepat pada waktu yang tepat, khususnya untuk orang tua calon peserta didik yang memiliki keterbatasan waktu.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa salah satu tantangan terbesar dalam menjalankan strategi pemasaran digital adalah menentukan waktu yang tepat untuk memposting konten, mengingat orang tua calon peserta didik memiliki jadwal yang padat. Menurutnya, untuk memastikan pesan yang disampaikan sampai ke audiens, mereka harus sangat memperhatikan waktu ketika orang tua memiliki waktu luang atau "free time" agar informasi dapat diterima dengan efektif.

“Pastinya klo tantangan itu kalo kita tuh ngeliatnya kan kalo sosmed itu waktu ya, kaoan nih orangtua bisa ngeliat traffic, kita kan mau sampaikan ini ke orangtua kita harus menyesuaikan banget sama waktu orangtua di jam jam free time nya itu kapan si, supaya informasi nya itu dapat sampai ke mereka waktu mereka free time, hay traffic nya itu dimana,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra juga menyoroti pentingnya menyampaikan konten yang singkat namun tetap efektif, mengingat sebagian besar orang tua memiliki waktu yang terbatas. Dengan pendekatan ini, mereka berharap dapat menyampaikan pesan dengan cara yang efisien dan tepat sasaran.

- d. Evaluasi terhadap penggunaan media sosial dan website Homeschooling

Kak Seto menunjukkan bahwa meskipun platform digital telah memberikan dampak yang signifikan, ada tantangan tertentu dalam memaksimalkan efektivitasnya. Berdasarkan evaluasi implementasi strategi digital, media sosial, terutama Instagram, dianggap sebagai platform yang paling efektif dalam menarik minat calon peserta didik baru. Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menyatakan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sangat efektif dalam menarik perhatian calon peserta didik baru. Menurutnya, hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua mendapatkan informasi tentang Homeschooling Kak Seto melalui Instagram, yang menjadi platform utama untuk menyebarkan informasi.

“Kalo seberapa efektif, efektif banget ya kak. Misalnya digital marketing, apalagi kalo di kita platform yang paling efektif itu ada di memang yang pertama itu ada di Instagram karena kita ada surveinya dari mana orangtua dapetin informasi sekolah kak seto ini memang yang paling besar instagram,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Namun, Zahra juga mencatat tantangan yang dihadapi dalam menyesuaikan konten pendidikan dengan tren yang sedang viral di media sosial. Menurutnya, meskipun konten Homeschooling Kak Seto bersifat lebih berbobot dan informatif, kesulitan muncul dalam mengikuti tren yang sedang viral tanpa mengorbankan kualitas pesan yang disampaikan. Untuk itu, mereka terus beradaptasi agar konten yang disajikan tetap relevan dengan audiens.

“Cuma memang dari ya karena kita pendidikan kita gabisa nih sangat amat menyesuaikan trend saat ini, kita itu harus punya bahasa sendiri maksudnya bahasa yang KBBI yang lebih semi formal jadi bersaing nya dengan konten konten yang mungkin viral tapi belum ada isinya nih,” tambah Zahra.

Mengenai website, Zahra menyampaikan bahwa saat ini website Homeschooling Kak Seto masih dalam tahap pengembangan, yang membuatnya kurang efektif dibandingkan media sosial. Namun, website ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang lebih holistik di masa depan.

“Website sendiri itu sebetulnya kalo sekarang kurang efektif ya karena kita masih gonta-ganti domain dan masih dikembangkan sama tim IT,” jelas Zahra.

3. Digital Marketing

a. Penggunaan digital marketing di Homeschooling Kak Seto memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru. Baik melalui pemasaran organik maupun iklan berbayar, strategi ini terbukti memberikan dampak signifikan dalam memperkenalkan program pendidikan mereka ke masyarakat luas.

Fery Citra Febriyanto, sebagai informan pertama, memberikan penilaian yang sangat positif terhadap efektivitas digital marketing dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru di Homeschooling Kak Seto. Ia memberikan nilai 8 dari 10 untuk digital marketing, mengingat dampak yang sudah dirasakan meskipun masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut.

“Oke, kalo itungan rate nya dari 1 sampai 10 itu ada di angka 8, kenapa ada di

angka 8 karena kita kan memaungi dari semua cabang yang ada di Kak Seto ini ya jadi masuk lah pada angka 8 ini karena sudah cukup sesuai gitu ya kak,” jelas Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Menurut Fery, salah satu alasan utama mengapa digital marketing dianggap sangat berpengaruh adalah karena adanya peningkatan jumlah peserta didik yang dapat dilihat dari hasil evaluasi yang dilakukan. Homeschooling Kak Seto juga menggunakan Key Performance Indicators (KPI) untuk mengukur keberhasilan kampanye digital mereka, yang semakin menunjukkan pentingnya peran digital marketing, terutama selama pandemi. Ia menambahkan, “Digital marketing sangat berpengaruh ya ka, tentu nya, dan kenapa kita kasih nilai 8/10 karena kita melihat peningkatan yang ada serta dari hasil evaluasi kita lagi lagi kita mengukur hal tersebut salah satu nya menggunakan KPI.”

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, juga menegaskan pentingnya digital marketing, terutama dengan adanya persaingan yang semakin ketat di pasar pendidikan. Menurutnya, pemasaran organik saja tidak cukup untuk menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga diperlukan tambahan strategi melalui iklan berbayar dan promosi lainnya.

“Penting banget sih ya Hana ya, digital marketing apalagi sekarang kan juga banyak banget kan competitor kita. Based on organic aja sebenarnya kita kurang ini yah, kurang maksimal,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025). Zahra juga menjelaskan bahwa iklan berbayar (ads) dan event-event yang diselenggarakan menjadi bagian dari upaya untuk menarik perhatian calon peserta didik baru, yang tidak dapat dicapai hanya dengan konten organik. Ia menambahkan, “Pastinya kita juga ada ads yang dipegang oleh rekan-rekan aku juga ada adsnya ada promotionnya juga, terus juga ada eventnya.”

b. Menentukan platform digital yang paling efektif untuk pemasaran merupakan langkah penting bagi Homeschooling Kak Seto untuk memastikan bahwa sumber daya yang dikeluarkan untuk pemasaran dapat memberikan hasil yang optimal. Dalam hal ini, kedua informan mengungkapkan pendekatan yang berbeda namun saling melengkapi untuk mengevaluasi efektivitas platform yang digunakan dalam menarik peserta didik baru.

Fery Citra Febriyanto, sebagai informan pertama, menjelaskan bahwa efektivitas platform digital diukur berdasarkan indikator yang dapat memberikan feedback yang jelas, seperti konversi dari iklan yang dijalankan. Menurutnya, evaluasi dilakukan dengan mengukur Return on Ad Spend (ROAS), yang memberikan gambaran mengenai seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh masing-masing platform.

“Ya dibilang efektif itu kan ada indikator ya kak hana ya pada dasarnya kita akan menentukan efektif itu hanya jika dari beberapa channel channel ataupun digital tadi itu bisa memberikan feedback. Seperti itu contoh misalkan kalau sudah menggunakan ads, google ads ataupun Instagram ads atau sosial media ads seperti itu ya yang akhirnya memberikan kontribusi yang menyumbang siswa terbanyak itu area dimana,” jelas Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Fery melanjutkan bahwa apabila platform tersebut memberikan hasil yang optimal, maka platform tersebut dianggap efektif dan layak digunakan

lebih lanjut. “Seberapa besar yang pengen diexpand untuk kita gunakan platform tersebut, kita akan hitung menggunakan ROAS gitu oh ternyata dari ROAS yang paling optimal menggunakan platform ini maka katakanlah sosial media, gunakan sosial media d Instagram hal tersebut yang menjadi ukuran bahwasannya platform ini adalah yang cukup efektif,” tambahnya.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, juga menggunakan pendekatan berbasis data untuk menentukan platform yang efektif. Ia menjelaskan bahwa survei kepada calon peserta didik menjadi salah satu cara untuk mengidentifikasi dari mana mereka mengetahui tentang Homeschooling Kak Seto.

“Oke, nah kalo kita tuh kan pasti tujuannya pasti untuk narik calon peserta didik ya kayak pastinya untuk supaya makin banyak customer lah istilahnya. Nah supaya bisa liatnya tentunya kita liat dari kita ada survei kak, kalo misalnya nanti masuk CPD itu tau tentang ini sekolah kak seto nah biasanya mereka ngisi survei nih, tau sekolah kak seto dari mana,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra menjelaskan bahwa berdasarkan hasil survei, mereka bisa melihat platform mana yang paling banyak digunakan oleh calon peserta didik untuk mengetahui informasi tentang Homeschooling Kak Seto. “Biasanya sih yang paling besar itu Instagram itu karena dari Instagram, itu bisa dipegang kak CS ya dari Instagram biasanya kita lempar juga biasanya dari dm, komen, kita lempar tuh ke CS,” tambah Zahra.

- c. Dalam upaya untuk memaksimalkan strategi pemasaran digital, Homeschooling Kak Seto memanfaatkan berbagai platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pemilihan platform ini didasarkan pada karakteristik audiens dan efektivitas masing-masing platform dalam menyampaikan pesan.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa Homeschooling Kak Seto menggunakan beberapa platform digital utama dalam strategi pemasaran mereka. Platform-platform ini dipilih untuk mengoptimalkan jangkauan informasi kepada calon peserta didik dan orang tua.

“Oke, itu tuh kalau ngarah sosmednya tuh kita ada Instagram, pastinya ada youtube juga ada website juga terus kayaknya sih itu ya yang paling ini. TikTok juga ada, oh iya ada tiktok juga. Jadi 4 yang paling utama itu sih Kak,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra menekankan bahwa Instagram, YouTube, website, dan TikTok adalah empat platform yang paling sering digunakan dalam upaya pemasaran digital Homeschooling Kak Seto. Keempat platform ini memberikan fleksibilitas dalam menyampaikan berbagai jenis konten yang relevan bagi audiens.

- d. Tinjauan awal dan penetapan sasaran yang spesifik, terukur, dan relevan sangat penting dalam implementasi strategi digital marketing untuk memastikan keberhasilan pemasaran. Dengan menetapkan tujuan yang jelas dan indikator kunci yang tepat, Homeschooling Kak Seto dapat mengarahkan upaya mereka secara lebih efisien untuk mencapai target yang diinginkan.

Fery Citra Febriyanto, sebagai informan pertama, menjelaskan bahwa penetapan sasaran yang spesifik dan terukur sangat memengaruhi keberhasilan strategi digital marketing. Menurutnya, dengan menggunakan

prinsip SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound), Homeschooling Kak Seto dapat merancang strategi yang lebih efektif dan memastikan pencapaian tujuan yang lebih terukur.

“Oke, eee itu kan sasaran spesifikasi yang teukur ya kak brarti SMART dalam implementasi digital marketi tentu saja hal tersebut sangat berpengaruh ya keberhasilannya dari strategi yang sebelumnya di rancang dan balik lagi kalo mengenai indicator atau kunci utamanya yaitu kita harus dapat memastikan kebutuhan apa yang sebenarnya di perlukan oleh customer dan calon siswa balik lagi ke richout kita untuk mencapai tujuan tersebut jadi lebih ke perencanaan untuk menetapkan siapa sasaran kita di mulai dari hal itu si eee kak kurang lebih,” ungkap Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Fery menekankan pentingnya perencanaan yang matang dalam menentukan siapa target sasaran dan bagaimana cara mencapai tujuan tersebut dengan memastikan kebutuhan calon peserta didik yang relevan.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menambahkan bahwa untuk mencapai keberhasilan dalam digital marketing, Homeschooling Kak Seto harus memahami audiens dengan baik, termasuk karakteristik orang tua dan durasi yang sesuai untuk menyampaikan informasi. Hal ini membantu menyesuaikan strategi konten agar lebih efektif.

“Oke, apa kalo indicator nya itu pasti kita harus paham dulu seperti audiens nya itu seperti apa, kurang lebih calon apa nama nya customer itu seperti apa dan kita kan punta target pasar ya dan itu di sesuaikan dengan itu dan pelanggan nya seperti apa durasinya, yang tadi nya seperti yang orang tua nya sibuk kita harus sesuaikan brarti segimana durasi nya dan juga isi informasi nya apa aja gitu kurang lebih si kak untuk kunci keberhasilan itu sendiri di lihat dari balik lagi apakah kita mencapai tujuan yang ingin di tuju atau tidak gitu si paling kak, dan kita juga kan ada survei sebuah indicator yang menjadi keberhasilan salah satu nya si yaitu ka ee seberapa banyak feedback yang di berikan audiens gitu,” jelas Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra juga menyebutkan pentingnya melakukan survei untuk mengukur feedback audiens sebagai indikator keberhasilan strategi yang diterapkan.

- e. Analisis internal dan eksternal memainkan peran penting dalam membantu Homeschooling Kak Seto memahami posisi strategisnya di pasar dan menghadapi persaingan. Dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan internal serta memantau kondisi eksternal, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada, serta menyusun strategi yang lebih efektif untuk menghadapi kompetisi.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa analisis internal dilakukan dengan menilai kualitas tenaga pengajar, keunggulan fasilitas, serta reputasi dan prestasi alumni. Menurutnya, evaluasi internal ini penting untuk memahami sejauh mana lembaga pendidikan tersebut telah berkembang, serta untuk mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki atau dikembangkan.

“Kalo internal nya pasti karena kan kita dari apa nama nya dari Lembaga Pendidikan kan ya kita kan ada tenaga pengajar ya kita lihat dan test dulu

kualitas tenaga pengajar kita tutor kita seperti apa terus keunggulan keunggulanya tuh kita liat dlu seperti apa terus fasilitasnya terus kita juga bisa lihat dari alumnireputasi prestasi kita mode pembelajaran mode kurikulumnya seperti apa itu kita analisis dlu seperti apa kita reserch dulu di internal kita seperti apa ni gitu karna kalo misalnya kita udah tau ee nah itu bisa jadi informasi ke luar kan buat jadi branding ke luar,” ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra juga menambahkan bahwa survei kepuasan pelanggan dilakukan secara rutin untuk mengevaluasi berbagai aspek, seperti fasilitas, kurikulum, dan kualitas pengajaran. Hasil survei ini kemudian digunakan untuk memperbaiki dan menonjolkan keunggulan lembaga di mata publik.

“Kalo misalnya kita udah tau ee nah itu bisa jadi informasi ke luar kan buat jadi branding ke luar. iya kalo internalnya itu jadi kita lihat dulu kira-kira kita tuh sebagai Lembaga Pendidikan tuh udah sejauh mana, nah biasanya kita juga suka ada reserch persemesternya itu melalui survei kepuasan pelanggan, survei kepuasan pelanggan ini biasanya ada dua ini bisa lewat kuesioner atau kita telfon juga, kalo dari telfon itu biasanya ada kondisi kondisi urgent biasanya jadi kita turun langsung ke orangtua,” tambah Zahra.

Untuk analisis eksternal, Zahra menjelaskan bahwa mereka juga melakukan riset terhadap pesaing untuk memahami bagaimana Homeschooling Kak Seto dapat bersaing dalam hal harga, metode pembelajaran, dan layanan pelanggan. Ia menyebutkan bahwa meskipun banyak pesaing, mereka juga bekerja sama dengan beberapa di antaranya, menciptakan peluang kolaborasi yang saling menguntungkan.

“Terus kalo pesaing itu dulu pernah ada reserch competitor itu kan udah banyak ya kaya sekarang daerah Bintaro itu misalnya systemnya kaya cari tau si tentang pesaing pesaing, kalo dari orangtua kan biasanya lihat dari harga ya kaya formulir, pembayarannya seperti apa terus pembelajarannya seperti apa bagaimana pendekatan customer servicenya jadi kita banyak lakukan riset untuk pesaing pesaing itu tapi kita juga karena homeschooling kan ya kita juga ada kerja sama dengan competitor kita, jadi misalnya ada homeschooling apa yaa jadi kaya sempet dari sekolah mereka gabisa nih mereka mengarahkan ke kita gitu, jadi walaupun tetep competitor ada salah satu keunggulan kita yang ga di punyai orang lain begitupun sebaliknya,” jelas Zahra.

- f. Evaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran sangat penting bagi Homeschooling Kak Seto untuk memastikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dapat mendukung tujuan bisnis mereka. Metode yang digunakan untuk mengevaluasi ini berfokus pada interaksi media sosial, kepuasan pelanggan, serta retensi peserta didik. Dengan cara ini, mereka dapat memantau kinerja tim pemasaran dan sumber daya yang ada dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa untuk mengevaluasi efektivitas sumber daya perusahaan dan kinerja tim pemasaran, mereka menggunakan beberapa metode. Salah satunya adalah mengukur interaksi di media sosial melalui engagement rate dan leads, serta menghitung persentase orang tua yang tidak hanya mendapatkan informasi melalui digital marketing, tetapi juga mendaftar sebagai peserta didik. Mereka juga menggunakan KPI untuk memantau hasil dari setiap

kampanye.

"Untuk metode-nya kita kalo social media ngeliatnya dari interaksinya, itu dari inside engagement dan leads, terus nanti juga presentase dari leads itu sebanyak apa," jelas Zahra.

Selain itu, mereka juga menggunakan survei kepuasan pelanggan sebagai metode untuk mengevaluasi sumber daya perusahaan, karena sebagai lembaga pendidikan berbasis jasa, feedback dari pelanggan (orang tua) sangat penting. Mereka juga memantau tingkat retensi peserta didik, melihat berapa banyak yang tetap bertahan dan berapa banyak yang mendaftar setiap bulan.

"Kita bisa lihat juga seberapa banyak peserta didik yang bertahan," tambah Zahra.

g. Mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengatasi tantangan yang muncul di tengah perubahan tren konsumen dan teknologi adalah aspek penting bagi Homeschooling Kak Seto untuk tetap relevan dan kompetitif. Perusahaan ini memanfaatkan fleksibilitas metode pembelajaran dan penerapan teknologi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut, serta menanggapi kebutuhan siswa yang terus berkembang.

Zahra Fadillah Putri menjelaskan bahwa perubahan tren, seperti pandemi COVID-19, mempengaruhi banyak aspek dalam pendidikan. Namun, Homeschooling Kak Seto dapat menghadapinya dengan mudah karena mereka sudah menerapkan sistem pembelajaran jarak jauh yang fleksibel. Mereka menawarkan berbagai metode pembelajaran, termasuk pembelajaran tatap muka, jarak jauh, dan juga tutor yang dapat datang ke rumah siswa. Hal ini memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan perubahan situasi.

"Misalnya kaya COVID pandemic, orang-orang pindah ke jarak jauh. Nah, kalo di sekolah Kak Seto kan kita kan emang sistem jarak jauh punya, terus sistem datang ke sekolah juga bisa, tutor datang ke rumah pun bisa," jelas Zahra.

Teknologi juga memainkan peran penting dalam mendukung metode pembelajaran mereka. Dengan adanya program distance learning yang dapat diakses dari mana saja, Homeschooling Kak Seto dapat menjangkau lebih banyak calon peserta didik, baik di dalam maupun luar daerah. Ini memberikan peluang pasar baru yang lebih luas, dengan berbagai cara yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing siswa.

"Teknologi juga sama, kita kan ada program distance learning dan tunggal, dan itu bisa diakses darimana aja," tambah Zahra.

h. Merancang strategi yang terintegrasi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi adalah kunci kesuksesan dalam setiap bisnis, termasuk dalam Homeschooling Kak Seto. Dalam proses ini, perencanaan yang matang, kolaborasi antar tim, dan pemantauan yang rutin menjadi elemen penting yang mendukung efektivitas pencapaian tujuan.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa untuk merancang strategi yang terintegrasi, langkah pertama yang harus dilakukan adalah memiliki perencanaan yang jelas dan terperinci. Selain itu, melibatkan semua pihak yang terkait dalam organisasi sangat penting untuk membangun komitmen awal dan memastikan tujuan bersama tercapai. Fery juga menekankan

pentingnya pemantauan berkala untuk mengidentifikasi dan mengatasi hambatan yang mungkin muncul selama pelaksanaan strategi. Hal ini memastikan bahwa setiap masalah yang timbul dapat diselesaikan bersama-sama.

"Elemen yang kita punya seperti awal perencanaan yang jelas dan terperinci. Kita juga untuk ini melibatkan orang-orang terkait untuk membangun komitmen awal dan tujuan kita," jelas Fery.

Dengan pendekatan yang terorganisir ini, strategi yang terintegrasi dapat dijalankan secara efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi.

- i. Untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan, setiap langkah perlu disusun dengan cermat. Proses ini mencakup perencanaan yang detail, komunikasi yang efektif, serta pemantauan yang rutin untuk mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa dalam implementasi taktik, hal pertama yang perlu dilakukan adalah memastikan perencanaan yang sangat detail dan rinci. Setiap taktik harus disusun dengan tujuan yang jelas, dan alokasi sumber daya yang tepat juga sangat mempengaruhi hasil yang diharapkan. Fery juga menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam tim, karena hal ini sangat berperan dalam memastikan setiap anggota tim bekerja menuju tujuan yang sama.

"Selain itu, komunikasi yang efektif juga menjadi salah satu peran yang perlu dipahami karena untuk mencapai tujuan tersebut," ungkap Fery.

Selain itu, Fery menambahkan bahwa evaluasi dan pemantauan secara berkala juga diperlukan untuk memastikan implementasi berjalan sesuai rencana. Dengan pemantauan ini, hambatan yang muncul bisa segera diatasi, dan taktik yang diterapkan dapat tetap mengarah pada hasil yang diinginkan.

- j. Untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana dan mencapai hasil yang diharapkan, setiap langkah perlu disusun dengan cermat. Proses ini mencakup perencanaan yang detail, komunikasi yang efektif, serta pemantauan yang rutin untuk mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa dalam implementasi taktik, hal pertama yang perlu dilakukan adalah memastikan perencanaan yang sangat detail dan rinci. Setiap taktik harus disusun dengan tujuan yang jelas, dan alokasi sumber daya yang tepat juga sangat mempengaruhi hasil yang diharapkan. Fery juga menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dalam tim, karena hal ini sangat berperan dalam memastikan setiap anggota tim bekerja menuju tujuan yang sama.

"Selain itu, komunikasi yang efektif juga menjadi salah satu peran yang perlu dipahami karena untuk mencapai tujuan tersebut," ungkap Fery.

Selain itu, Fery menambahkan bahwa evaluasi dan pemantauan secara berkala juga diperlukan untuk memastikan implementasi berjalan sesuai rencana. Dengan pemantauan ini, hambatan yang muncul bisa segera diatasi, dan taktik yang diterapkan dapat tetap mengarah pada hasil yang diinginkan.

Zahra Fadillah Putri menyatakan bahwa untuk memastikan implementasi taktik berjalan sesuai rencana, perencanaan yang matang adalah langkah pertama

yang harus dilakukan. Zahra juga menekankan pentingnya pemantauan berkala untuk memastikan bahwa taktik yang diterapkan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Pemantauan ini juga berguna untuk mendeteksi potensi hambatan yang dapat mempengaruhi pencapaian hasil yang diharapkan.

"Untuk mencapai hasil yang diinginkan, perlu adanya komunikasi yang efektif dan evaluasi yang dilakukan secara rutin," kata Zahra.

Zahra menambahkan bahwa setiap anggota tim perlu memahami peranannya dalam mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, kolaborasi antar anggota tim menjadi sangat penting untuk kesuksesan implementasi taktik yang direncanakan.

k. Hasil evaluasi merupakan bagian penting dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital yang telah dilakukan. Dengan mengevaluasi taktik yang sudah diterapkan, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan merancang langkah-langkah yang lebih efektif untuk mencapai tujuan bisnis di masa depan.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa hasil evaluasi digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital di periode berikutnya. Setiap kendala yang dihadapi selama periode sebelumnya dievaluasi untuk memastikan bahwa taktik yang diterapkan bisa lebih efektif ke depannya. Fery memberikan contoh, jika biaya iklan terlalu rendah atau jangkauan kurang luas, hal ini akan menjadi fokus untuk diperbaiki di semester berikutnya. Evaluasi juga mencakup analisis mengapa meskipun jangkauan lebih luas, pendaftaran peserta masih sedikit, dan apakah ada faktor lain seperti waktu yang tidak sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

"Kalau mau bikin event, oh bulan ini emang gak sesuai nih, memang bulan liburan tapi bulannya misalnya udah ada planning yang lain," ungkap Fery.

Fery menekankan pentingnya riset untuk menyesuaikan taktik pemasaran dengan kondisi pasar yang ada. Hasil evaluasi ini memungkinkan tim untuk melakukan penyesuaian yang tepat agar strategi yang diterapkan lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Informan kedua menjelaskan bahwa evaluasi dilakukan setiap semester melalui forum diskusi untuk menilai hasil dari semester sebelumnya. Dalam diskusi tersebut, tim mengevaluasi konten yang sudah berhasil, serta apakah pesan yang disampaikan sudah sampai dengan baik ke audiens, terutama orang tua. Jika ada konten yang terbukti efektif, maka akan dilanjutkan, sementara konten yang kurang berhasil akan dihentikan. Selain itu, Informan 2 juga menyebutkan pentingnya mengevaluasi kolaborasi yang telah dilakukan, seperti kerja sama dengan influencer, untuk menentukan apakah hal tersebut perlu diperluas atau diubah.

"Kita lihat lagi kira-kira dalam semester kedepan itu yang sudah dihasilkan dari semester sebelumnya mana yang memang bagus untuk dilanjutkan lagi dan mana yang harus distop," ungkap Informan 2.

Informan 2 menambahkan bahwa evaluasi yang rutin ini membantu tim merancang strategi yang lebih baik untuk semester berikutnya, dengan memperhatikan faktor-faktor yang telah berhasil dan menyesuaikan dengan tren pasar yang baru.

- l. Penggunaan data historis sangat penting dalam perencanaan strategi untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil berdasarkan informasi yang akurat dan relevan. Dengan menganalisis data historis, Homeschooling Kak Seto dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan mengoptimalkan strategi pemasaran dan layanan mereka untuk mencapai tujuan yang lebih baik di masa depan.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa Homeschooling Kak Seto menggunakan data historis untuk mengintegrasikan dan merencanakan strategi yang lebih baik. Mereka memiliki bank data terkait siswa dan aktivitas pemasaran, yang memungkinkan tim untuk mengkaji dan menganalisis hasil-hasil sebelumnya. Dengan melihat histori yang telah dilakukan, tim dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan dievaluasi lebih lanjut. Fery menambahkan bahwa analisis ini juga membantu dalam mengukur tingkat keberhasilan setiap bulan dan membuat perbaikan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

"Data historis itu penting untuk mengkaji area mana saja yang harus di-improve dan area mana saja yang perlu dievaluasi," ungkap Fery. (Wawancara, 15 Januari 2025)

Informan kedua Zahra, menjelaskan bahwa data yang digunakan dalam perencanaan strategi di Homeschooling Kak Seto berasal dari berbagai sumber, termasuk leads yang diperoleh melalui platform media sosial seperti DM (Direct Message) dan nomor WhatsApp yang diberikan oleh calon siswa atau orang tua. Data tersebut kemudian diproses dan dianalisis oleh tim marketing dan customer service untuk memahami lebih lanjut kebutuhan dan keinginan audiens. Meskipun tidak dijelaskan lebih rinci tentang penggunaan data historis, Informan 2 menekankan bahwa pengolahan data ini sangat penting untuk mendukung promosi dan komunikasi yang lebih efektif dengan audiens.

"Data-data itu kita ambil pastinya, kalo aku juga mungkin dari yang leads aku tuh dari dm, leads-nya yang masuk tuh nanya apa aja," ungkap Informan 2. (Wawancara, 15 Januari 2025)

- m. Mengukur efektivitas strategi pemasaran digital sangat bergantung pada indikator yang jelas dan terukur. Indikator ini dapat bervariasi, namun pada dasarnya mencakup aspek seperti engagement, konversi, dan jangkauan yang dapat menunjukkan seberapa baik strategi tersebut dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa indikator keberhasilan utama dalam mengukur efektivitas strategi pemasaran digital adalah melalui survei kepada orang tua. Mereka akan ditanya dari mana mereka mendapatkan informasi mengenai layanan yang ditawarkan. Jika informasi tersebut berasal dari artikel yang dipublikasikan di portal berita atau website, maka strategi dianggap berhasil jika artikel tersebut banyak dibaca dan memberikan dampak positif, yaitu banyak orang tua yang akhirnya mengetahui informasi tersebut melalui website.

"Oke, hal yang sama sebenarnya kita nanti ada orang tua kita survei, dapet informasi dari mana? Oh, dapet informasi dari website, oh dapet informasi dari artikel yang sudah kita publish dari portal berita yang mengarah ke website kita gitu sih. Jadi dikatakan berhasil hanya jika katakanlah artikel tadi dibaca banyak orang, kita survei banyak orang tua yang pada akhirnya dapet gara-gara apa? Gara-gara informasi website seperti itu sih," ungkap

Fery. (Wawancara, 15 Januari 2025)

Zahra menjelaskan bahwa untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran digital, mereka menganalisis performa konten setiap bulannya. Zahra mengungkapkan bahwa mereka melihat konten mana yang paling populer atau "top content" dan apa yang membuatnya berhasil. Jika suatu konten tidak mendapatkan respons yang diinginkan, maka konten tersebut tidak akan dilanjutkan. Zahra juga menekankan pentingnya memasukkan elemen yang dapat meningkatkan daya tarik audiens, seperti menampilkan Kak Seto dalam video atau foto.

"Oh iya, kita liat dari analisis sih tadi, ya kan analisis itu biasanya aku tuh per bulan ada tuh konten mana yang paling top, kontennya apa. Oh top kontennya ini, oh yang kurangnya apa, oh berarti yang gini-gini tuh kita singkirin, gitu maksudnya nggak usah dilanjutin lagi untuk kontennya dibuatnya, misalnya eee cheerful nih berarti yang paling kena cheerful, oh yang ada Kak Seto nih di dalam kelas, oh berarti nanti kalo bisa entah jadi thumbnail entah cuma di akhir gitu kalo bisa ada Kak Setonya. Misalnya kayak gitu sih kak, kita juga pasti ngeliat mana yang paling oke," ungkap Zahra. (Wawancara, 15 Januari 2025)

- n. Evaluasi dan peningkatan strategi komunikasi pemasaran digital merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa pendekatan yang diambil dapat memenuhi tujuan yang telah ditetapkan. Dengan menganalisis data dan hasil dari berbagai platform, Homeschooling Kak Seto dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian yang diperlukan agar strategi mereka semakin efektif.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa untuk mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran digital, mereka melakukan pertemuan rutin menjelang akhir semester untuk mengevaluasi strategi jangka pendek. Mereka mengumpulkan data yang ada, termasuk hasil riset dan survei dari orang tua. Fery menambahkan bahwa mereka juga mengkaji anggaran yang telah dikeluarkan, seperti budget iklan, dan mengevaluasi apakah pendapatan yang diperoleh dari siswa dapat mengimbangi biaya yang telah dikeluarkan. Selain itu, mereka juga melihat apakah konten yang mereka buat sesuai dengan tren yang sedang berlangsung.

"Oke, bagaimana mengevaluasi, kita melihat biasanya menjelang akhir semester gitu ya, kita atur meeting strategi jangka pendek kita akan mengumpulkan semua data yang kita punya, mengumpulkan juga hasil riset juga survei bersama orang tua. Katakanlah kita menggunakan budget ads sekian juta rupiah, kita lihat apakah dari budget yang kita keluarkan ini kita bisa menciptakan optimal pendapatan yang ada dari siswa seperti itu. Kemudian secara konten, apa konten tadi itu atau yang kita miliki sesuai dengan tren saat ini yang memang sedang happening. Begitu sih kak, konteks strategi kita sebelum UAS," ungkap Fery. (Wawancara, 15 Januari 2025)

Zahra menjelaskan bahwa evaluasi dan peningkatan strategi dilakukan dengan menganalisis setiap platform secara terpisah, seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Setiap platform memiliki analisis dan algoritma yang berbeda, yang memungkinkan mereka untuk mengukur seberapa banyak orang yang mengklik konten mereka, berapa banyak yang melihatnya, hingga sejauh

mana konten tersebut mendorong pembelian formulir pendaftaran. Zahra menekankan bahwa evaluasi juga melibatkan penilaian apakah konten tersebut sesuai dengan tujuan utama, misalnya untuk branding, dan apakah itu dapat memperkuat reputasi dan citra mereka di masyarakat.

"Oke, strategi peningkatan, yah? Strategi peningkatan, evaluasinya pastinya kalau kita tuh selain dari semuanya, kan kita ada si analisis itu ya, dari setiap platformnya kita ada analisisnya. TikTok ada analisisnya, YouTube juga ada analisisnya, Instagram juga ada analisisnya. Nah nanti integrate juga sama website, website itu seberapa banyak orang klik, seberapa banyak orang nge-view gitu ya, sampai ke mereka membeli formulir registrasi, dll. Nah evaluasinya ya pasti setiap platform ada ininya ya, ada logaritmanya masing-masing. Itu sih yang biasanya kita evaluasi biasanya dari konten-konten. Apakah kontennya ini sudah memang sesuai dengan tujuan utamanya, misalnya kalau kontennya itu untuk branding, ya apakah ini menarik branding kita gitu atau reputasi sampai nggak sih penjelasan, apa namanya citra ini selama 17 tahun ke masyarakat gitu, kayak gitu sih kak," ungkap Zahra. (Wawancara, 15 Januari 2025)

- o. Dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi, mulai dari keterbatasan anggaran hingga kompetisi dengan pesaing yang memiliki sumber daya lebih besar. Tantangan-tantangan ini perlu diatasi dengan pendekatan yang cermat dan kreatif agar strategi tetap efektif.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa tantangan utama dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital di Homeschooling Kak Seto adalah kebutuhan untuk membagi strategi pemasaran sesuai dengan tipe pendidikan yang ada, seperti homeschooling, sekolah khusus, dan sekolah formal. Hal ini membuat pembagian konten dan pendekatan pemasaran menjadi lebih kompleks. Selain itu, tantangan kedua yang dihadapi adalah keterbatasan anggaran, yang membuat mereka sulit untuk bersaing dengan pesaing yang memiliki budget pemasaran yang lebih besar. Untuk mengatasi tantangan ini, Fery menekankan pentingnya perencanaan anggaran yang teliti dan memastikan bahwa setiap pengeluaran untuk pemasaran digital benar-benar mendukung tujuan yang ingin dicapai.

"Untuk tantangan di strategi yang kita miliki biasanya, emm, karena kita itu membawahi banyak, kan ada sekolah Kak Seto, ada banyak ya, ada homeschooling, ada sekolah khusus, ada sekolah formal, dan gitu ya kita perlu membagi tipikal konten atau tipikal strategi itu sesuai dengan departemen pendidikannya itu sih yang jadi tantangan kita. Kedua, terkait dengan budgeting, kalau kita mau dengan apa namanya pesaing kita itu cukup sulit di area budget karena cukup memperhatikan budget yang kita gunakan tidak bisa sebanyak budget para pesaing kita karena biasanya mereka memang karena mereka di awal ya mereka cukup jor-joran menggunakan budget. Jadi ketika kita mau melaksanakan strategi pemasaran secara digital itu harus kita total, kita hitung secara apa ya, secara umum menilai budget-nya berapa banyak, atau tidak, dasarnya apa, keperluannya apa, gitu sih cukup menantang ditambah dengan tadi kemampuan kita itu cukup terbatas ketika kita diminta untuk day to day di pendidikan konten-konten yang mereka inginkan," ungkap Fery. (Wawancara, 15 Januari 2025)

Zahra menyebutkan bahwa tantangan terbesar dalam strategi pemasaran digital adalah persaingan yang semakin ketat, terutama dengan pesaing yang memiliki anggaran pemasaran yang besar. Mereka bisa membeli iklan untuk mendapatkan peringkat teratas dalam hasil pencarian (SEO). Tantangan ini membuat mereka harus bekerja lebih keras untuk menciptakan konten yang organik namun tetap bersaing dengan iklan berbayar. Untuk mengatasi hal ini, Zahra menekankan pentingnya menghasilkan konten yang lebih sering dan responsif terhadap pertanyaan dari pelanggan, guna membangun kepercayaan dan meyakinkan orang tua agar memilih Homeschooling Kak Seto untuk pendidikan anak-anak mereka.

"Oke, kalau tantangan karena sekarang kompetitor itu banyak yang kayak homeschooling gitu dan juga mereka berani apa namanya ada dana marketing yang anggarannya itu cukup besar, jadi mereka bisa ngebid istilahnya ya untuk jadi apa namanya biasanya, search yang paling tinggi. SEO yang paling tinggi itu karena ads-nya mereka gitu. Nah itu sih tantangan terbesar kita, kita harus bikin konten yang organik tapi juga harus bersaing dengan mereka yang pakai ads. Kan itu juga cukup sulit ya, nah itu kalau untuk mengatasinya ya pasti untuk eee kita sih lebih sering, harusnya sih lebih sering bikin konten, harus lebih sering jawab pertanyaan customer, gitu dari segi konten, yak, kenapa kita menjawab atau ngasih info lewat konten dan lewat eee apa itu mereka bisa lebih yakin untuk misalnya menyekolahkan anaknya ke sekolah Kak Seto," ungkap Zahra. (Wawancara, 15 Januari 2025)

- p. Strategi konten yang digunakan oleh Homeschooling Kak Seto untuk menarik perhatian calon siswa baru sangat bergantung pada tren terkini dan platform media sosial yang relevan. Informan pertama menjelaskan bahwa konten yang dibuat disesuaikan dengan audiens yang ditargetkan dan platform yang digunakan, serta memanfaatkan tren yang sedang populer untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa strategi konten yang diterapkan untuk menarik perhatian calon siswa baru di Homeschooling Kak Seto sangat bergantung pada tren yang sedang berkembang di platform media sosial. Menurut Fery, penting untuk memahami audiens dan tujuan dari setiap platform yang digunakan. Salah satu contoh adalah perbedaan strategi konten yang diterapkan di TikTok dan Instagram. Fery menekankan bahwa TikTok lebih fokus pada format reels yang pendek dan menarik, sementara Instagram memiliki pendekatan yang sedikit berbeda. Konten yang dibuat untuk TikTok harus sesuai dengan karakteristik platform tersebut, yang lebih menyukai video singkat dan kreatif.

"Konten yang di buat dan ditujukan untuk siapa itu juga perlu kita perhatikan dan contoh nya platform sekarang yang kita gunakan kita juga sedang apa ya merambah ke tiktok," ungkap Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Dengan mengikuti tren yang ada, Homeschooling Kak Seto dapat memanfaatkan setiap platform secara maksimal, memastikan bahwa konten yang dipublikasikan relevan dan dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas.

- q. Elemen-elemen kunci dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan di media sosial Homeschooling Kak Seto melibatkan perhatian

terhadap desain visual, tren yang sedang berkembang, dan relevansi konten dengan audiens yang ditargetkan. Informan pertama menjelaskan bahwa kombinasi desain yang eye-catching dengan caption yang tepat sangat penting untuk mencapai hasil yang optimal.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa agar konten di media sosial Homeschooling Kak Seto dapat menarik perhatian audiens, desain konten harus menarik secara visual dan sesuai dengan tren yang ada saat ini. Namun, desain yang menarik saja tidak cukup; caption yang digunakan juga harus relevan dan dicari oleh audiens. Fery menekankan bahwa agar konten dapat memberikan hasil yang optimal, baik dari segi isi maupun desain, harus ada keseimbangan antara keduanya. Konten yang diposting di platform media sosial harus memiliki elemen-elemen yang menarik dan relevan agar dapat beresonansi dengan audiens yang lebih luas.

"Konten yang kita bikin dari segi isi konteks isi maupun dari konteks desainnya itu harus punya indikator yang cukup menarik dan relevan ketika kita coba posting di platform- platform tertentu," ungkap Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa salah satu elemen kunci dalam konten Homeschooling Kak Seto adalah kehadiran Kak Seto itu sendiri. Konten yang mengangkat kegiatan belajar dengan melibatkan Kak Seto, baik itu dalam bentuk kolaborasi atau kegiatan belajar yang diikuti oleh siswa, cenderung mendapatkan perhatian lebih. Zahra juga menambahkan bahwa konten yang menonjolkan keunggulan program pendidikan yang ada, seperti kegiatan praktik yang belum ditemukan di sekolah lain, juga sangat efektif dalam menarik perhatian. Contoh kegiatan vokasi seperti kunjungan ke MRT atau kegiatan belajar lainnya menunjukkan sisi unik dari Homeschooling Kak Seto yang membedakannya dari sekolah lain.

"Konten-konten yang itu sih, kayak misalnya mengangkat keunggulan kegiatan praktik belajar yang ada di sekolah Kak Seto yang belum ada di sekolah lain," ungkap Zahra

(Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

- r. Evaluasi kinerja konten di media sosial Homeschooling Kak Seto dilakukan dengan memperhatikan beberapa indikator yang dapat mengukur sejauh mana konten tersebut berhasil menarik perhatian audiens dan memberikan dampak positif. Kedua informan menjelaskan bahwa evaluasi dilakukan dengan cara yang berbeda namun saling melengkapi, mengandalkan metrik yang lebih rinci untuk memahami respon audiens terhadap konten yang dihasilkan.

Fery Citra Febriyanto menjelaskan bahwa evaluasi kinerja konten dilakukan dengan melihat beberapa indikator spesifik seperti jumlah likes, shares, dan saves pada konten yang diposting. Fery menambahkan bahwa ketika konten mendapatkan banyak likes, itu menunjukkan bahwa konten tersebut sedang trending atau sesuai dengan tren yang sedang berlangsung. Selain itu, ketika audiens membagikan atau menyimpan konten, itu menandakan bahwa mereka menganggap konten tersebut bermanfaat dan relevan untuk dibagikan kepada orang lain. Dengan cara ini, evaluasi kinerja konten dapat dilakukan lebih rinci, tidak hanya berdasarkan jumlah reach atau jangkauan yang luas, tetapi juga dengan memperhatikan interaksi yang lebih spesifik.

"Ketika likes, mungkin orang melihat konten ini sedang happening sekarang, mereka suka dengan desainnya, mereka suka dengan isinya," ungkap Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa evaluasi kinerja konten dilakukan dengan cara membandingkan performa konten yang serupa, seperti reels yang membahas keunggulan Homeschooling Kak Seto namun dengan perbedaan isi. Zahra menekankan pentingnya analisis mendalam untuk memahami mengapa satu konten bisa lebih sukses daripada yang lain. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja konten adalah durasi, strategi hook yang digunakan, dan waktu posting. Zahra juga mencatat bahwa penggunaan strategi hard selling yang terlalu mencolok dapat berdampak pada rendahnya engagement dengan audiens.

"Kita lihat dulu nih analisis dari segi setiap kontennya itu, wah ini kenapa nih tinggi, kenapa ini rendah," ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

4. Komunikasi Pemasaran Jasa Pendidikan

- a. Dalam era digital yang terus berkembang, strategi komunikasi pemasaran yang efektif menjadi kunci untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan. Menurut Fery Citra Febriyanto, sebagai informan pertama, strategi yang digunakan oleh Homeschooling Kak Seto sangat bergantung pada kemampuan untuk mengikuti tren yang ada, namun tetap menjaga identitas dan konsep yang dimiliki oleh lembaga tersebut. Pendekatan yang terintegrasi dan relevan dengan audiens juga menjadi elemen penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Fery menjelaskan bahwa untuk meningkatkan awareness terhadap jasa pendidikan di era digital, Homeschooling Kak Seto menerapkan strategi yang mengikuti tren yang sedang berkembang. Namun, penting untuk menjaga agar strategi yang digunakan tetap sesuai dengan identitas dan konsep lembaga. Pendekatan komunikasi yang terintegrasi dengan audiens

menjadi salah satu kunci, di mana interaksi melalui komentar dan umpan balik dari audiens turut menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi yang lebih efektif. Fery menekankan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif adalah yang dapat menyelaraskan tren digital dengan nilai dan tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga pendidikan. "Kita juga melibatkan pendekatan yang terintegrasi dan relevan dengan audiens, kaya dari komentar dan sebagainya," ungkap Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

- b. Menyampaikan nilai unik dari layanan pendidikan kepada target audiens bukanlah tugas yang mudah, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Menurut Fery Citra Febriyanto, sebagai informan pertama, tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik layanan pendidikan adalah bagaimana mengemas pesan yang dapat dengan mudah dipahami oleh audiens. Terlebih lagi, untuk Homeschooling Kak Seto, tantangan ini semakin kompleks karena konsep pendidikan yang mereka tawarkan berbeda dengan sekolah konvensional.

Fery menjelaskan bahwa tantangan utama dalam menyampaikan nilai unik layanan pendidikan adalah menyusun pesan yang jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Untuk Homeschooling Kak Seto, salah satu tantangannya adalah menjelaskan konsep pembelajaran yang berbasis homeschooling, di mana banyak orang menganggapnya hanya sebagai belajar di rumah dalam waktu yang terbatas. Oleh karena itu, mereka menggunakan nama "Sekolah Kak Seto" untuk memberikan kesan formal dan memperjelas bahwa meskipun berbasis homeschooling, program yang ditawarkan bisa disesuaikan, termasuk dengan menyediakan program yang berlangsung lima hari dalam seminggu. Untuk menyampaikan nilai-nilai unik ini, mereka menggunakan platform seperti Instagram dan TikTok, dengan tujuan menjelaskan keunggulan layanan secara sederhana dan relevan. Fery juga menambahkan bahwa persaingan di dunia pendidikan sangat ketat, dengan banyak institusi yang menawarkan klaim serupa, sehingga mereka harus lebih kreatif dalam menyampaikan pesan mereka.

"Walaupun kita basic-nya homeschooling, tapi kita bisa menyesuaikan. Jadi walaupun homeschooling, salah satunya kita juga ada program yang masuk itu seminggu 5 hari," ungkap Fery (Informan 1, Wawancara 15 Januari 2025).

- c. Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang antara penyedia jasa pendidikan dan konsumen. Zahra Fadillah Putri, sebagai informan kedua, menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai jembatan untuk membangun komunikasi yang lebih dekat dengan orang tua calon peserta didik.

Zahra menjelaskan bahwa peran media sosial sangat besar dalam menyampaikan informasi terbaru tentang sekolah, seperti akreditasi, prestasi, kurikulum, dan gaya belajar yang diterapkan. Dengan menggunakan media sosial sebagai platform, mereka dapat memberikan informasi yang terupdate dan relevan kepada orang tua calon peserta didik. Zahra menambahkan bahwa media sosial berfungsi sebagai jembatan antara sekolah dan orang tua, yang memungkinkan orang tua untuk terus mendapatkan informasi tentang perkembangan terbaru yang ada di sekolah.

Hal ini tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga mempererat hubungan jangka panjang antara penyedia jasa pendidikan dan konsumen.

"Perannya itu yang menjembatani antara yang di sekolah yang terupdate itu apa supaya orang tua bisa tau nih dari social media," ungkap Zahra (Informan 2, Wawancara 15 Januari 2025).

5. Homeschooling

- a. Dalam konteks Indonesia, homeschooling memiliki keunggulan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan. Informan pertama menjelaskan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh homeschooling dibandingkan dengan sistem pendidikan formal tradisional, namun juga menyoroti beberapa tantangan yang mungkin dihadapi.

Informan pertama menjelaskan bahwa homeschooling memiliki beberapa keunggulan signifikan, terutama dalam hal fleksibilitas waktu. Anak-anak dapat belajar sesuai dengan jadwal yang mereka rasa nyaman, yang sangat menguntungkan bagi mereka yang memiliki kesibukan lain seperti lomba atau olahraga. Selain itu, pendekatan pembelajaran dalam homeschooling lebih personal karena materi pembelajaran dapat disesuaikan dengan gaya belajar anak. Hal ini memungkinkan anak untuk lebih fokus dan efektif dalam belajar. Keunggulan lainnya adalah fleksibilitas kurikulum, yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi keluarga. Di era digital sekarang ini, homeschooling juga dapat memanfaatkan teknologi untuk mengakses berbagai sumber belajar, membuat pembelajaran lebih mudah dan terjangkau.

"Homeschooling itu sebenarnya punya banyak keunggulan. Salah satunya adalah fleksibilitas waktu. Anak-anak bisa belajar sesuai jadwal yang mereka rasa nyaman," ungkap Informan 1 (Wawancara 15 Januari 2025).

- b. Peran orang tua sangat penting dalam mendukung keberhasilan program homeschooling, terutama dalam konteks pembelajaran berbasis digital. Informan pertama menjelaskan bagaimana orang tua berperan aktif dalam proses pembelajaran anak, baik sebagai pendamping maupun sebagai pengontrol penggunaan teknologi.

Informan pertama menekankan bahwa peran orang tua dalam homeschooling sangat vital, terutama dalam mendampingi anak selama proses pembelajaran. Orang tua tidak hanya berfungsi sebagai pengawas, tetapi juga sebagai rekan belajar yang aktif. Diskusi antara orang tua dan anak mengenai materi yang sedang dipelajari dapat membantu anak untuk lebih memahami konsep-konsep yang diajarkan. Selain itu, orang tua juga harus memastikan anak tidak terlalu bergantung pada teknologi, sehingga proses pembelajaran dapat berjalan secara seimbang dan optimal. Dengan peran yang aktif ini, program homeschooling dapat lebih efektif dan memberikan hasil yang lebih baik.

"Orang tua juga ikut terlibat, terutama menjadi rekan belajar. Kadang, diskusi dengan anak soal materi yang sedang dipelajari bisa membantu mereka lebih memahami," ungkap Informan 1 (Wawancara 15 Januari 2025).

- c. Homeschooling dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan saat ini dengan cara yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing siswa. Informan kedua menjelaskan bagaimana berbagai program homeschooling yang ditawarkan memungkinkan integrasi teknologi yang memadai, seperti penggunaan perangkat digital dan platform pembelajaran online.

Informan kedua menyatakan bahwa program homeschooling yang diterapkan memiliki beragam pilihan yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa, seperti distance learning, komunitas online, dan penggunaan perangkat teknologi pribadi seperti tablet. Teknologi tidak hanya digunakan untuk pembelajaran jarak jauh, tetapi juga untuk sistem informasi yang mendukung proses pembelajaran, seperti penginputan tugas secara online melalui platform seperti Google Classroom. Dengan pendekatan ini, homeschooling dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih fleksibel dan adaptif, di mana siswa dapat belajar dari mana saja dan dengan gaya belajar yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

"Kita sudah menyesuaikan teknologi dan sistem informasinya itu semua secara online, jadi tugas-tugasnya juga diinput sama tutor lewat Google Classroom," ungkap Informan 2 (Wawancara 15 Januari 2025).

Lampiran 14. Bukti Plagiarisme



6.62%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 24 JAN 2025, 1:50 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

IDENTICAL 0.11% **CHANGED TEXT** 6.51% **QUOTES** 0.07%

Report #24520397

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Masalah Homeschooling merupakan salah satu bentuk pendidikan alternatif yang menawarkan pendekatan belajar personal, di mana proses pendidikan dilakukan di rumah atau lokasi pilihan dengan fleksibilitas waktu dan metode pembelajaran. Konsep homeschooling memberikan keleluasaan bagi peserta didik untuk mengembangkan potensi mereka sesuai dengan minat, kebutuhan, dan kecepatan belajar masing-masing, tanpa terikat pada struktur formal sekolah tradisional. Menurut Rahayu dan Suryana (2020), homeschooling menjadi pilihan bagi orang tua yang menginginkan pendidikan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan anak, baik dari segi akademik maupun non-akademik. Homeschooling juga sering dipilih oleh keluarga yang memiliki keterbatasan tertentu, seperti anak dengan kebutuhan khusus atau mereka yang menjalani kegiatan profesional sejak usia dini. Homeschooling Kak Seto (HSKS) adalah salah satu pelopor lembaga homeschooling di Indonesia yang memiliki tujuan untuk menyediakan layanan pendidikan berbasis personal. Sebagai lembaga pendidikan non-formal, HSKS menghadirkan program belajar yang fleksibel, baik dalam aspek kurikulum, waktu, maupun pendekatan pembelajaran. Dalam konteks pendidikan nasional, homeschooling menjadi alternatif penting di tengah berbagai tantangan yang dihadapi oleh sistem pendidikan formal, seperti ketidakmampuan sekolah tradisional dalam memenuhi kebutuhan individual siswa (Santoso, 2021). Homeschooling Kak Seto (HSKS) memiliki