

# *Analisis Peningkatan Brand Awareness untuk Sekolah Pelangi Harapan Bangsa dengan Melakukan Pemasaran Online*

Adiel Louise Amandus Aryanto<sup>#1</sup>, Diana Trivena Yulianti<sup>\*2</sup>,

<sup>1,2</sup>*Program Studi Sistem Informasi, Universitas Kristen Maranatha  
Jl. Surya Sumantri no.65 Bandung 40174*

*Telp. (022) 2012186*

<sup>1</sup>*adiel.aryanto@gmail.com*

<sup>3</sup>*Diana.tiway@gmail.com*

*Abstract — In this digital era, important for company to implement social media marketing. Social media for company can be use to promote some company activity. Pelangi Harapan Bangsa School is a school located in Bandung. This school has special program for special needs children. Good school needs to be promoted as good as possible. Social media can be used for promotion to target market. Instagram, facebook, and website can be used to inform audience about Pelangi Harapan Bangsa school. Not just posting, but need to analyze what content should we post in social media or website. Good quality of content can attract more audience on social media and website. More audience can increase brand awareness from citizen about Pelangi Harapan Bangsa. We can track audience by using insight for facebook and instagram and using google analytics for website.*

*Keywords— analytics, content, insight, school, social media marketing, website*

## I. PENDAHULUAN

Sekolah adalah lembaga pendidikan untuk membentuk karakter dan memberikan ilmu pengetahuan pada muridnya. Tujuan anak bersekolah agar anak-anak dapat lebih berbaur dengan masyarakat. Untuk para guru akan mudah dalam mengajar anak-anak biasa, namun dalam penanganan anak berkebutuhan khusus akan berbeda.

Teknik dalam mengajarkan anak-anak berkebutuhan khusus berbeda dengan anak biasanya. Pelangi Harapan Bangsa School adalah salah satu sekolah yang menerima anak berkebutuhan khusus. Berlokasi di jalan Setiabudi dan sudah berdiri sejak tahun 2009. Pelangi Harapan Bangsa biasa memberikan informasi pada masyarakat melalui website dan sosial media. Dalam media ini Sekolah Pelangi Harapan Bangsa masih memiliki beberapa kekurangan. Pada tahun 2018 Pelangi Harapan Bangsa melakukan pembaruan pada media pemasaran.

Dalam era digital ini, pemasaran melalui media online seperti website dan sosial media sangat penting. Kegiatan marketing online dapat digunakan untuk meningkatkan brand awareness masyarakat dan kegiatan ini dapat menggunakan beberapa media seperti website dan sosial media. Pemilihan target audience penting agar masyarakat yang melihat iklan ini sesuai dengan target pasar perusahaan.

Dari latar belakang penelitian ini dapat ditarik kesimpulan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan wordpress digunakan sebagai platform pembuatan website sekolah Pelangi Harapan Bangsa, bagaimana cara menyampaikan informasi mengenai kegiatan sekolah pada orang tua, bagaimana cara melacak pergerakan website dan sosial media yang dimiliki sekolah, bagaimana kegiatan marketing online dapat meningkatkan brand awareness.

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini, pembaca dapat mengetahui hal apa saja yang harus dijalankan dalam melakukan pemasaran online. Mulai dari pembuatan website, memantau traffic website, mengelola konten sosial media dan analisa kegiatan follower.

## II. KAJIAN TEORI

### A. Sekolah

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, sekolah memiliki arti sebagai berikut “bangunan atau lembaga untuk belajar dan mengajar serta tempat menerima dan memberi pelajaran (menurut tingkatannya, ada) -- dasar, -- lanjutan, -- tinggi; (menurut jurusannya, ada) -- dagang, -- guru, -- teknik, -- pertanian, dan sebagainya”[1].

Landasan hukum akan sekolah homeschooling sudah ada undang-undangnya. Berikut landasan hukum untuk mengadakan pendidikan homeschooling dan pendidikan formal [2] :

1. UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Pasal 31 Ayat (1) dan (2) “Setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan” dan “Setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya”.
2. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 27 sebagai berikut:
  - (1) Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan oleh keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri.
  - (2) Hasil pendidikan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diakui sama dengan pendidikan formal dan nonformal setelah peserta didik lulus ujian sesuai dengan standar nasional pendidikan.

Dalam hal ini, pemerintah tidak mengatur standar isi dan proses pelayanan informal kecuali standar penilaian apabila akan disetarakan dengan pendidikan jalur formal dan nonformal sebagaimana yang dinyatakan pada Pasal 27 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

3. Surat Edaran Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No.107/MPN/ MS/2006.
  - a. Setiap orang yang lulus ujian kesetaraan Paket A, Paket B ,atau Paket C masing-masing memiliki hak eligibilitas yang sama dan setara dengan berturut-turut, pemegang ijazah SD/MI,SMP/Mts, dan SMA/SMK untuk dapat mendaftar pada satuan pendidikan yang lebih tinggi.
  - b. Status kelulusan program pendidikan kesetaraan Paket C memiliki hak eligibilitas yang setara dengan pendidikan formal dalam memasuki lapangan kerja.
  - c. Setiap lembaga diminta mematuhi ketentuan perundang-undangan tersebut diatas agar tidak diindikasikan melanggar Hak Asasi Manusia(HAM).

#### 1. *Jenis Homeschooling*

Pada umumnya di Indonesia ada 3 jenis homeschooling, berikut 3 jenis homeschooling yang ada di Indonesia [3]:

- Homeschooling tunggal
- Homeschooling majemuk
- Komunitas homeschooling

Homeschooling tunggal adalah “homeschooling yang dilaksanakan oleh orang tua dalam 1 keluarga tanpa bergabung dengan lainnya” [3, p. 36]. Alasan penggunaan metode homeschooling tunggal ini lokasi yang sulit dijangkau dari tempat tinggal dan ada beberapa alasan dari orang tua yang masih dapat ditoleransi.

Homeschooling majemuk adalah “homeschooling yang dilaksanakan oleh 2 atau lebih keluarga untuk kegiatan tertentu sementara kegiatan pokok tetap dilaksanakan oleh orang tua masing-masing”[3, p. 36]. Beberapa kegiatan yang digunakan secara bersamaan biasanya memiliki masalah

yang dapat dikompromi bersamaan. Contoh kegiatannya adalah kegiatan olahraga, kesenian, dan kegiatan keagamaan.

Komunitas homeschooling adalah gabungan beberapa homeschooling majemuk yang menyusun dan menentukan silabus, bahan ajaran, kegiatan pokok, sarana/prasana dan jadwal pembelajaran[3]. Untuk homeschooling komitmen dari orang tua dan sekolah memiliki perbandingan 50:50. Alasan memilih komunitas homeschooling adalah [3]:

- Terstruktur dan lebih lengkap untuk pendidikan akademik, pembangunan akhlak mulia, dan pencapaian hasil belajar.
- Tersedia fasilitas pembelajaran yang baik, misal-nya bengkel kerja, laboratorium IPA/Bahasa, auditorium, fasilitas olahraga dan kesenian.
- Ruang gerak sosialisasi peresta didik lebih luas tetapi dapat dikendalikan.
- Dukungan lebih besar karena masing-masing bertanggung jawab untuk saling mengajar sesuai keahlian masing-masing.
- Sesuai untuk anak usia diatas sepuluh tahun
- Menggabungkan keluarga tinggal berjauhan melalui internet dan alat informasi komunikasi lainnya untuk tolak banding(benchmarking) termasuk standarisasi

## *2. Metode Pembelajaran di Sekolah*

Indonesia memiliki beberapa metode pembelajaran di sekolah. Pada umumnya ada 3 jenis metode pembelajaran yang ada di Indonesia. Berikut 3 jenis metode pembelajaran yang ada di Indonesia [4]:

- Ceramah
- Wawancara

Metode ceramah adalah “cara menyampaikan materi pelajaran secara lisan kepada pelajar guna mencapai tujuan pembelajaran tertentu ” [4, p. 8]. Definisi lain mengenai metode ceramah adalah “cara yang dipergunakan guru dalam mengadakan hubungan dengan siswa pada saat berlangsungnya pembelajaran” [4, p. 8] dari kedua teori tersebut dapat disimpulkan metode ceramah adalah metode yang digunakan untuk menyampaikan materi pada audience untuk mencampai tujuan pembelajaran serta membangun hubungan antara pengajar dan pelajar.

Setelah melihat definisi dari metode ceramah, dapat ditarik kesimpulan kapan menggunakan metode ceramah dalam mengajar. Berikut saat-saat metode ceramah digunakan: [4]

- Menyampaikan materi yang bersifat abstrak.
- Memberi pengantar dalam tahapan baru.
- Informasi yang disampaikan merupakan dasar untuk tahapan kegiatan belajar berikutnya.

Metode selanjutnya dalam penyampaian materi adalah metode tanya jawab. Metode tanya jawab adalah “cara penyajian pelajaran dalam bentuk pertanyaan yang harus dijawab, terutama dari guru kepada peserta didik, tetapi dapat pula dari peserta didik kepada guru.” [4, p. 9]. Bentuk tanya jawab ini tidak harus selalu dalam pelajaran, tujuan digunakan metode ini untuk membangun interaksi antara guru dan siswa. Berikut tujuan penggunaan metode tanya jawab : [4]

- a. Menciptakan suasana yang hidup ( setiap peserta ikut serta dan aktif ) dalam KBM
- b. Menggali ide-ide peserta.
- c. Memberikan rangsangan kepada peserta/siswa untuk merumuskan ide-ide yang tergalil dengan menggunakan kalimat sendiri.
- d. Mengetahui posisi pemahaman siswa terhadap tema yang dibahas.
- e. Menciptakan kesempatan kepada siswa untuk mengonsolidasikan pemahamannya.

- f. Memberikan kesempatan kepada siswa untuk berani komentar.

## B. Defisi wordpress

Wordpress adalah salah satu platform yang digunakan untuk membantu developer website dalam membuat website. Wordpress menyediakan 2 jenis wordpress yaitu wordpress.com dan wordpress.org.

### 1. Wordpress.com

Wordpress.com merupakan layanan dari wordpress untuk pengguna secara berbayar. Fitur ini lebih unggul dari wordpress.org, pengguna tidak perlu mencari perusahaan hosting dan pengguna tidak perlu mengunduh file wordpress untuk kelola. Jadi dalam pengelolaan hanya perlu mengakses website untuk admin dan langsung mengelolanya. [5]

Kelebihan menggunakan wordpress.com ditujukan untuk pengguna yang tidak terlalu mengerti dengan teknologi seperti web server dan beberapa pengembangannya.

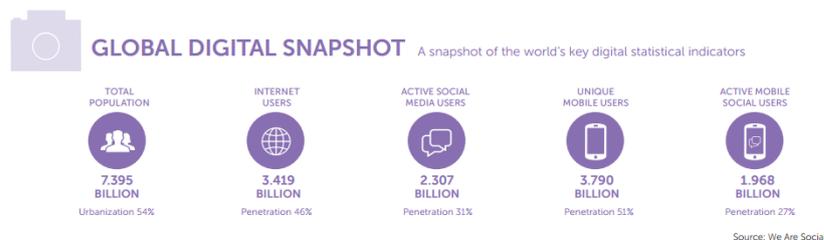
### 2. Wordpress.org

Wordpress ini disediakan secara gratis untuk di unduh. Untuk mengelola website ini kita dapat menggunakan localhost atau menggunakan domain yang dapat kita gunakan outsource. Beberapa perusahaan hosting ini kadang menyediakan instruksi atau layanan untuk meng install wordpress untuk kita. [5]

## C. Sosial Media Marketing

Sosial media marketing dapat digunakan untuk mengenalkan produk kita kepada masyarakat. Sosial media marketing adalah kegiatan pemasaran suatu produk menggunakan media sosial sebagai media penyampaian informasi produk. Pemasaran menggunakan media ini dinilai efektif karena hampir digunakan oleh semua customer dan juga sebagai channel untuk koneksi dengan audience.

Alasan menggunakan sosial media sebagai teknik marketing karena kegiatan audience menggunakan sosial media sangatlah tinggi. Perkembangan pengguna internet pun dari tahun ke tahun memiliki angka yang cukup fantastis. Ada 12 user aktif baru yang mendaftar setiap detik di sosial media. Dengan alasan tersebut target audience yang di targetkan oleh advertiser akan lebih luas. [6]



Gambar 1 data pengguna sosial media dengan platform yang digunakan

Gambar 1 menjelaskan data pengguna sosial media dengan berbagai platform yang digunakan.

### 1. Viral Marketing

Viral marketing adalah marketing yang menggunakan audience untuk mengunjungi website dan merekomendasikan produk pada orang lain. Kunci dari viral marketing adalah mendapat pengunjung website dan pengunjung ini akan menghubungkan pada audience yang menganggap produk ini menarik [7].

Menurut Skrob secara umum viral marketing dibagi menjadi 2 kelompok dilihat dari keterlibatan konsumen dalam pemasaran [7]:

### 1. Low Integration Strategy(LIS)

Dalam strategi ini keterlibatan konsumen sangat sedikit. Konsumen menyebarkan promosi melalui media sosial atau email.

### 2. High Integration Strategy

Perbedaan strategi ini dengan Strategy LIS adalah adanya keterlibatan konsumen dalam membidik kustomer baru(lebih spesidik bukan posting di feed saja)

## 2. E-Wom Marketing

e-WOM adalah “pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan aktual dan mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan melalui internet” [8, p. 2]. Marketing mulut ke mulut memang memberikan dampak cukup besar pada calon customer. Saat mendengar informasi secara langsung, calon kustomer akan lebih percaya akan brand yang kita miliki. Berikut kelebihan e-WOM daripada Traditional WOM [8]:

- Saat penggunaan teknologi elektronik seperti forum diskusi online, blog, electronic bulletin board, dan social media.
- Lebih mudah diakses daripada traditional WOM, sebagian besar informasi berbasis teks di internet yang dapat diarsipkan yang kemudian hari dapat diakses kembali.
- Lebih mudah diukur daripada traditional WOM.
- e-WOM tidak dapat melakukan penilaian kredibilitas dari pengirim dan pesanya. Seseorang hanya dapat menilai kredibilitas komunikator melalui sistem reputasi online.

Kesimpulan dari e-WOM adalah kegiatannya yang terukur dan mudah dibuat serta diakses oleh kustomer.

## 3. Keuntungan Menggunakan Sosial Media Marketing

Gambar 2 adalah gambaran pengguna sosial yang digunakan untuk meneliti sebuah brand.



Gambar 2 pengguna sosial media untuk meneliti brand Pergerakan Aktifitas Website

Tentu ada alasan menggunakan suatu media untuk melakukan pemasaran. Selain dari gambar diatas, dari penelitian di id.techinasia.com menyebutkan Indonesia merupakan pengguna instagram terbanyak ke 3 di dunia [9]. Berikut ini adalah beberapa keuntungan menggunakan sosial media sebagai media pemasaran : [6]

1. Kegiatan pemasaran dapat dilakukan secara organik atau menggunakan fitur ad pada masing-masing platform.
2. Dapat menjadi media penghubung antara perusahaan dengan customer.
3. Dengan perkembangan pengguna internet dan media mobile, otomatis skala audience menjadi lebih besar.

Dengan beberapa keuntungan menggunakan sosial media marketing, dapat disimpulkan keuntungannya adalah kegiatan marketing dapat dilakukan secara free atau berbayar, menjadi komunikasi 2 arah, audience yang lebih besar.

## D. Pergerakan Aktivitas Website

Website yang baik adalah website yang dipantau pergerakannya. Saat website mengalami penurunan atau kenaikan traffic dalam website harus dilihat hal apa saja yang menjadi pemicunya.

### 1. Perencanaan Campaign

Campaign marketing dapat meningkatkan traffic website. Untuk meningkatkan traffic website agar tepat tujuan, dibutuhkan tahapan yang tepat untuk membuat campaign. Berikut tahapan dalam melakukan campaign marketing [6] :

- Build Personas
- Map goals untuk customer lifecycles.
- Membuat konten untuk social media.
- Define style untuk penulisan di sosial media.
- Scala konten untuk sosial

Setelah menetapkan tahapan-tahapan yang dibutuhkan, website dipantau pergerakannya melalui aplikasi. Berikut beberapa aplikasi yang dapat digunakan untuk memantau pergerakan website [10]:

- SimilarWeb
- Quantcast
- Traffic estimate
- Semrush
- Google analytics

Google analytics banyak digunakan oleh pengelola website. Alasan memilih google analytics adalah program yang gratis dan juga powerful.

## 2. *SEO*

Search engine optimization (SEO) adalah teknik yang digunakan oleh pembuat/pengembang website dalam menambah jumlah traffic website. Hal yang perlu diperhatikan dalam menggunakan SEO ini antara lain : [11, p. 4]

- Memilih *keyword* terbaik sebagai dasar *website* untuk setiap halaman
- Membuat *search engine* jelas dalam melibatkan *page* berdasarkan *keywords* yang ada.

Setelah kita mengetahui apa saja hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan SEO, kita dapat memasukan beberapa *keyword* yang sudah diperhatikan dan disesuaikan tersebut di : [11, p. 5]

- *The URL*
- *The page title*
- *The meta description tag*
- *The on-page headings*
- *Aggressively throughout the page content.*

*Meta tags* adalah tag data resmi yang ada di setiap halaman web dan dapat ditemukan antara pembuka dan penutup dalam tag HTML. Bagian judul, *metadescription*, dan *tag keyword* merupakan *meta tags* yang paling populer. [11, p. 7]

*Title tags and meta description* merupakan 2 tag yang paling penting saat menyangkut SEO dan mengundang visitor berpotensi agar mengklik *website* kita di *search engine*. *Tags title* mengandung kalimat yang mendeskripsikan konten yang berasosiasi di halaman web.

*Meta description* adalah deskripsi yang muncul untuk mendeskripsikan konten di *page* yang terhubung. Saat deskripsi ini tidak digunakan di *search engine* untuk mendeterminasi *rank* mereka menggunakan *visitor* untuk determinasi seberapa relevan *website* kita berdasarkan *query* pencarian.

*Content* adalah salah satu hal yang penting dalam on *page* SEO, konten adalah hal yang digunakan crawler *search engine* untuk menghubungkan *page* dengan *keyword* dan atau *key phrase*. Tanpa konten, *crawler* tidak akan bisa menghubungkan *keyword* dengan *website* secara baik.

## III. ANALISA DAN HASIL

### A. *Kekurangan, Tujuan, Proses yang Ingin Dicapai.*

Dari beberapa sosial media dan *website* yang sudah ada di sekolah Pelangi Harapan Bangsa masih ada beberapa kelemahan. Berikut beberapa kelemahan yang masih ada pada *website*/sosial media di sekolah Pelangi Harapan Bangsa.

#### 1. *Instagram*

Gambar 3 Kekurangan dalam instagram milik sekolah Pelangi Harapan Bangsa adalah kurangnya informasi dalam posting sekolah Pelangi Harapan Bangsa



**Gambar 3 Kurangnya Informasi dalam Posting Sekolah Pelangi Harapan Bangsa**

Beberapa kekurangan dalam sosial media di instagram adalah konten dan konsistensi. Konten yang dibuat oleh sekolah kurang informatif. Informasi yang disediakan dalam 1 konten terkadang kurang data seperti :

- 1) Kontak sekolah Pelangi Harapan Bangsa.
- 2) *Posting* tidak terhubung dengan sosial media facebook sehingga *audience* menjadi terbatas.
- 3) Tidak adanya hubungan dengan *website*, sehingga *website* jadi jarang diakses.
- 4) Waktu *posting story/feed* yang tidak konsisten.(ada kesengangan waktu antara 1 *post* dengan *post* yang lain).



**Gambar 4 Posting mengenai Italian Cooking Adventure pada 19 Februari 2018**

Gambar 4 tampilan dalam instagram yang menampilkan kegiatan italian cooking pada 19 februari 2018.



**Gambar 5 Kegiatan Paduan Suara pada Tanggal 16 Februari 2018**

Gambar 5 tampilan dalam instagram yang menampilkan kegiatan paduan suara pada tanggal 16 februari 2018

Kekurangan diatas merupakan beberapa kekurangan yang ada di sosial media instagram. Kekurangan ini disebabkan dari pengalaman personal yang terbatas serta waktu dan *device* yang kurang memadai.

Dari beberapa kekurangan diatas tentunya ada tujuan yang ingin dicapai. Setelah karya ilmiah ini diharapkan tujuan dari sekolah dalam sosial media instagram antara lain :

- *Post* : 355 *Post*
- *Followers* : 400 *Followers*
- *Following* : 690 *Following*.
- *Connected to* :
- Facebook : Pelangi Harapan Bangsa dan *page* Pelangi Harapan Bangsa
- *Website* : Konten yang ada di *website* [pelangiharapanbangsa.com](http://pelangiharapanbangsa.com) dapat terintegrasi dengan *post* di instagram.

Tujuan yang ingin dicapai sudah dibuat sesuai dengan waktu dan anggota dalam pencapaian tujuan. Untuk mencapai tujuan akan dilakukan beberapa rencana. Berikut beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan :

- Menganalisa waktu yang tepat untuk *posting* konten di instagram.
- Menentukan konten apa yang sesuai dengan keinginan target *audience*.
- Mulai menggunakan instagram ads untuk mendapatkan *reach* lebih banyak sehingga masyarakat lebih mengenal Pelangi Harapan Bangsa.

Setelah melakukan tahap-tahapan ini , tahap selanjutnya mulai melaksanakan rencana berikut. Contoh dari beberapa implementasi konten yang ada di instagram adalah sebagai berikut :



Gambar 6 Konten yang Ada Dalam 1 Posting Instagram

Pada Gambar 6 ditampilkan beberapa elemen yang ada dalam 1 *postingan* di instagram antara lain :

- Tagline Every child is wonderful yang terdapat di foto.
- Watermark Pelangi Harapan Bangsa agar *audience* mengetahui siapa yang memiliki konten ini.
- Location Pelangi Harapan Bangsa.
- Caption yang menjelaskan konten yang di *posting*.
- *Mention* instagram agar terlihat aktif.
- Contact number dan *hashtag* yang meningkatkan *audience*.

Selain mengatur konten yang ada di instagram, dilakukan instagram ad untuk beberapa *postingan* agar *audience* yang dicakup lebih luas :

1. *Toddler Post*
  - a. Budget : Rp.60.000
  - b. Periode : 15 Oktober 2018 – 18 Oktober 2018
  - c. Send people to : instagram Profile.
  - d. Target *audience* :
    - Gender : pria dan wanita

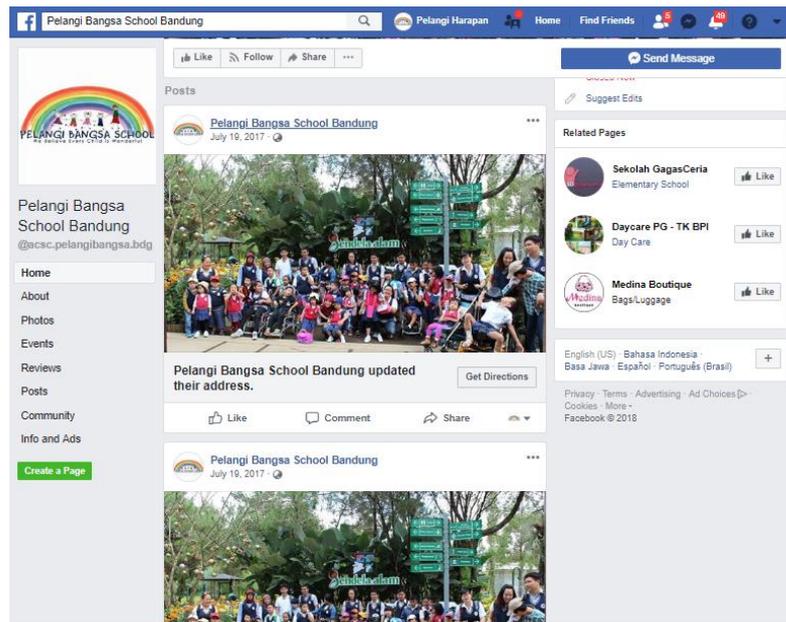
- Usia : 30 – 50 Tahun.
- e. *Interest* :
  - *School*
  - *Special needs Homeschooling*
  - *Toddler*.
- 2. Field trip(multipicture)
  - a. Budget : Rp.60.000
  - b. Periode : 19 Oktober 2018 – 22 Oktober 2018
  - c. Send people to : *website free trial*
  - d. Target *audience* :
    - i. Gender : wanita
    - ii. Usia : 30 – 50 Tahun.
  - e. *Interest* :
    - i. Field trip
    - ii. *Special needs Homeschooling*
    - iii. *School*
    - iv. Kids
    - v. Children
- 3. Free Trial
  - a. Budget : Rp.60.000
  - b. Periode : 23 Oktober 2018 – 26 Oktober 2018
  - c. Target *audience* :
    - i. Gender : pria dan wanita
    - ii. Usia : 30 – 50 Tahun.
  - d. *Interest* :
    - i. Elementary school
    - ii. School
    - iii. Special needs *homeschooling*
    - iv. International school
    - v. Toddler
    - vi. Primary school

Setelah menerapkan ketentuan yang ada di Gambar 6 dapat dilihat customer lifecycle pada media instagram. Customer lifecycle dapat dilihat dari reach, impresion, interaction, like.

## B. *Facebook*

Pada media facebook milik pelangi harapan bangsa masih memiliki beberapa kekurangan. Beberapa kekurangan yang masih ada pada media facebook akan diminimalisir agar tujuan media facebook dapat tercapai. Berikut beberapa kekurangan pada media facebook :

1. Tidak ada yang mengelola akun *pages* dan facebook biasa.
2. Tidak terhubung dengan instagram sehingga konten jadi sedikit.
3. *Posting* sudah lama sekali



**Gambar 7 Posting Terakhir pada Page Pelangi Harapan Bangsa pada 19 Juli 2017**

Gambar 7 tampilan dalam facebook yang menampilkan *posting* terakhir pada *page* Pelangi Harapan Bangsa pada 19 Juli 2017

4. Informasi button tidak ada.

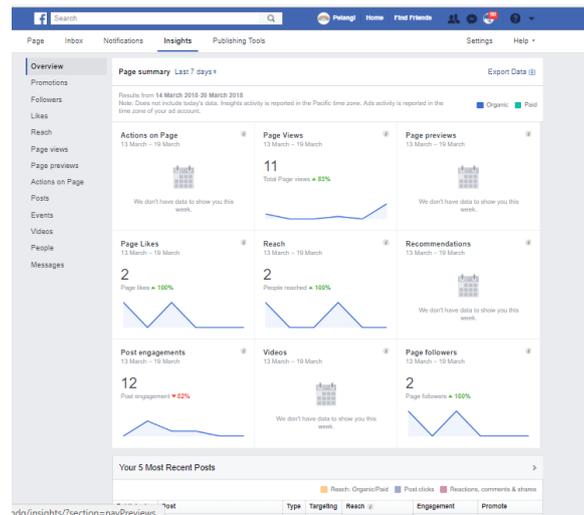


**Gambar 8 Button Pada Page Pelangi Harapan Bangsa Belum Dilengkapi**

Gambar 8 menampilkan kekurangan dalam facebook Pelangi Harapan Bangsa yaitu Button pada *page* Pelangi Harapan Bangsa belum dilengkapi

Beberapa kekurangan yang ada di atas diharapkan dapat selesai setelah karya ilmiah ini selesai. Selain menyelesaikan beberapa permasalahan yang ada, masih ada beberapa tujuan untuk dijalankan dalam karya ilmiah ini antara lain :

1. *Post* : 30 *Post*
2. *Followers* : 120 *Followers*
3. *Following* : -.
4. *Insight* : di akhir penelitian menjadi :
  - a. *Page views* : 200
  - b. *Page likes* : 35
  - c. *Reach* : 200
  - d. *Page engagement* : 78
  - e. *Page follower* : 150



Gambar 9 Tracking Page dalam Waktu 1 Minggu

Gambar 9 tampilan hasil tracking *page* pada facebook periode 1 minggu :

1. *Page* : Pelangi Harapan Bangsa dapat lebih melayani *customer*.
2. Connected to :
  - a. Instagram : Pelangi Harapan Bangsa sehingga pembuatan konten dapat berjalan bersamaan dengan konten di instagram
  - b. *Website* : facebook dan *page* Pelangi Harapan Bangsa dapat terhubung dengan *website* sehingga pertukaran informasi dapat berjalan lancar, dan *customer* dapat mengakses *page* dengan mudah dan sebaliknya.

### C. *Website*.

Pada media website ada beberapa kekurangan yang akan diperbaiki saat pembuatan website baru. Berikut beberapa perbaikan yang harus diperbaiki pada website yang baru :

1. Belum dapat dipantau *analytics*.
2. Rank di google masih rendah
3. Alamat *website* masih susah untuk ditemukan.
4. Konten dalam *website* tidak ada.

Beberapa permasalahan diatas dapat diselesaikan dengan berbagai cara. Penyelesaian beberapa masalah akan disertakan. Tujuan yang diinginkan dari penelitian ini adalah :

1. *Website* memiliki 1 menu baru yaitu *blog* yang berisi tutorial atau edukasi yang berhubungan dengan sekolah.
2. *Analytics* sudah dapat digunakan di dalam *website*.
3. *Website* ada di 10 besar berdasarkan rank di google. Rank 10 besar dengan *keyword* :
  - a. *Homeschooling*
  - b. *Special needs*
  - c. *School bandung*
4. Desain *website* pada *mobile* sudah *mobile* responsif

Tujuan ini sudah tercapai dengan beberapa cara yang diterapkan. Berikut beberapa hal yang dilakukan agar tujuan dapat tercapai :

1. Perbanyak konten agar aktifitas *website* lebih dipantau oleh google.
2. Perbaiki konten yang harus ada dalam *blog*.
3. Menyesuaikan *template* dan fitur yang ada dalam *website* dengan kebutuhan sekolah.

Perbanyak konten sudah diimplementasikan untuk meningkatkan aktivitas *website* di *website* sekolah Pelangi Harapan Bangsa yang lama. Alasan pembuatan konten *blog* masih di *website* yang lama dikarenakan masalah administrasi dari sekolah. Berikut ini beberapa konten *blog* yang sudah dibuat :

1. Pelangi Harapan Bangsa *School*
2. *The Journey of* Pelangi Harapan Bangsa

3. Pelangi Harapan Bangsa *School Vission and Mission*
4. Pelangi Harapan Bangsa *School Achievements*
5. *Field trip to Super Indo.*

Tujuan membuat *blog* ini untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat akan sekolah Pelangi Harapan Bangsa. Kekurangan dari konten *blog* yang masih harus diperbaiki adalah :

1. Kata-kata dalam *blog* masih kurang dari 500 kata.
2. Belum ada *intra link*.
3. *Keyword* belum memenuhi *keyword density*(1,5% - 5%).
4. Tampilan *home* yang kurang informatif
5. Pendaftaran kelas *free trial* yang masih manual dan belum di data.

Dari beberapa kekurangan dalam *website* pelangiharapanbangsa.com sudah diperbaiki beberapa parameter yang masih kurang baik. Berikut beberapa kekurangan yang sudah diatasi.

1. *Intra link* sudah ada di setiap *page*.
2. Tampilan *home* yang sudah cukup informatif menjelaskan tentang sekolah.
3. Pendaftaran kelas *free trial* sudah dibuatkan form untuk memudahkan kontak dengan orang tua murid.

## B. Customer Lifecycle

Pada penelitian ini ada yang namanya *customer lifecycle*. *Customer lifecycle* dibagi menjadi 5 bagian yaitu :

- *Attention* : fase masyarakat mulai tahu mengenai pelangi harapan bangsa.
- *Interest* : masyarakat mulai menunjukkan ketertarikan akan Pelangi Harapan Bangsa.
- *Desire* : masyarakat mulai ingin mengikuti kegiatan *event* yang diadakan Pelangi Harapan Bangsa.
- *Action* : Masyarakat mendaftarkan diri untuk *event* di Pelangi Harapan Bangsa

*Customer lifecycle* dibagi menjadi 3 bagian. 3 bagian ini adalah *instagram*, *facebook*, *website*. *Customer lifecycle* yang menjadi media utama adalah *instagram*.

### 1. Instagram

Pada bagian ini akan dijelaskan *customer lifecycle* untuk Sekolah Pelangi Harapan Bangsa pada media Instagram.



Gambar 10 Interaksi yang Dilakukan Audience Terhadap Instagram Pelangi Harapan Bangsa

Simpulan dari Gambar 10 ada 64 interaksi yang dilakukan *audience* selama 1 minggu. Sebanyak 62 *audience* mengunjungi profil sekolah Pelangi Harapan Bangsa, 1 *audience* mengunjungi *website* dan 1 melakukan pencarian agar dapat melihat profil.



**Gambar 11 Report Aktivitas Akun.**

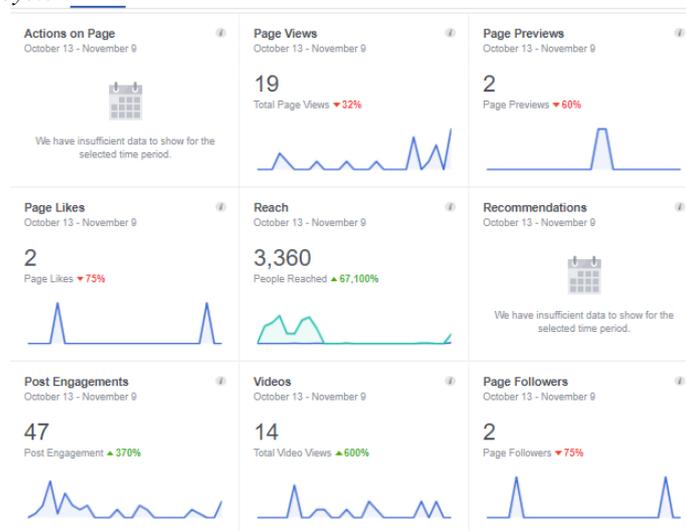
Simpulan pada Gambar 11 sebanyak 809 orang dijangkau selama 1 minggu. Impressions/ banyaknya dilihat *audience* ada 2,202 kali. *Customer lifecycle* yang didapat selama 1 minggu terakhir adalah :

- *Attention* : 2,202 *audience*.
- *Interest* : 809 *audience*.
- *Desire* : 1 *audience*(didapat dari *website click*)
- *Action* : 0 *audience*

Kesimpulan dari *customer lifecycle* pada media instagram adalah instagram dapat memberikan *attention* pada *brand* yang cukup banyak dan *conversi* dari *attention* ke *interest* cukup baik. Meningkatkan *desire* dan *action* dapat dibuatkan promo seperti *affiliate* promo. Untuk meningkatkan *action* dapat dibuat *event* agar orang tua yang ingin tau lebih lanjut dapat mengikuti event dari sekolah.

## 2. Facebook

*Customer lifecycle* yang ada pada media facebook dapat dilihat pada *facebook insight*. Berikut data yang mewakilkan *customer lifecycle* :



**Gambar 12 Data Facebook yang Digunakan untuk Menunjukkan Customer lifecycle.**

Pada Gambar 12 dapat digunakan data nya untuk menentukan *customer lifecycle*. Berikut *customer lifecycle* pada media facebook :

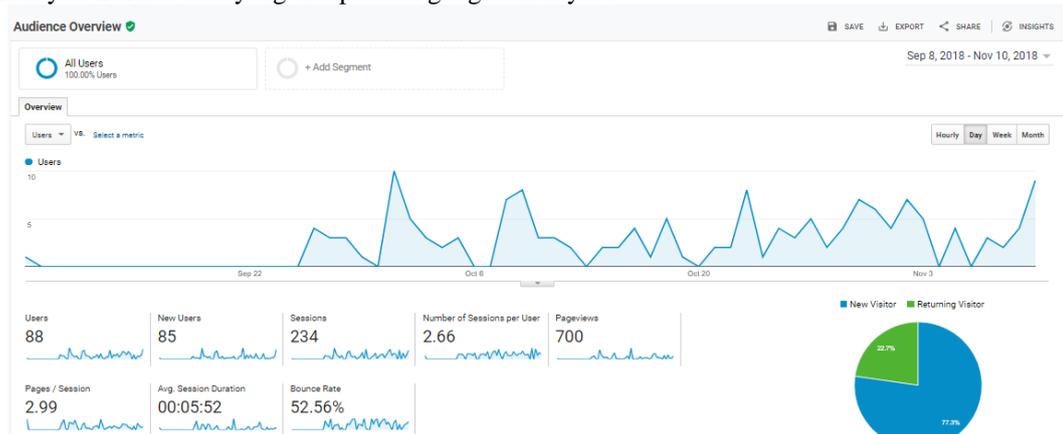
- *Attention* : 3,360 orang.

- *Interest* : 47 orang.
- *Desire* : 19 orang.
- *Action* : 0 User.

Kesimpulan dari *customer lifecycle* pada media facebook adalah facebook dapat meningkatkan *attention* pada masyarakat yang cukup besar. Konversi dari *attention* menjadi *interest* sangat buruk karena *behaviour* pengguna facebook beda dengan pengguna instagram. Facebook dapat digunakan untuk memberikan informasi akan adanya event. Walaupun posting tidak mendapat *action* tetapi masyarakat dapat langsung menghubungi *staff* untuk mengikuti *event*.

### 3. Website

*Customer lifecycle* dapat dijelaskan dengan melihat data yang ada dalam *website*. Tool yang digunakan adalah google analytics. Berikut data yang didapat dari google analytics :



**Gambar 13 Customer lifecycle Periode 8 September 2018 - 10 November 2018**

Pada Gambar 13 merupakan *overview* dari periode 8 September 2018 – 10 November 2018. Berikut *customer lifecycle* dari Gambar 13:

- *Attention* : 88 User.
- *Interest* : 3 User (karena 3 user ini yang kembali ke *website*)
- *Desire* : 0 user.
- *Action* : 0 user.

*Customer lifecycle* pada *website* kurang terlihat karena dalam penelitian ini media yang lebih difokuskan adalah instagram. Kunjungan *website* dari media sosial lain pun tersedia di google analytics. Berikut media-media yang menghubungkan *audience* dengan *website* :

Campaign	Acquisition			Behavior		
	Users	New Users	Sessions	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	28 % of Total: 21.82% (88)	20 % of Total: 23.53% (85)	58 % of Total: 24.79% (234)	60.34% Avg for View: 52.56% (14.80%)	2.34 Avg for View: 2.99 (-21.62%)	00:04:09 Avg for View: 00:05:52 (-29.38%)
1. Visit Us	6 (18.18%)	6 (30.00%)	10 (17.24%)	60.00%	2.30	00:02:49
2. Contact Us from homepage	5 (15.15%)	0 (0.00%)	15 (25.86%)	26.67%	3.93	00:10:01
3. Gallery visit by instagram promotion	5 (15.15%)	5 (25.00%)	5 (8.62%)	100.00%	1.00	00:00:00
4. Website visit - Instagram	5 (15.15%)	4 (20.00%)	6 (10.34%)	66.67%	3.00	00:05:54
5. Websiteby facebook button	3 (9.09%)	3 (15.00%)	3 (5.17%)	100.00%	1.00	00:00:00
6. Contact us by facebook button	2 (6.06%)	2 (10.00%)	2 (3.45%)	100.00%	1.00	00:00:00
7. Contact Us from Field Trip page	2 (6.06%)	0 (0.00%)	3 (5.17%)	66.67%	1.67	00:00:14
8. free trial from about us pages	2 (6.06%)	0 (0.00%)	6 (10.34%)	66.67%	1.50	00:00:15
9. mengikuti free trial setelah lihat kelebihan sekolah	1 (3.03%)	0 (0.00%)	1 (1.72%)	0.00%	2.00	00:00:06
10. Promo free trial dari pop up.	1 (3.03%)	0 (0.00%)	6 (10.34%)	66.67%	1.50	00:04:00

**Gambar 14 Cara Cara User Mengunjungi website.**

Pada Gambar 14 adalah data pengunjung website mengakses website dari media apa. Berikut penjelasannya :

- Website
  - o Home page : 5
  - o Field trip page : 2
  - o About us page : 2
  - o Kelebihan sekolah page : 1
- Facebook
  - o Button website : 3
  - o Contact us button : 2
- Instagram
  - o Link bio : 5

Kesimpulan dari *customer lifecycle* pada media *website*, *website* kurang di aware oleh masyarakat. Netizen indonesia lebih senang menggunakan sosial media dibandingkan dengan menggunakan *website*. *Website* dapat digunakan untuk arsip perusahaan sebagai company profile. Dan sosial media menjadi jembatan antara *audience* dengan program yang dimiliki sekolah.

#### IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini penggunaan *wordpress* sebagai *platform* untuk pengembangan *website* sudah sesuai. Support center dan tutorial cukup lengkap dalam pengembangannya. Penyampaian informasi pada orang tua dapat dilakukan melalui sosial media dan *website*. Untuk kegiatan secara khususnya di upload melalui instagram dan facebook. Sedangkan untuk detail kegiatan di upload di *website*. Dalam pelacakan kegiatan *marketing* dari *website* dan sosial media, *google analytics* digunakan untuk memantau pergerakan *website*, *facebook insight* dan *instagram insight* untuk memantau kegiatan *marketing* pada sosial media. Kegiatan digital *marketing* yang termasuk sosial media *marketing* dapat meningkatkan *brand awareness* masyarakat jika dilakukan secara terjadwal, konten yang menarik dan tertuju sesuai *audience*.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan berjalan tanpa kerja sama dengan sekolah Pelangi Harapan Bangsa. Terima kasih atas kerja sama yang dijalin dalam pembuatan penelitian ini. Penelitian ini akan menjadi pengalaman yang berharga untuk memasuki dunia kerja kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] kemendikbud.go.id, "Kamus Besar Bahasa Indonesia(KBBI)," [Online]. Available: <https://kbbi.web.id/sekolah>. [Diakses 21 11 2018].
  - [2] G. d. Susena, "Komparasi Strategi Pembelajaran Guru Pendidikan Kewarganegaraan di Homeschooling Primagama dengan SMP Piri II Yogyakarta," *Jurnal Citizenship*, vol. 2, no. 2, 2013.
  - [3] K. Seto, "Home Schooling keluarga Kak Seto," Bandung, Kaifa, 2007, p. 59.
  - [4] Daryanto, Strategi dan Tahapan Mengajar, Bandung: Yrama Widya, 2013.
  - [5] iThemes.com, Getting Starter with Wordpress, Edmond: iThemes Media, 2015.
  - [6] E. Ip, THE DEFINITIVE GUIDE TO SOCIAL MEDIA MARKETING, Marketo, 2017.
  - [7] N. P. Andini, "PENGARUH VIRAL MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 11, no. 1, 2014.
  - [8] G. T. Resky, "ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (e-WOM) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK TAS DI INSTAGRAM RGFASHION," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, vol. 3, no. 2.
  - [9] L. D. Ananda, "Dinamika Trust pada Pemasaran Online di Media Sosial," *Jurnal Komunikasi Indonesia*, vol. 5, no. 1, 2017.
  - [10] J. Lee, "Make Use OF," 26 January 2017. [Online]. Available: [read:https://www.makeuseof.com/tag/6-websites-to-track-a-websites-traffic/](https://www.makeuseof.com/tag/6-websites-to-track-a-websites-traffic/). [Diakses 22 Februari 2018].
  - [11] S. Greg Shuey, Learning SEO From the Experts, Hubspots.
-