

MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* ANAK PANAH CYBERSCHOOL MELALUI STRATEGI *CONTENT MARKETING* YANG EFEKTIF

Nathanie Asher Tangjaya¹, Renjiro Jonathan^{2*}, Steven Adrisa Idris³, Leo Alexander Tambunan⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Matana Univeristy, Kota Tangerang, Indonesia

nathanie.tangjaya@student.matanauniversity.ac.id¹,

renjiro.jonathan@student.matanauniversity.ac.id²,

steven.adrisa@student.matanauniversity.ac.id³, leo.alexander@matanauniversity.ac.id⁴

ABSTRACT; *This study discusses about effective content marketing strategies in building brand awareness of Anak Panah Cyberschool in the digital era. With the increasing development of technology and the use of social media such as Instagram and TikTok, content marketing has become an important tool to introduce the identity and values of a brand to a wider audience. This study aims to analyze how the implementation of creative and relevant content marketing strategies can increase visibility and user engagement with the Anak Panah Cyberschool brand. The methods used include providing education and socialization to Anak Panah Cyberschool teachers through seminars, as well as analyzing social media content to assess the effectiveness of the strategies implemented. The results of the study indicate that the use of planned, consistent, and target audience-appropriate content can significantly increase brand recognition. In addition, an attractive visual approach and narratives oriented towards educational values are key factors in strengthening the positive image of Anak Panah Cyberschool. Thus, this study is expected to be a reference for similar educational institutions in designing effective digital marketing strategies to increase brand awareness.*

Keywords: *Anak Panah Cyberschool, Brand Awareness, Content Marketing, Digital Marketing, Social Media.*

ABSTRAK; Penelitian ini membahas mengenai strategi *content marketing* yang efektif dalam membangun *brand awareness* Anak Panah Cyberschool di era digital. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok, *content marketing* menjadi alat yang penting untuk memperkenalkan identitas dan nilai dari sebuah brand kepada audiens yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi *content marketing* yang kreatif dan relevan dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pengguna dengan *brand* Anak Panah Cyberschool. Metode yang digunakan meliputi pemberian edukasi dan sosialisasi kepada guru Anak Panah Cyberschool melalui seminar, serta analisis konten media sosial untuk mengkaji

efektivitas strategi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan konten yang terencana, konsisten, dan sesuai dengan target audiens mampu meningkatkan pengenalan merek secara signifikan. Selain itu, pendekatan visual yang menarik dan narasi yang berorientasi pada nilai edukasi menjadi faktor kunci dalam memperkuat citra positif Anak Panah Cyberschool. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan serupa dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness*.

Kata Kunci: Anak Panah Cyberschool, *Brand Awareness*, *Digital Marketing*, Konten Marketing, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dunia pendidikan juga mengalami perubahan yang signifikan. Penggunaan media sosial dan teknologi digital menjadi aspek yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda. Hal ini membawa dampak positif bagi sektor pendidikan, di mana banyak lembaga pendidikan yang memanfaatkan teknologi untuk menawarkan berbagai solusi yang lebih fleksibel dan dapat diakses oleh lebih banyak orang. Salah satunya adalah Anak Panah Cyberschool, sebuah lembaga pendidikan berbasis *daring* yang berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas dengan memanfaatkan teknologi.

Anak Panah Cyberschool memiliki berbagai keunggulan, seperti fleksibilitas dalam metode pembelajaran dan akses yang lebih mudah ke materi pendidikan, namun lembaga ini menghadapi tantangan besar dalam membangun *brand awareness* di kalangan masyarakat. *Brand awareness* atau kesadaran merek merupakan hal yang sangat penting dalam dunia pendidikan, karena akan mempengaruhi keputusan orang tua dan calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan yang tepat. Meskipun Anak Panah Cyberschool memiliki potensi yang besar, masih banyak orang yang belum mengetahui tentang eksistensinya, terutama di kalangan orang tua yang mungkin lebih memilih sekolah atau lembaga pendidikan konvensional.

Masyarakat sasaran dari Anak Panah Cyberschool adalah orang tua dan siswa yang mencari alternatif pendidikan yang lebih adaptif dengan perkembangan zaman. Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, anak-anak dan remaja kini lebih terhubung dengan dunia digital dan memiliki preferensi terhadap cara-cara baru dalam memperoleh pendidikan. Oleh karena itu, Anak Panah Cyberschool perlu memanfaatkan *platform* media sosial seperti

Instagram dan TikTok yang sangat populer di kalangan generasi muda dan orang tua masa kini. Melalui *platform* ini, Anak Panah Cyberschool dapat memperkenalkan identitas dan nilai-nilai mereka kepada audiens yang lebih luas dan lebih beragam.

Namun, meskipun media sosial menawarkan potensi yang besar, Anak Panah Cyberschool masih belum dapat memaksimalkan potensi ini untuk membangun *brand awareness* yang signifikan. Salah satu penyebab utama dari masalah ini adalah kurangnya penerapan strategi *content marketing* yang efektif. Tanpa adanya strategi konten yang terencana, konten yang dipublikasikan oleh Anak Panah Cyberschool sering kali tidak cukup menarik, tidak konsisten, dan tidak relevan dengan audiens target. Konten yang kurang terencana ini menyebabkan rendahnya keterlibatan pengguna, sehingga merek ini kesulitan dalam menciptakan hubungan yang kuat dengan audiens.

Permasalahan ini menjadi tantangan utama yang perlu diatasi oleh Anak Panah Cyberschool agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek mereka dan menarik lebih banyak calon siswa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan dan menganalisis penerapan strategi *content marketing* yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* Anak Panah Cyberschool. Strategi ini tidak hanya terdiri dari pembuatan konten yang menarik dan kreatif, tetapi juga melibatkan pengelolaan konten yang terstruktur dan konsisten di *platform* media sosial. Dengan demikian, diharapkan Anak Panah Cyberschool dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan mampu memperkuat citra positif mereka sebagai lembaga pendidikan yang inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman.

Strategi *content marketing* yang efektif berkaitan dengan beberapa elemen penting, antara lain pembuatan konten visual yang menarik, narasi yang berfokus pada nilai edukasi, serta penjadwalan dan konsistensi dalam penyebaran konten. Salah satu faktor penting dalam keberhasilan *content marketing* adalah pemahaman yang mendalam mengenai audiens yang menjadi target. Oleh karena itu, dalam penelitian ini juga akan dibahas bagaimana memahami audiens yang tepat dan menyusun strategi konten yang dapat meningkatkan keterlibatan dan visibilitas merek di *platform* media sosial.

Untuk memastikan keberhasilan implementasi strategi *content marketing* ini, penelitian ini juga mengusulkan untuk memberikan pelatihan dan edukasi kepada pengelola konten dan guru Anak Panah Cyberschool. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat konten yang menarik dan efektif di media sosial, sehingga mereka

dapat lebih percaya diri dalam mengelola akun media sosial lembaga. Keterlibatan aktif dari pengelola konten dan guru sangat penting, karena mereka juga akan berperan dalam menjalankan strategi pemasaran dan memperkenalkan merek ke audiens.

Melalui penerapan strategi *content marketing* yang lebih terencana dan efektif, diharapkan Anak Panah Cyberschool dapat meningkatkan *brand awareness* mereka secara signifikan. Peningkatan *brand awareness* ini akan membuka peluang lebih besar bagi Anak Panah Cyberschool untuk menarik lebih banyak calon siswa dan orang tua yang mencari solusi pendidikan yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Selain itu, dengan membangun citra yang lebih kuat, Anak Panah Cyberschool dapat memperluas jangkauan dan memperkuat posisinya di pasar pendidikan *daring*.

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam mengembangkan strategi *content marketing* yang lebih efektif bagi lembaga pendidikan daring, khususnya Anak Panah Cyberschool. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan lainnya dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* mereka, serta memberikan manfaat yang lebih besar bagi pengembangan sektor pendidikan di era *digital*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode edukasi melalui seminar dan penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form*. Seminar ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman tentang *content marketing* di media sosial yang bertujuan membangun *brand awareness* Anak Panah Cyberschool. Kegiatan ini menggabungkan presentasi interaktif untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada peserta. Materi yang disampaikan dalam seminar terdiri dari pengenalan konsep *content marketing*, strategi pembuatan konten yang menarik dan relevan, pengelolaan media sosial secara efektif, penyusunan kalender konten yang terstruktur, serta analisis dan evaluasi efektivitas konten yang telah dipublikasikan. Melalui sesi ini, peserta diajarkan teknik membuat konten yang relevan, mengelola jadwal publikasi, serta menganalisis hasil kampanye *marketing*. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan berbagai alat analitik media sosial untuk mengukur dampak konten yang telah dipublikasikan.

Pelaksanaan kegiatan ini berupa seminar edukasi yang diselenggarakan di Gading Serpong, Tangerang, pada 25 November 2024. Seminar ini dihadiri oleh guru-guru yang terlibat dalam pengelolaan media sosial Anak Panah Cyberschool. Lokasi ini dipilih karena Gading Serpong merupakan kawasan yang memiliki akses yang baik terhadap perkembangan teknologi dan media sosial, serta menjadi pusat kegiatan masyarakat dengan banyaknya lembaga pendidikan dan komunitas digital. Seminar ini diikuti oleh 11 peserta yang terdiri dari guru-guru yang terlibat langsung dalam proses pengelolaan media sosial Anak Panah Cyberschool. Para peserta ini dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam manajemen konten dan komunikasi dengan audiens, sehingga mereka memiliki peran penting dalam penerapan strategi *content marketing* yang efektif.

Kegiatan seminar berlangsung selama satu hari untuk memberikan kesempatan bagi peserta untuk mendalami materi serta berinteraksi dengan narasumber. Selain memberikan edukasi melalui seminar, kegiatan ini juga melibatkan penyebaran kuesioner melalui *Google Form* kepada para guru untuk mengevaluasi pemahaman mereka terkait *content marketing* sebelum dan sesudah seminar. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta berkembang setelah mengikuti kegiatan ini. Selain melalui seminar, pengumpulan data juga dilakukan melalui penyebaran kuesioner tambahan secara *daring* menggunakan *Google Form*. Kuesioner ini disebarkan kepada peserta setelah seminar untuk mengumpulkan *feedback* terkait efektivitas metode yang digunakan serta kendala yang mereka hadapi dalam menerapkan materi yang telah dipelajari. Dengan kombinasi metode ini, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan *content marketing* para peserta dan memperkuat kehadiran digital Anak Panah Cyberschool.

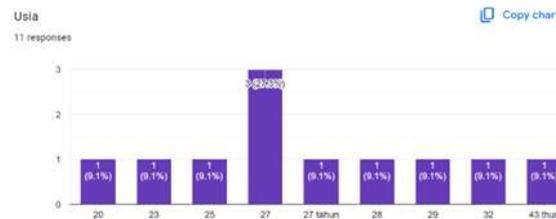


**Gambar 1. Sesi Foto Dengan
Para Peserta Seminar**

HASIL DAN PEMBAHASAN

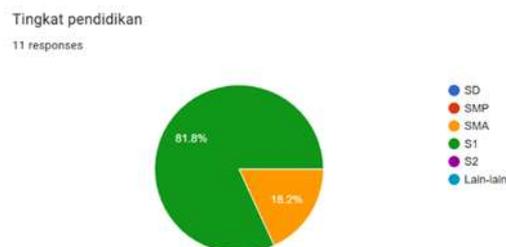
HASIL

Berdasarkan grafik batang dibawah berikut, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki rentang usia yang beragam, mulai dari 20 hingga 43 tahun. Jumlah total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 11 orang.



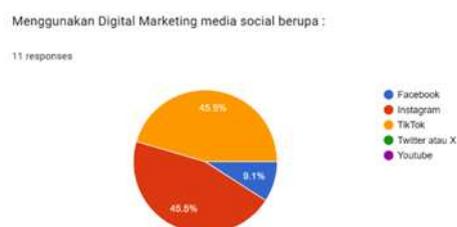
Gambar 2. Data Usia Responden

Dari 11 responden yang terlibat dalam penelitian ini, sebesar 81,8% di antaranya memiliki latar belakang pendidikan Sarjana Strata 1 (S1), sementara 18,2% lainnya merupakan lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA). Keberagaman tingkat pendidikan ini memberikan wawasan lebih luas tentang pemahaman dan pandangan responden terhadap materi seminar.



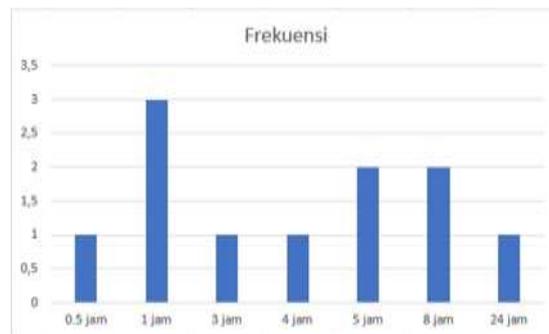
Gambar 3. Tingkat Pendidikan Responden

Dari 11 responden yang ditampilkan dalam diagram lingkaran di atas, dapat disimpulkan bahwa tiga *platform* media sosial yang paling banyak digunakan adalah Instagram (45,5%), TikTok (45,5%), dan Facebook (9,1%).



Gambar 4. Penggunaan Media Sosial Responden

Dari 11 responden, terdapat variasi durasi penggunaan media sosial. Satu orang menggunakan media sosial selama ½ jam, sementara tiga orang menghabiskan waktu selama 1 jam. Selain itu, satu orang menggunakan media sosial selama 3 jam, dan satu orang lainnya selama 4 jam. Dua orang menggunakan media sosial selama 5 jam, dua orang lagi selama 8 jam, dan satu orang menggunakan media sosial selama 24 jam.



Gambar 5. Durasi Menggunakan Media Sosial (Waktu)

PEMBAHASAN

1. Implementasi Strategi *Content Marketing* Anak Panah Cyberschool

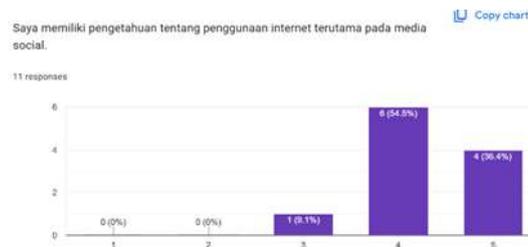
Setelah melaksanakan seminar edukasi mengenai *content marketing* untuk membangun *brand awareness* Anak Panah Cyberschool, kami memperoleh beberapa hasil yang menunjukkan bahwa adanya perkembangan positif pada pemahaman dan keterampilan peserta, serta indikasi awal keberhasilan strategi yang diimplementasikan.

Berdasarkan pengamatan dan data yang dikumpulkan selama seminar, dapat disimpulkan beberapa hal berikut :

a. Peningkatan Pemahaman Konsep *Content Marketing*

Sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai konsep dasar *content marketing*, terutama dalam hal pentingnya konten yang relevan dan terencana untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Pada sesi awal, peserta terlihat belum sepenuhnya memahami bagaimana konten yang baik dapat mendukung *brand awareness*. Namun, setelah diberikan penjelasan lebih mendalam mengenai cara menyampaikan pesan edukasi melalui media sosial, mereka menunjukkan peningkatan signifikan. Peserta mulai menyadari bahwa *content marketing* bukan hanya soal promosi produk atau layanan, melainkan tentang menciptakan hubungan lebih erat dengan audiens.

Materi yang disampaikan mencakup berbagai aspek *content marketing*, mulai dari pembuatan konten visual yang menarik hingga strategi berbasis cerita yang mengutamakan edukasi. Ini sangat relevan bagi target audiens Anak Panah Cyberschool, yaitu orang tua dan siswa yang mencari alternatif pendidikan, yang membutuhkan informasi yang tidak hanya menarik, tetapi juga mendalam tentang manfaat pendidikan *daring* dan keunggulan lembaga tersebut.



Gambar 6. Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap Sosial Media

b. Peningkatan Kemampuan Pembuatan Konten

Selain meningkatkan pemahaman teoretis, seminar ini juga bertujuan untuk meningkatkan keterampilan para peserta dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan dengan audiens target Anak Panah Cyberschool. Dalam sesi seminar, peserta diberikan panduan langkah demi langkah untuk merancang konten yang sesuai dengan audiens yang dituju, yaitu orang tua dan siswa yang mencari alternatif pendidikan *daring* yang berkualitas dan adaptif.

Materi yang disampaikan terdiri dari berbagai jenis konten yang dapat digunakan untuk *membangun brand awareness*, seperti infografis, video pendek, dan cerita-cerita inspiratif tentang pengalaman siswa dan orang tua yang telah merasakan manfaat dari pendidikan di Anak Panah Cyberschool. Para peserta juga diajarkan bagaimana menyusun pesan yang jelas dan menarik, serta bagaimana menyajikan informasi dengan cara yang mudah dipahami, tetapi tetap mencerminkan nilai-nilai utama lembaga, seperti fleksibilitas, kualitas pendidikan, dan inovasi dalam proses belajar.

Konten yang dihasilkan sangat sesuai dengan harapan, mampu mencerminkan nilai-nilai yang dimiliki oleh Anak Panah Cyberschool. Sebagai contoh, video pengenalan yang menggambarkan keseharian siswa dan guru di Anak Panah Cyberschool menunjukkan secara nyata keunggulan model pembelajaran *daring* yang diterapkan oleh lembaga ini. Video tersebut

memberikan gambaran yang otentik tentang atmosfer pembelajaran yang diterima siswa, serta menunjukkan bagaimana proses pembelajaran yang fleksibel dan berbasis teknologi berjalan dengan lancar.

c. Penyusunan Kalender Konten yang Terstruktur

Salah satu materi yang juga sangat membantu peserta adalah penyusunan kalender konten. Salah satu tantangan utama dalam content marketing adalah menjaga konsistensi dalam penyebaran konten yang relevan. Tanpa adanya penjadwalan konten yang terstruktur, publikasi konten bisa menjadi tidak teratur, yang dapat menurunkan tingkat keterlibatan audiens. Melalui pelatihan ini, peserta diajarkan cara menyusun kalender konten yang mencakup berbagai jenis konten seperti konten informatif, edukatif, serta konten hiburan yang tetap relevan dengan audiens Anak Panah Cyberschool.

Konten yang dipublikasikan harus dilaksanakan secara konsisten dan sesuai dengan waktu yang tepat agar bisa menarik perhatian audiens yang lebih luas. Dalam hal ini, peserta tidak hanya belajar mengenai cara membuat konten tetapi juga kapan dan di mana konten tersebut harus dipublikasikan agar dapat menarik lebih banyak perhatian audiens, baik itu melalui Instagram, TikTok, dan *platform* lainnya.

d. Evaluasi dan Analisis Efektivitas Konten

Meskipun pada tahap awal belum ada data yang signifikan terkait hasil kampanye pemasaran, peserta diberikan pelatihan mengenai bagaimana cara menganalisis dan mengevaluasi efektivitas konten. Teknik yang dipelajari meliputi analisis metrik keterlibatan seperti *like*, komentar, *share*, dan jumlah pengikut. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai analisis hasil kampanye secara keseluruhan melalui konversi atau tingkat keberhasilan dalam menarik orang tua atau calon siswa untuk bergabung dengan Anak Panah Cyberschool.

Meskipun data yang didapat masih terbatas pada pengukuran awal, evaluasi yang dilakukan setelah sesi pelatihan menunjukkan bahwa peserta sudah mampu menggunakan *tools* analisis media sosial yang lebih canggih, seperti *Facebook Insights*, *Google Analytics*, dan berbagai *tools* lainnya yang dapat memberikan informasi lebih lengkap mengenai audiens dan efektivitas kampanye pemasaran.

2. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness*

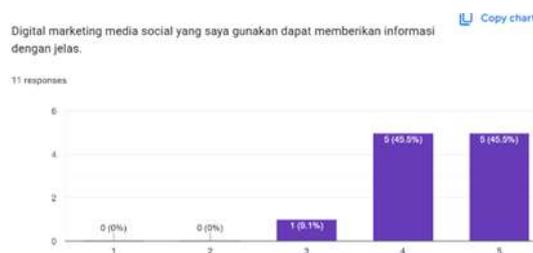
Setelah melaksanakan seminar edukasi ini, pengelolaan dan strategi *content marketing* yang diterapkan memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana kegiatan ini memengaruhi *brand awareness* Anak Panah Cyberschool di kalangan audiens target.

Berikut adalah beberapa pembahasan yang berkaitan mengenai pengaruh strategi ini :

a. Peran Media Sosial dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Penggunaan media sosial merupakan strategi yang sangat tepat untuk membangun *brand awareness* Anak Panah Cyberschool, mengingat populasi audiens yang sangat aktif di *platform-platform* tersebut. Instagram dan TikTok merupakan dua *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh audiens target yang terdiri dari orang tua dan generasi muda. Keduanya memungkinkan Anak Panah Cyberschool untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dengan cara yang lebih langsung dan lebih personal.

Berdasarkan analisis awal, dapat disimpulkan bahwa media sosial memberikan potensi yang besar bagi lembaga pendidikan *daring* seperti Anak Panah Cyberschool untuk memperkenalkan nilai-nilai yang mereka tawarkan, seperti fleksibilitas dalam metode pembelajaran, kualitas pengajaran, serta kemudahan akses materi pembelajaran. Video dan gambar-gambar yang menarik juga dapat dengan cepat menarik perhatian audiens, serta memperkenalkan Anak Panah Cyberschool secara lebih menyeluruh.



Gambar 7. Pemanfaatan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* melalui Media Sosial

b. Keterlibatan Guru dalam Pengelolaan Konten

Keterlibatan langsung guru dalam pembuatan dan pengelolaan konten menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan strategi *content marketing* ini. Guru-guru yang terlibat dalam proses pengajaran di Anak Panah Cyberschool memiliki pemahaman yang mendalam mengenai

nilai-nilai yang ingin ditonjolkan lembaga ini. Oleh karena itu, konten yang mereka buat lebih otentik dan lebih relatable bagi audiens.

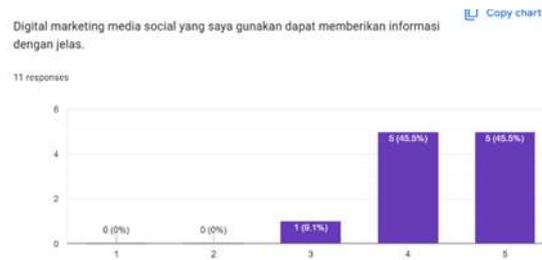
Selain itu, para guru dapat berbagi pengalaman langsung dengan audiens, yang sangat membantu dalam membangun kepercayaan audiens terhadap lembaga. Konten yang berupa testimoni atau cerita siswa dan orang tua yang merasakan manfaat pendidikan di Anak Panah Cyberschool dapat memberikan bukti nyata mengenai kualitas pendidikan yang mereka tawarkan. Hal ini tentunya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat *brand awareness* lembaga pendidikan.

c. Konsistensi dan Keteraturan dalam Penyebaran Konten

Salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan *content marketing* adalah konsistensi. Dari hasil evaluasi yang dilakukan setelah seminar, peserta menunjukkan pemahaman yang baik mengenai pentingnya menjadwalkan konten secara teratur. Konten yang tidak konsisten dapat menyebabkan audiens kehilangan minat, dan hal ini dapat menurunkan efektivitas strategi pemasaran. Keteraturan dalam menyebarkan konten berfungsi untuk mengingatkan audiens mengenai keberadaan dan nilai-nilai yang dimiliki oleh Anak Panah Cyberschool. Oleh karena itu, penting bagi lembaga ini untuk menerapkan kalender konten yang terstruktur dan disiplin dalam mengikuti jadwal yang telah ditentukan.

d. Evaluasi dan Optimisasi Konten

Dalam evaluasi dan analisis yang dilakukan terhadap konten yang dipublikasikan menunjukkan bahwa Anak Panah Cyberschool perlu terus mengoptimalkan konten mereka. Hal ini termasuk memperhatikan *feedback* dari audiens, menganalisis metrik keterlibatan secara rutin, dan melakukan penyesuaian sesuai dengan perubahan tren yang ada di media sosial. Penggunaan *tools* analisis media sosial sangat penting untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan dapat mencapai audiens yang tepat dan memiliki dampak yang signifikan terhadap *brand awareness*.



Gambar 8. Penggunaan *Digital Marketing Media Sosial*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil implementasi strategi *content marketing* untuk membangun *brand awareness* Anak Panah Cyberschool, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta terkait *content marketing*. Peserta berhasil memahami pentingnya konten yang relevan dan terencana, serta mampu membuat konten yang sesuai dengan audiens target, yaitu orang tua dan siswa yang mencari alternatif pendidikan *daring*. Penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok terbukti efektif dalam menjangkau audiens, sementara keterlibatan guru dalam pembuatan konten menambah keaslian dan keterikatan audiens terhadap lembaga. Meskipun demikian, tantangan yang masih dihadapi adalah keterbatasan data untuk evaluasi lebih lanjut, kesulitan menjaga konsistensi konten, serta keterbatasan sumber daya untuk mengoptimalkan konten secara berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan analisis keunggulan dan kelemahan dari pelaksanaan strategi *content marketing* Anak Panah Cyberschool, terdapat beberapa saran untuk meningkatkan efektivitas kegiatan ini, antara lain :

1. **Peningkatan Kalender Konten yang Terstruktur** : Untuk menjaga konsistensi dalam publikasi konten, disarankan agar Anak Panah Cyberschool memperkuat penyusunan kalender konten yang lebih terstruktur, dengan jadwal yang lebih disiplin. Hal ini akan membantu agar konten tetap relevan dan dapat meningkatkan keterlibatan audiens.
2. **Melibatkan Pihak Lain dalam Pembuatan Konten** : Meski keterlibatan guru terbukti efektif, disarankan agar Anak Panah Cyberschool melibatkan lebih banyak pihak seperti

alumni atau orang tua siswa dalam pembuatan konten. Hal ini akan memberikan perspektif yang lebih kaya dan meningkatkan kredibilitas serta kepercayaan audiens terhadap lembaga.

3. **Optimasi Penggunaan *Tools* Analitik** : Untuk meningkatkan efektivitas konten dan mendapatkan data yang lebih akurat, Anak Panah Cyberschool perlu memanfaatkan *tools* analitik media sosial yang lebih canggih. Penggunaan *tools* ini akan memudahkan dalam menganalisis metrik keterlibatan dan konversi, serta membantu mengoptimalkan strategi *content marketing* yang dijalankan.
4. **Pendidikan Berkelanjutan Mengenai Tren Media Sosial** : Agar kegiatan *content marketing* tetap relevan, disarankan untuk terus memberikan edukasi kepada peserta mengenai tren terbaru dan perubahan algoritma media sosial yang dapat memengaruhi penyebaran konten. Ini akan membantu dalam memperbarui strategi agar tetap efektif dan dapat terus menjangkau audiens dengan cara yang lebih efisien.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, Anak Panah Cyberschool diharapkan dapat menjaga keberlanjutan dan mengembangkan *strategi content marketing* secara lebih efektif. Hal ini diharapkan mampu memperkuat *brand awareness* serta membangun hubungan yang lebih solid dan berkelanjutan dengan audiens target.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Warnaen, J. M. (2023). *Content Marketing* Instagram untuk Membangun *Brand Awareness* Produk Susu. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*.
- Erni Irdewanti, Y. S. (2023). Strategi *Content Marketing* Suara Telfon untuk Meningkatkan *Brand Awareness* (Studi Kasus *Content Marketing* Avoskin di Instagram @suarateflon). *Jurnal Common*.
- Eva Octaviana, Z. Z. (2024). Peran *Content Marketing* Instagram Sebagai Strategi Menumbuhkan *Brand Awareness* Pada Usaha Springshop_PLW. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.
- Kanaya Saffanah Mutiara Mulyadi, M. S. (2034). Penerapan Strategi *Content Marketing* Instagram dan TikTok Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* dan Membangun *Brand Loyalt* Pada UKM Iga Bakar Mas Giri Bandung. *Jurnal Ekonomi Revolutioner*.