

IMPLEMENTASI STRATEGI *CRM COMMUNICATION* DALAM KOMUNITAS DEMI ANAK SEBAGAI KEUNGGULAN PROGRAM PARENTING HOME EDUCATION INDONESIA

Donna Dwiyanto¹, Wilma Cordelia Izaak²

^{1,2,3}) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

e-mail: 22012010147@student.upnjatim.ac.id¹, wilma.izaak.mnj@upnjatim.ac.id²

Abstrak

Komunitas Demi Anak merupakan salah satu komunitas parenting milik Home Education Indonesia yang berfokus pada dukungan untuk membantu dan dalam memfasilitasi serta mendukung peran orang tua untuk meningkatkan pendidikan dan perkembangan anak mereka secara optimal. Untuk mendukung keterlibatan anggota, komunitas ini telah menggunakan strategi komunikasi berbasis CRM (Customer Relationship Management) yang digunakan untuk meningkatkan keterlibatan, loyalitas, dan kepuasan melalui aktivitas terstruktur, seperti to-do list mingguan, kuliah Whatsapp gratis, berbagi materi pembelajaran atau edukasi, sesi curhat, tantangan kolaboratif antara orang tua dan anak, serta panggilan video bersama anggota. Tujuan dari penelitian untuk mengevaluasi strategi komunikasi yang telah diterapkan dan mengembangkan inovasi berupa game puzzle berbasis online melalui website JigsawExplorer sebagai strategi komunikasi tambahan yang lebih interaktif dalam Komunitas Demi Anak agar dapat terus mempertahankan loyalitas anggota. Game ini dirancang sebagai lomba, di mana pemenangnya akan mendapatkan hadiah berupa e-book gratis. Melalui metode kualitatif deskriptif dengan observasi, dan eksperimen game puzzle. Penelitian ini menemukan bahwa inovasi ini dapat meningkatkan partisipasi, motivasi, loyalitas, serta kepuasan anggota. Tambahan strategi berbasis digital ini menunjukkan potensi besar dalam memperkuat pengalaman komunitas parenting milik Home Education Indonesia.

Kata kunci: *CRM Communication*, Komunitas Parenting, Gamifikasi, Strategi Komunikasi

Abstract

Komunitas Demi Anak is one of Home Education Indonesia's parenting communities which focuses on support to help and facilitate and support the role of parents in improving their children's education and development optimally. To support member engagement, this community has used a CRM (Customer Relationship Management) based communication strategy which is used to increase engagement, loyalty and satisfaction through structured activities, such as weekly to-do lists, free Whatsapp lectures, sharing learning or educational materials, sessions venting, collaborative challenges between parents and children, as well as video calls with members. The aim of the research is to evaluate the communication strategies that have been implemented and develop innovations in the form of online-based puzzle games via the JigsawExplorer website as an additional, more interactive communication strategy in the Komunitas Demi Anak so that it can continue to maintain member loyalty. This game is designed as a competition, where the winner will receive a prize in the form of a free e-book. Through descriptive qualitative methods with observation and puzzle game experiments. This research found that this innovation can increase member participation, motivation, loyalty and satisfaction. This additional digital-based strategy shows great potential in strengthening the experience of Home Education Indonesia's parenting community..

Keywords: CRM Communications, Parenting Community, Gamification, Communication Strategy

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan keluarga Indonesia saat ini banyak mengalami permasalahan dan keresahan dalam pengasuhan anak seiring dengan perkembangan zaman seperti, minimnya pengetahuan terkait pola pengasuhan anak yang tepat, ketergantungan terhadap teknologi dan media digital, dan kurangnya keterlibatan peran orang tua. Permasalahan-permasalahan tersebut berdampak pada kurang optimalnya perkembangan anak, baik dari emosional, akademis, maupun sosial. (Atmojo, Sakinah, & Wantini, 2022) Dalam situasi ini peran orang tua sebagai pendidik utama di rumah dan lingkungan pertama bagi anak menjadi sangat penting, terutama pada usia dini yang dikenal sebagai masa *golden age* anak

yang akan mempengaruhi perkembangan mereka di masa depan. Penelitian menunjukkan bahwa pola pengasuhan yang kolaboratif antara orang tua dan komunitas dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan anak, terutama jika dilakukan melalui pendekatan yang sistematis dan berbasis teknologi digital (Setiani, Aliyah, Nugrihentine, & Mariam, 2018)

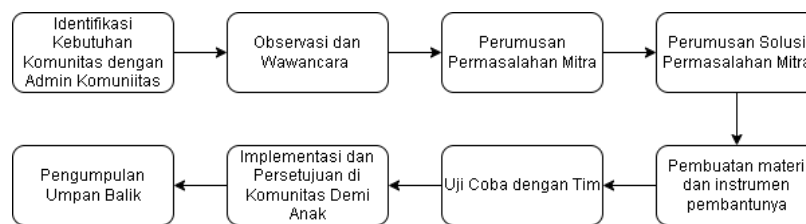
Dari permasalahan dan keresahan tersebut Home Education Indonesia menciptakan program-program unggulan untuk menyediakan solusi inovatif yang mendukung peran orang tua sebagai pendidik utama di rumah dengan menggunakan pendekatan strategis berbasis *Customer Relationship Management* (CRM). Salah satunya adalah program *Parenting* yang berfokus pada penguatan hubungan keluarga dan pengasuhan anak dengan membekali orang tua dengan pengetahuan, dan keterampilan yang disampaikan melalui pematieran dengan lembaga pendidikan TK yang telah melakukan kerja sama. Dan juga memfasilitasi keberlanjutan dari program *parenting* tersebut melalui Komunitas Demi Anak via *whatsapp* yang didalamnya terdapat program-program menarik untuk membantu orang tua dalam mendukung tumbuh kembang anak seperti *to-do list* mingguan untuk membantu orang tua mengelola aktivitas mereka dengan anak secara terstruktur agar dapat meningkatkan hubungan mereka, sesi *kuliah Whatsapp* yang menyediakan edukasi praktis dengan ahlinya, webinar gratis, dan diskusi melalui *panggilan video bersama* yang memberikan pengalaman lebih personal untuk berbagi wawasan dan solusi.

CRM sendiri merupakan suatu pendekatan yang tidak hanya fokus pada peningkatan loyalitas pelanggan, tetapi juga dirancang untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku individu melalui pengumpulan, analisis, serta pemanfaatan data yang sistematis, guna membangun hubungan yang berkelanjutan dan memberikan pengalaman positif (Syahputro, Chairunnisya, Apriyanti, Akbar, & Marpaung, 2023). Sebagaimana dinyatakan oleh (Kifti & Swaradan, 2020), CRM adalah alat strategis yang memungkinkan organisasi untuk menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan pelanggan, di mana pemahaman yang lebih dalam terhadap kebutuhan individu akan mendukung terjalannya hubungan yang produktif. Penerapan CRM dalam komunitas ini tidak hanya menciptakan hubungan jangka panjang, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif melalui inovasi yang dapat menjawab kebutuhan anggotanya secara personal serta meningkatkan loyalitas anggotanya sesuai dengan penelitian dari (Zakaria & Marlina, 2019). Selain itu, komunitas juga aktif menerima umpan balik dari anggotanya untuk memastikan bahwa program yang disediakan tetap relevan dan bermanfaat.

Selain itu, Strategi komunikasi dalam komunitas parenting juga menjadi elemen penting yang mendukung keberhasilan penerapan CRM, karena komunikasi yang efektif mencakup perencanaan serta pengelolaan sistematis yang dirancang untuk memastikan pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens (Fadhli, 2021) Strategi komunikasi yang diterapkan di Komunitas Demi Anak memanfaatkan media digital seperti WhatsApp yang tidak hanya mempermudah distribusi informasi, tetapi juga menciptakan ruang interaksi yang memungkinkan kolaborasi antara anggota komunitas untuk berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait pengasuhan anak. Dengan memadukan media yang relevan, pesan yang sesuai, dan interaksi dua arah, strategi ini bertujuan menciptakan hubungan emosional yang mendalam antara anggota komunitas (Hidayat, Susilo, & Anggoro, 2023)

Namun, perusahaan juga menghadapi tantangan untuk selalu memastikan keterlibatan dan motivasi anggota tetap tinggi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan strategi yang sudah diterapkan dan mengeksplorasi potensi inovasi tambahan berupa gamifikasi. Gamifikasi merupakan pendekatan yang menggunakan elemen permainan dalam konteks non-permainan terbukti efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan motivasi pengguna melalui pengalaman interaktif dan menyenangkan (Noralia Purwa Yunita, 2022). Implementasi gamifikasi yang dilakukan berupa lomba game *puzzle* berbasis *online* menggunakan website *JigsawExplorer* yang dirancang untuk mempererat hubungan keluarga dan mendorong partisipasi aktif. Oleh karena itu lomba *puzzle* berbasis *online* dengan memanfaatkan website *JigsawExplorer* serta pemberian hadiah seperti e-book gratis dapat menjadi inovasi strategis yang memberikan keunggulan pada Komunitas Demi Anak milik Home Education Indonesia, sekaligus memperkuat komitmen perusahaan untuk membantu orang tua menciptakan lingkungan rumah yang nyaman untuk mengoptimalkan tumbuh kembang anak, baik dari segi emosional, akademi, maupun sosial. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan gamifikasi tidak hanya mampu meningkatkan motivasi belajar, tetapi juga memberikan pengalaman bermakna yang menggabungkan hiburan dengan pembelajaran (Caroline Rachel Valentinna, 2024)

METODE



Gambar 1. Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan implementasi strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dan inovasi gamifikasi di Komunitas Demi Anak sebagai bagian dari program parenting berbasis digital. Proses penelitian ini terdiri dari beberapa tahap yang dimulai dengan tahap persiapan dan perencanaan, peneliti melakukan proses identifikasi kebutuhan komunitas terkait dengan aktivitas digital yang menarik dan dapat meningkatkan keterlibatan anggota melalui wawancara dengan satu admin pengelola Komunitas Demi Anak dan observasi langsung selama satu bulan dengan bergabung pada *whatsapp* komunitas. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran rinci tentang pola komunikasi, tingkat partisipasi, serta respons anggota terhadap aktivitas yang ada, seperti to-do list mingguan, sesi curhat, dan diskusi materi parenting.

Berdasarkan observasi ini, penulis melihat peluang untuk mengembangkan ide gamifikasi berupa game *puzzle* secara *online* menggunakan platform JigsawExplorer, dengan fokus pada tema flora dan fauna yang mengandung unsur edukasi untuk anak usia dini. Sebelum implementasi, dilakukan uji coba awal dengan tim internship untuk meninjau bagaimana cara kerja, desain, dan juga fiturnya apakah dapat berfungsi secara optimal. Pada sesi ini juga peneliti mengumpulkan masukan terkait kenyamanan pengguna, tingkat kesulitan *puzzle*, dan kemudahan akses platform. Setelah itu di dapatkan hasil bahwa tema yang dipilih menarik untuk anak usia dini, meskipun ada penyesuaian teknis seperti website alternatif lain yang bisa digunakan.



Gambar 1. Tahap Uji Coba Awal yang Dilakukan dengan Tim untuk Meninjau Fitur-fitur

Tahap implementasi dan persetujuan ini dilakukan dengan melibatkan anggota komunitas untuk menyelesaikan game *puzzle* secara daring dengan waktu tercepat, dalam tahap ini juga dilakukan pendampingan seperti panduan teknis yang meliputi penggunaan *website JigsawExplorer* serta tata cara lomba untuk memastikan kelancaran partisipasi. Sebagai bentuk apresiasi diberikan e-book gratis yang relevan dengan ilmu parenting bagi peserta tercepat yang menyelesaikan *puzzle*, hal ini meningkatkan semangat kompetitif yang sehat melalui perlombaan tapi disisi lain juga memberikan pengalaman pembelajaran yang menyenangkan bagi orang tua dan anak.

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi, di mana peneliti mengumpulkan umpan balik dari anggota untuk mengetahui sejauh mana game ini berhasil. Keberhasilan kegiatan ini diukur dari tingkat partisipasi anggota dan respons yang diberikan peserta terhadap tantangan yang ada, hal ini juga berguna untuk mengidentifikasi potensi perbaikan dan pengembangan lebih lanjut dari kegiatan serupa di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Strategi CRM Communication

Strategi *CRM Communication* yang diterapkan oleh Komunitas Demi Anak berhasil menciptakan hubungan yang erat antara komunitas dan anggotanya dengan desain yang memadukan elemen edukasi, interaksi sosial, dan personalisasi. Komunitas Demi Anak telah menerapkan berbagai strategi komunikasi berbasis *CRM*, meliputi:

1. To-Do List Mingguan

Hal ini membantu orang tua merencanakan kegiatan terstruktur yang fleksibel, rencana kegiatan ini mencakup berbagai aktifitas yang mendukung pembelajaran anak dan mempererat hubungan keluarga. Di akhir minggu akan dilakukan evaluasi melalui diskusi di grup untuk meninjau aktivitas yang telah dilakukan. Evaluasi ini memberikan kesempatan bagi orang tua untuk berbagi pengalaman, tantangan, keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan tersebut, serta untuk menerima saran untuk meningkatkan kualitas kegiatan pada minggu berikutnya.

2. Kuliah *Whatsapp* Gratis

Kegiatan ini bertujuan untuk menyediakan akses ilmu *parenting* yang mudah dan gratis, sekaligus memberikan kesempatan bagi orang tua untuk bertanya langsung kepada para ahli, sehingga mereka dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengasuhan anak.

3. Sesi Curhat

Sesi ini dirancang untuk memberikan ruang bagi anggota komunitas agar dapat berbagi pengalaman, tantangan, dan solusi terkait pengasuhan anak. Sesi ini biasanya diadakan setiap akhir pekan yang di pandu oleh admin, di mana anggota bebas mengungkapkan masalah atau perubahan yang mereka alami dan mendapatkan masukan dari anggota lain yang mungkin pernah menghadapi situasi serupa. Sesi ini juga menjadi sarana bagi anggota untuk mempererat hubungan satu sama lain melalui empati dan pengertian bersama dengan begitu orang tua merasa lebih didukung dan termotivasi dalam menjalani peran mereka.

4. Tantangan Orang Tua dan Anak

Kegiatan ini mendorong kolaborasi keluarga melalui aktivitas seperti membaca, membuat karya seni, atau proyek sederhana lainnya yang bertujuan membangun komunikasi, mempererat hubungan emosional, dan menanamkan rasa kebersamaan. Aktivitas ini membantu orang tua memahami anak lebih baik, sementara anak belajar kerja sama dan tanggung jawab, serta memperkuat ikatan keluarga yang

5. Panggilan Video Bersama

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang dapat memperkuat rasa kebersamaan anggota komunitas melalui interaksi langsung secara daring. Anggota dapat berbagi pengalaman, mendiskusikan materi *parenting*, dan mempererat hubungan dengan suasana yang ramah dan saling menghargai, terlepas dari hambatan geografis.

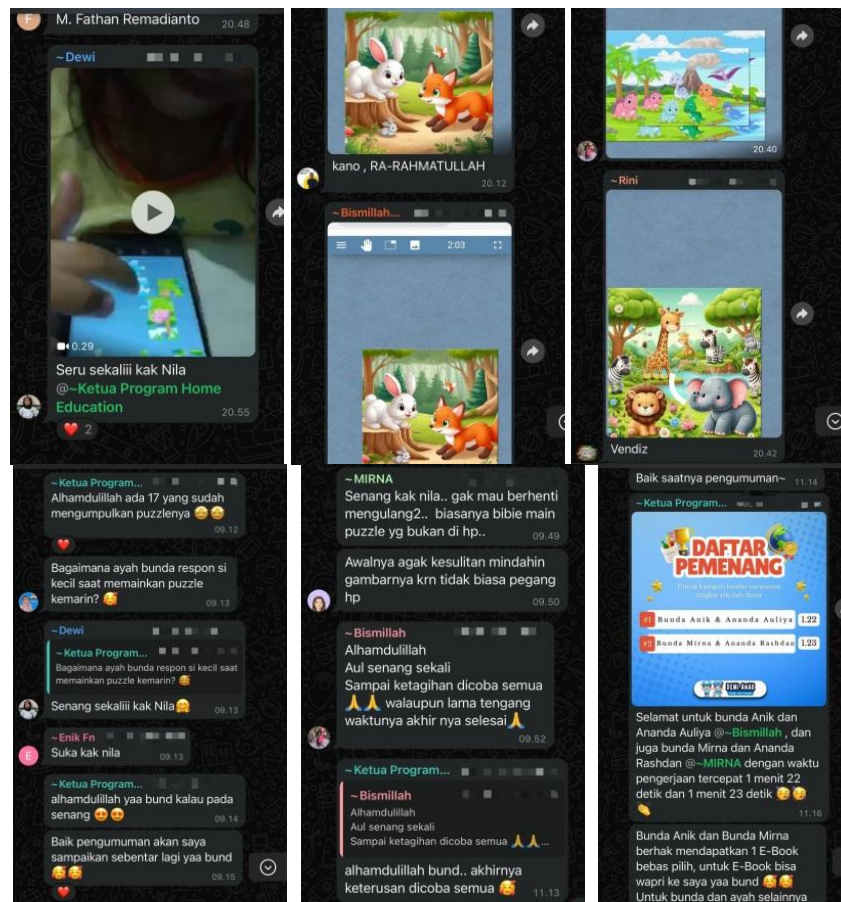
Pengembangan Strategi Baru: Game *Puzzle* Berbasis *Online* melalui website *JigsawExplorer*

Meskipun strategi *CRM* yang ada telah berhasil meningkatkan keterlibatan anggota secara positif, inovasi baru diperlukan untuk menjaga minat dan loyalitas mereka dalam jangka panjang. Salah satu inovasi strategi adalah gamifikasi melalui lomba game *puzzle* berbasis *online* menggunakan platform *JigsawExplorer* yang dapat memberikan hiburan dan berfungsi sebagai alat pembelajaran atau edukasi.

Game ini dirancang untuk melibatkan orang tua dan anak dalam aktivitas kolaboratif, dengan tema yang edukatif seperti flora dan fauna. Sistem penilaian berdasarkan waktu, diterapkan untuk menambah unsur kompetitif, di mana peserta tercepat yang menyelesaikan *puzzle* akan mendapatkan hadiah berupa e-book gratis. Hadiah ini tidak hanya menjadi motivasi tambahan, tetapi juga mendorong partisipasi lebih aktif.

Hasil percobaan menunjukkan bahwa anggota, terutama anak-anak, merasa senang dengan aktivitas ini hingga mereka memainkannya berulang kali karena adanya unsur penggabungan antara hiburan dan pembelajaran. Selain itu, penerapan sistem kompetisi memberikan semangat bersaing secara sehat di antara peserta, sementara itu penggunaan teknologi digital memungkinkan anggota dari berbagai lokasi untuk berpartisipasi dengan lebih fleksibel.

Gamifikasi juga berhasil menarik perhatian anggota yang sebelumnya mungkin merasa jenuh dengan aktivitas komunitas yang sudah ada. Dengan demikian, inovasi ini mencerminkan keunggulan pendekatan *CRM Communication* yang dinamis, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan anggota. Secara keseluruhan, game *puzzle* ini bukan hanya hiburan, tetapi juga alat edukasi yang memperkuat nilai *parenting* dengan cara yang menyenangkan.



Gambar 2. Tahap Implementasi dan Evaluasi

Namun, meskipun hasilnya cukup memuaskan, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk pengembangan di masa depan. Salah satunya adalah memastikan bahwa tema game puzzle terus diperbarui agar tetap menarik dan relevan dengan kebutuhan anggota. Selain itu, umpan balik peserta menunjukkan perlunya meningkatkan panduan teknis bagi anggota yang kurang familiar dengan teknologi, sehingga pelaksanaan aktivitas dapat berjalan lebih lancar. Dengan memperhatikan poin-poin ini, Komunitas Demi Anak dapat terus mengembangkan pendekatan berbasis CRM dan gamifikasi sebagai solusi jangka panjang untuk menjaga loyalitas dan motivasi anggota komunitas.

SIMPULAN

Implementasi strategi *CRM Communication* di Komunitas Demi Anak telah berhasil meningkatkan keterlibatan, loyalitas dan kepuasan anggota komunitas. Berbagai aktivitas berbasis CRM, seperti to-do list mingguan, kuliah WhatsApp gratis, sesi curhat, tantangan keluarga, dan panggilan video bersama, telah berhasil menciptakan ruang interaksi yang personal, mendukung edukasi parenting, dan memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota komunitas. Strategi ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi orang tua dalam menjalankan peran mereka sebagai pendidik utama di rumah, tetapi juga memfasilitasi hubungan yang lebih erat antara anggota komunitas melalui aktivitas yang terstruktur dan relevan dengan kebutuhan mereka.

Penambahan inovasi berupa game *puzzle* berbasis *online* melalui *website JigsawExplorer* dapat memberikan dampak positif yang signifikan dengan mendorong interaksi digital yang lebih aktif dan meningkatkan daya tarik komunitas. Pelaksanaan strategi ini sangat relevan untuk komunitas *parenting* yang berbasis digital, karena berhasil meningkatkan tingkat partisipasi anggota selama periode kegiatan. Selain itu, inovasi ini berhasil menciptakan pengalaman yang interaktif dan memperkuat keterlibatan anggota, banyak peserta yang memberikan umpan balik positif. Keberhasilan implementasi gamifikasi melalui *JigsawExplorer* menunjukkan bahwa pendekatan inovatif yang dirancang dengan baik dapat memberikan dampak besar, meskipun sederhana. Kombinasi elemen kompetisi, edukasi, dan penghargaan menjadi faktor utama yang mendukung terciptanya loyalitas anggota. Meski demikian, diperlukan evaluasi berkelanjutan untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan inovasi ini, seperti pembaruan tema puzzle dan penyederhanaan panduan teknis bagi anggota yang kurang familiar dengan teknologi.

Keseluruhan strategi ini menunjukkan bahwa kombinasi antara CRM, komunikasi yang efektif, dan gamifikasi dapat menjadi pendekatan yang relevan dan adaptif dalam mendukung komunitas parenting berbasis digital. Keberhasilan ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi anggota Komunitas Demi Anak, tetapi juga menawarkan model inspiratif yang dapat diadaptasi oleh komunitas parenting lainnya untuk meningkatkan kualitas pengasuhan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmojo, A. M., Sakinah, R. L., & Wantini. (2022). Permasalahan Pola Asuh dalam Mendidik Anak di Era Digital. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1965-1975.
- Caroline Rachel Valentinna, E. M. (2024). Media Belajar Gamifikasi terhadap Peningkatan Motivasi Belajar Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal BASICEDU*, 1722-1732.
- Fadhli, M. N. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DI MIS AZZAKY MEDAN. *Journal Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 8-21.
- Hidayat, E., Susilo, D., & Anggoro, T. (2023). Strategi Komunikasi Tentara dalam Upaya Membantu Pengamanan Pilkades Serentak di Kabupaten Ciamis. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*, 121-133.
- Kifti, W. M., & Swaradan, W. (2020). ANALISIS DAN PERANCANGAN E-MARKETING DENGAN KONSEP CUSTOMER RELATIONSHIP MANAJEMEN (CRM). *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 57-63.
- Noralia Purwa Yunita, P. E. (2022). *GAMIFICATION: Membuat Belajar Seasyik Bermain Game*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Setiani, A., Aliyah, Nugrihentine, & Mariam, R. S. (2018). Implementasi Program Parenting Dalam Membangun Komunikasi Pengasuhan Anak Usia Dini. *GUNAHUMAS*.
- Syahputro, S. B., Chairunnisya, T., Apriyanti, F., Akbar, J., & Marpaung, H. (2023). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) UPAYA UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis 9JEMB*, 147-151.
- Zakaria, H., & Marlina, A. E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Customer Relationship Management (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas dan Pelayanan Customers Berbasis Web dengan Model Waterfall. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Aplikasi*, 66-72.