

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* SMA TRIMURTI DALAM
MELAKUKAN *REBRANDING* SEBAGAI SEKOLAH SWASTA DI
SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Hasvita Mauliem

NRP. 1423018154

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

SKRIPSI
STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* SMA TRIMURTI DALAM
MELAKUKAN *REBRANDING* SEBAGAI SEKOLAH SWASTA DI
SURABAYA

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh :

Hasvita Mauliem

NRP. 1423018154

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya :

Nama : Hasvita Mauliem

NRP : 1423018154

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul : *STRATEGI PUBLIC RELATIONS SMA TRIMURTI DALAM MELAKUKAN REBRANDING SEBAGAI SEKOLAH SWASTA DI SURABAYA.*

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan dicabut.

Surabaya, 30 November 2021

Penulis



Hasvita Mauliem

NRP. 1423018154

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* SMA TRIMURTI DALAM MELAKUKAN *REBRANDING* SEBAGAI SEKOLAH SWASTA DI SURABAYA

Oleh :

Hasvita Mauliem

NRP. 1423018154

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. ()
NIDN. 0715108903

Pembimbing II : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. ()
NIDN. 0726126602

Surabaya, 30 November 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : Selasa, 7 Desember 2021

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi

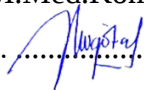
Dekan,



Brigitta Revia, S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji :

- | | | |
|---------------|--|---|
| 1. Ketua | : Yuli Nugraheni., S.SOS., M.Si | |
| | NIDN. 0630077303 | (... .. ) |
| 2. Sekretaris | : Brigitta Revia, S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom | |
| | NIDN. 0715108903 | (... .. ) |
| 3. Anggota | : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. | |
| | NIDN. 0726126602 | (... .. ) |
| 4. Anggota | : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom | |
| | NIDN. 0707078607 | (... .. ) |

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala (UKWMS) :

Nama : Hasvita Mauliem

NRP : 1423018154

Menyetujui skripsi / karya ilmiah saya :

Judul: STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* SMA TRIMURTI DALAM MELAKUKAN *REBRANDING* SEBAGAI SEKOLAH SWASTA DI SURABAYA

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 November 2021

Yang menyatakan,



Hasvita Mauliem

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada hentinya penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Papa yang ada di surga atas nasihat-nasihat beliau selama hidup, menjadikan penulis memiliki semangat untuk menghadapi tantangan selama proses pengerjaan skripsi. Rasa terima kasih untuk Mama, Koko, dan Cici, yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi agar peneliti tetap semangat dan memiliki kepercayaan diri dapat menyelesaikan skripsi di semester 7 ini. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pembimbing Bu Gita dan Pak Nanang yang sudah memberikan banyak masukan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Persembahan skripsi ini ditujukan kepada Papa, Mama, Koko, Cici, dan keluarga lainnya, serta untuk diri peneliti sendiri sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras yang dilakukan selama beberapa bulan terakhir.

Success is not the key to happiness

Happiness is the key to success

Surabaya, 30 November 2021

Hasvita Mauliem

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi tepat pada waktunya. Skripsi ini dikerjakan untuk menyelesaikan tanggung jawab tugas akhir peneliti sebagai mahasiswa. Rasa syukur tiada henti diucapkan penulis karena telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Public Relations* SMA Trimurti dalam Melakukan *Rebranding* sebagai Sekolah Swasta di Surabaya.” Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang-orang disekitar yang tiada hentinya memberikan dukungan, masukan, hingga skripsi ini dapat selesai.

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya yang selalu menyertai penulis dalam keadaan senang, susah, sedih, dan bosan selama proses pengerjaan skripsi.
2. Papa, Mama, Koko, dan Cici yang selalu memberikan nasihat, waktu, dukungan, dan hadiah-hadiah kecil ketika penulis mengalami kesulitan mengerjakan penelitian.
3. Bu Gita dan Pak Nanang yang selalu sabar dalam proses pembuatannya, memberikan bimbingan, arahan, serta berbagai masukan untuk membuat penelitian ini menjadi optimal.
4. Teman-teman seperjuangan skripsi, tiada hentinya saling mendukung, memberikan masukan, dan berbagai cerita mengenai pengalaman pembuatan skripsi.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah.....	15
I.3 Tujuan Penelitian.....	15
I.4 Manfaat Penelitian	15
I.5 Batasan Penelitian.....	16
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	17
II.1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
II.2 Tinjauan Pustaka	22
II.2.1 <i>Public Relations</i>	22
II.2.2 Strategi <i>Public Relations</i>	25
II.2.3 Brand	29
II.2.4 Brand Elements	31
II.2.5 Rebranding	34
II.2.6 Studi Kasus dalam Pendekatan Kualitatif	38

II.3 Bagan Kerangka Konseptual	43
II.4 Nisbah Antar Konsep	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
III.2 Metode Penelitian	46
III.3 Subjek Penelitian.....	47
III.4 Unit Analisis	49
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
III.6 Teknik Analisis Data.....	52
III.7 Triangulasi Data.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	55
IV.1.1 Sejarah Berdirinya Institusi Pendidikan SMA Trimurti Surabaya	52
IV.1.2 Pengelola Internal Institusi Pendidikan SMA Trimurti Surabaya	60
IV.1.3 Pengelola Eksternal Institusi Pendidikan SMA Trimurti Surabaya.....	63
IV.1.4 Siswa Aktif SMA Trimurti Surabaya	64
IV.2 Setting Penelitian	65
IV.3 Hasil dan Temuan	66
IV.3.1 Perebutan Pasar dalam Penerimaan Siswa Baru di SMA Surabaya	66
IV.3.2 Problem Kredibilitas <i>Public Relations</i> SMA Trimurti di Tengah Krisis.....	77
IV.3.3 Inkonsistensi Rebranding: <i>International School</i> atau <i>National School</i> ?	93
IV.3.4 Strategi <i>Public Relations</i> dalam Melakukan <i>Rebranding</i>	111
BAB V PENUTUP.....	115
Kesimpulan... ..	115
V.2 Saran	117
V.2.1 Saran Akademis	117
V.2.2 Saran Praktis	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel I.1.1 Peringkat Sekolah Swasta Terbaik di Surabaya	2
Tabel I.1.2 Jumlah Peserta Didik Baru Tahun 2014/2015 s.d 2020/2021	4
Tabel II.1.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel III.3.1 Subjek Penelitian	48
Tabel IV.3.1.1	70
Data Siswa SMP Kelas IX di Jawa Timur Tahun 2016/2017 s.d 2020/2021...	70
Tabel IV.3.1.2 Data Sekolah di Kota Surabaya	71
Tabel IV.3.1.3 SMA Negeri dan Swasta di Wilayah Genteng Surabaya	72
Tabel VI.3.1.4 Peringkat Sekolah Swasta	74
Tabel IV.3.3.1 <i>International Senior High School</i> di Surabaya	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 Model seragam SMA Trimurti Surabaya.....	5
Gambar I.1.2 Model Seragam SMA Negeri 2 Surabaya	6
Gambar I.1.3 Data SMA Wilayah Kecamatan Genteng	9
Gambar I.1.4 Biaya Pendidikan SMA Kristen Petra	11
Gambar I.1.5 Biaya Pendidikan SMA Trimurti Surabaya.....	12
Gambar IV.1.1.1 Logo SMA Trimurti Surabaya.....	58
Gambar IV.1.1.2 Bangunan SMA Trimurti Surabaya.....	59
Gambar IV.1.2.1 Kepala Sekolah	60
Gambar IV.1.2.2 <i>Public Relations</i> Periode 2021/2022.....	61
Gambar IV.1.2.3 <i>Public Relations</i> Periode 2020/2021.....	62
Gambar IV.1.2.4 <i>Brand Consultant</i>	63
Gambar IV.1.2.5 Siswa Aktif SMA Trimurti Surabaya.....	64
Gambar IV.3.1.1 Statistik Pagu SMA Negeri Surabaya Tahun 2018.....	69
Gambar IV.3.2.1 Tampilan <i>Website Trimurti Senior High School</i>	84
Gambar IV.3.2.2 Tampilan Instagram Trimurti <i>Senior High School</i>.....	85
Gambar IV.3.2.3 <i>Event Grand Launching</i> dan Aktivitas Pemberitaan.....	88
Gambar IV.3.2.4 Poster Event Webinar Trimurti <i>Senior High School</i>	88
Gambar IV.3.2.5 Aktivitas <i>Public Relations “School Visit”</i>	92

Gambar IV.3.3.1 Logo Terbaru SMA Trimurti Surabaya	99
Gambar IV.3.3.2 Elemen Logo Trimurti <i>Senior High School</i>	100
Gambar IV.3.3.3 Identias Warna Trimurti <i>Senior High School</i>	102
Gambar IV.3.3.4 Tampilan Kisah Sejarah Trimurti.....	104
Gambar IV.3.3.5 Quotes di Area Bangunan Trimurti <i>Senior High School</i>	106
Gambar IV.3.3.6 Model Seragam Terbaru SMA Trimurti Surabaya.....	106
Gambar IV.3.3.7 Perubahan Logo	109
Gambar IV.3.3.8 Merchandise.....	110
Gambar IV.3.4.1 Konten Story Instagram Trimurti.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Wawancara Kepala Sekolah SMA Trimurti Surabaya	121
Transkrip Wawancara <i>Public Relations</i> Periode 2020/2021	127
Transkrip Wawancara <i>Public Relations</i> Periode 2021/2022.....	128
Transkrip Wawancara Brand Consultant SMA Trimurti Surabaya	136
Transkrip Wawancara Siswa SMA Trimurti Surabaya.....	142

ABSTRAK

Mauliem, Hasvita NRP. 1423018154. **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* SMA TRIMURTI DALAM MELAKUKAN *REBRANDING* SEBAGAI SEKOLAH SWASTA DI SURABAYA.**

Strategi *public relations* yang dilakukan oleh SMA Trimurti dilakukan untuk mengatasi problematika penurunan jumlah pendaftar peserta didik baru. Problematika tersebut timbul karena adanya persaingan dalam dunia pendidikan yang semakin meningkat, sehingga mengakibatkan adanya perubahan besar-besaran dalam sistem manajemen SMA Trimurti Surabaya. Perubahan tersebut bukan hanya dilakukan secara internal, melainkan juga melibatkan pihak eksternal, yaitu bekerjasama dengan *brand consultant* dalam penanganan *rebranding*. *Rebranding* menjadi solusi untuk mengubah persepsi publik mengenai citra *brand* SMA Trimurti Surabaya agar mendapatkan perhatian publik dengan tujuan meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru. Penelitian ini membahas mengenai strategi *public relations* SMA Trimurti Surabaya dalam melakukan *rebranding* sebagai sekolah swasta di Surabaya yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dan metode penelitian studi kasus. Teori yang digunakan oleh peneliti, yaitu strategi *public relations* dalam menangani krisis milik Wasesa & Macnamara. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dengan narasumber yang terlibat saat penerapan strategi *public relations* dalam melakukan *rebranding*, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang ditemukan peneliti adalah : Adanya perebutan pasar antar SMA Swasta di Surabaya, problem kredibilitas SMA Trimurti Surabaya di tengah krisis, serta inkonsistensi tujuan *rebranding* antara *International School* atau *National School*. Sehingga menghasilkan strategi *public relations*, yaitu menganalisis krisis dan problematika, melakukan perbaikan sistem manajemen, menunjuk *brand consultant* sebagai pihak eksternal untuk melakukan *rebranding*, mengoptimalkan aktivitas publikasi menggunakan Instagram dan *website*, serta menerapkan aktivitas *public relations*, yaitu publikasi untuk memberikan informasi sekaligus membangun citra kepada khalayak, melakukan *lobbying* dan negosiasi, serta peduli komunitas, dilakukan oleh kepala sekolah Trimurti *Senior High School* yang bergabung dengan komunitas sekolah terapan di Surabaya.

Kata kunci : Strategi *Public Relations*, Krisis, *Rebranding*, *Public Relations*, Studi Kasus.

ABSTRACT

Mauliem, Hasvita NRP. 1423018154. **PUBLIC RELATIONS STRATEGY OF SMA TRIMURTI IN DOING REBRANDING AS A PRIVATE SCHOOL IN SURABAYA.**

The public relations strategy carried out by SMA Trimurti was carried out to overcome the problem of decreasing the number of new student registrants. These problems arise because of the increasing competition in the world of education, resulting in major changes in the management system of SMA Trimurti Surabaya. These changes were not only carried out internally, but also involved external parties, namely in collaboration with brand consultants in handling rebranding. Rebranding is a solution to change public perception of the brand image of SMA Trimurti Surabaya in order to get public attention with the aim of increasing the number of new student registrants. This study discusses the public relations strategy of SMA Trimurti Surabaya in rebranding as a private school in Surabaya which was carried out using a qualitative approach with descriptive research and case study research methods. The theory used by the researcher is Wasesa & Macnamara's public relations strategy in dealing with the crisis. Researchers used interview data collection techniques with resource persons involved in implementing public relations strategies in rebranding, observing, and documenting. The result of the research found by the researcher are : There is a market struggle between private high schools in Surabaya, the credibility problem of Trimurti Senior High School in Surabaya in the midst of a crisis, and the inconsistency of rebranding goals between International School or National School. This result in a public relations strategy, namely analyzing crises and problems, improving the management system, appointing a brand consultant as an external party to carry out rebranding, optimizing publication activities using Instagram and website, and implementing public relations activities, namely publications providing information and building an image to the public, lobbying and negotiating, as well as caring for the community carried out by the principal of Trimurti Senior High School joining the applied school community in Surabaya.

Keyword : Public Relations Strategy, Crisis, Rebranding, Public Relations, Case Studies.