

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa strategi Trimurti *Senior High School* memiliki problematika yang berkaitan dengan menurunnya jumlah siswa pendaftar, kredibilitas *public relations*, serta inkonsistensi tujuan *rebranding*. Pada lingkup *public relations* Trimurti, diterapkan beberapa aktivitas, yaitu melakukan publikasi melalui *website*, Instagram, dan brosur, menyelenggarakan *event* webinar, memberikan informasi dan membangun citra kepada khalayak, melakukan *lobbying* dan negoisasi dengan Arizona University untuk melaksanakan program Double Degree, sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan sekolah dihadapan publik, terakhir adalah peduli komunitas, kepala sekolah Trimurti *Senior High School* bergabung dengan komunitas sekolah terapan di Surabaya.

Sedangkan dalam penanganan krisis, *public relations* SMA Trimurti Surabaya melakukan strategi yang dimulai dari melakukan *survey* dan analisis terhadap SMA Swasta kompetitor lainnya, mengevaluasi sistem manajemen internal yang membutuhkan perbaikan, serta menunjuk pihak eksternal, yaitu *brand consultant* untuk melakukan *rebranding*. *Rebranding* menjadi solusi untuk bisa menarik perhatian publik atas perubahan besar yang dilakukan oleh SMA Trimurti Surabaya. Hasil yang didapatkan dari aktivitas *rebranding*, yaitu Trimurti menjadi

semakin dikenal, bahkan oleh perusahaan asing untuk bekerjasama meningkatkan kualitas mutu pendidikan.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Peneliti memiliki harapan bahwa nantinya akan ada penelitian yang membahas mengenai rancangan penelitian menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur efektivitas strategi *public relations* dalam melakukan *rebranding* sebagai sekolah swasta di Surabaya. Dimana, tingkat efektivitas tersebut, institusi pendidikan swasta sebaiknya memiliki kesadaran dan pengetahuan lebih mendalam mengenai fungsi *public relations* dalam mempertahankan atau meningkatkan citra *brands*. Hal tersebut dapat membantu keberhasilan strategi *public relations* Trimurti Senior High School dalam melakukan aktivitas *rebranding* hingga mencapai tujuan. Melalui penelitian tersebut, harapannya dapat dijadikan pembelajaran untuk institusi pendidikan swasta lain dalam meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru.

IV.2.2 Saran Praktis

Peneliti berharap, pada penelitian ini Trimurti Senior High School dapat menerapkan fokus peran divisi *public relations* secara optimal, dimulai dengan menunjuk pihak profesional yang memiliki *skill* komunikasi. Divisi *public relations* yang dijalankan oleh profesional akan lebih baik lagi dalam mengelola fungsi manajemennya. Selain itu, praktisi *public relations* juga dapat memiliki fokus dalam mempertahankan citra Trimurti Senior High School, membangun

relasi atau hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal, serta menganalisis isu dan krisis di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name*. The Free Press.
- Alifahmi, H. (2012). *Corporate Reputation Framing by Hifni Alifahmi* (Y. N, Ed.). Penerbit PPM
- Fill, C. (2009). *Marketing Communications, Interacvitiy, Communities, and Content*. Pearson Education Limited. www.pearsoned.co.uk/fill
- Firsan, Nova (2011). *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Raja Grafindo Persada.
- Gassing, S., & Suryanto. (2016). *Public Relations by Gassing dan Suryanto* (Seno). CV Andi Offset.
- Hafiar, H., & Subekti, P. (2018). *Book Chapter Public Relations dan Kolaborasi Isu Strategis*. Unpad Press. <http://press.unpad.ac.id>
- Haryono, C. G. (2020a). *Buku Haryono - Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi* (D. E. Restiani, Ed.). CV Jejak.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Ghalia
- Junaedi, F. (2019). *Public Relations dan Periklanan Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Buku Litera.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insight From A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler, Philip., Pfoertsch, Waldemar., & Michi, Ines. (2006). *B2B brand management*. Springer Berlin.
- Kriyantono, R. Ph. D. (2018). *Public Relations, Issue, dan Crisis Management by Rahmat Kriyantono*. Prenadamedia Group .
- Leland, K. T. (2006). *The Brand Mapping Strategy: Design, Build, and Accelerate Your Brand*.
- Mulyana, D., & Solatun. (2013). *Metode Penelitian Komunikasi by Deddy Mulyana* (D. Mulyana, Ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada

Seitel, F. P. (2017). *The Practice of Public Relations*. Pearson Education.

Wasesa, S. A., & Macnamara, J. (2010). *Strategi Public Relations*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Yin, R. K. (2012). *Studi Kasus Desain & Metode*. PT Rajagrafindo Persada.

LITERATUR

Penelitian Kebijakan Badan Penelitian, P., Pengembangan, D., Perbukuan, D., Pendidikan, K., & Kebudayaan, D. (2020). *PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP SEKOLAH YANG DIANGGAP FAVORIT* (N. B. V. Ali, Karwono, Tedjawati, & N. Listiawati, Eds.). Pusat Penelitian Kebijakan, Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan. <https://litbang.kemdikbud.go.id>

Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan, Setjen, Kemendikbud. (2018). Sistem Zonasi, Strategi Pemerataan Pendidikan yang Bermutu dan Berkeadilan.

JURNAL

Bantilan, D. S. I., Wulan, R. R., & Pamungkas, I. N. (2017). Strategi Rebranding Zora Radio. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat* , 2(1), 1–12.

Barbara Caemmerer., & Madhumita Banerjee. (2009). An Exploration of Assimilating Service Relation Strategies in the Private and the Public Sector. *Journal of Relationship Marketing*, 8(1).

Kurniasari, A., Lestari, P. & Isbandi. (2008). Strategi Marketing Public Relations PT. Telkom Kancatel Pati dalam Program “Flexi Door to Door” dan “Speedy Go To School” untuk Membangun Brand Awareness dan Brand Knowledge di Wilayah Pati. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6 (3).

Margaretha, S., Widayatmoko., & Pribadi, M.A. (2012). Analisis Komunikasi Pemasaran Terpadu PT. Cubes Consulting dalam Membangun Brand Association. *Jurnal Komunikasi* , 1(5), 455-462.

Perman, T. A., & Puspitasari, L. (2015). Strategi Pemasaran Public Relations MD Entertainment pada Pemasaran Film Habibie & Ainun. *Jurnal Kajian Komunikasi* , 3(1), 33–40.

Priscilla, J., & Lestari, P. (2019). Model Komunikasi Krisis Pelayanan Pasien di Rumah Sakit Umum Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 39–50.

- Rahayu, H. S., Dida, S., & Setianti, Y. (2020). Strategi Branding Identity @Situgunungsuspensionbridge di Kab. Sukabumi untuk Meningkatkan Pariwisata. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 36–45. <https://doi.org/10.35760/mkm.2020.v4i1.2494>
- Rosilawati, Y., Ilmu, J., Fisip, K., Muhammadiyah, U., Ring, Y. J., & Yogyakarta, R. S. (2008). Employee Branding sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand Image). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 153–161.
- Saimima, I. M., Nurhattati, & Rochanah, S. (2018). Strategi Pemasaran dalam Peningkatan Jumlah Siswa Baru di SMK Hang Tuah 1 Jakarta. *Jurnal Ilmiah Wawasan Pendidikan*, 4(2), 33–40.
- Sumiyati, Komalawati, E., Rosma, A., & Studi Manajemen Komunikasi -Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, P. (2019). Strategi Public Relations Dalam Rebranding Bekasi Square Menjadi Revo Town. *Jurnal Lugas*, 3(2), 110–118. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Tamara, J., & Setyanto, Y. (2018). Strategi Public Relations dalam Membangun Brand Image Jamu (Studi pada Suwe Ora Jamu Kedai Jamu & Kopi). *Jurnal Prologia*, 377–388.
- Tsai, Y.-L., & Dev, C. S. (2015). What's In A Name? Assessing the impact of rebranding in the hospitality industry. *Journal of Marketing Research*.
- Wahid, Umaimah., & Puspita, Anggun Eka. (2017). Upaya Peningkatan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing Public Relations. *Jurnal Komunikasi*.

SITUS

- DisdikJatim.(2018).<https://edukasi.kompas.com/read/2018/06/29/19183931/pengumuman-ppdb-jatim-ini-10-sma-favorit-surabaya?page=all>
- Eduomor. <https://www.edumor.com/sekolah/21808/sman-2-surabaya>
- Instagram.com (2018). https://www.instagram.com/p/BlhKYwbl_hk/
- JS De Britto. (2021). <https://www.kalderanews.com/2021/05/inilah-sma-swasta-terbaik-di-kota-pahlawan-surabaya-versi-ltmpt-dengan-nilai-rerata-tertinggi-utbk-2020/>
- Data Referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11_sma.php?kode=052510&level=3
- Redaksi (2020). *Berita lima*. <https://beritalima.com/gubernur-jatim-resmikan-rebranding-sma-trimurti-surabaya/>

smatrimurti.sch.id

<https://www.google.com/search?q=Logo+SMA+Trimurti>

<https://psb.pppkpetra.sch.id>

<https://www.google.com/search?q=Bangunan+SMA+Trimurti> –

<https://www.google.com/search?q=pak+syarif+kepala+sekolah+sma+trimurti>