

# STRATEGI KOMUNIKASI TRIMURTI *SENIOR HIGH SCHOOL* SURABAYA DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH SETELAH PROSES *REBRANDING*

<sup>1</sup>Marcell Maulana Putra, <sup>2</sup>Mohammad Insan Romadhan, <sup>3</sup>Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Email: [marcelmaulana159@gmail.com](mailto:marcelmaulana159@gmail.com)

## **Abstract**

*Competition between private schools in Indonesia is very high. This competition for the highest number of students makes each school compete in promoting their school. SMA Trimurti Surabaya is one of the schools that competes with private schools at this time. Public Relations is the most important part in introducing or promoting school agencies to the public. According to Ruslan, Public Relations acts as a Communicator, Relationship, Back up Management, and Good Image Maker. The purpose of this study is to find out how SMA Trimurti's new marketing communication strategy after carrying out the Rebranding process. With the research methodology used by the researcher is qualitative with an interview approach to the informants who have been selected, namely the principal and teachers from SMA Trimurti Surabaya. It was obtained that there were 3 marketing channels of Trimurti Senior High School after rebranding, using internal channels where utilizing all staff from SMA Trimurti Surabaya to promote through online mass media such as Facebook and Instagram, then external channels where SMA Trimurti invited the Governor of East Java, the Press, and the Surabaya Education Office in the rebranding event of SMA Trimurti Surabaya, and the Alumni path that helps in the marketing process by becoming an internal and external part of SMA Trimurti.*

**Keywords:** *Rebranding, Public Relations, Communication Strategy*

## **Abstrak**

Persaingan antara sekolah swasta di Indonesia sangat tinggi. Persaingan untuk mendapatkan jumlah siswa terbanyak ini membuat setiap sekolah bersaing dalam mempromosikan sekolah mereka. SMA Trimurti Surabaya menjadi salah satu sekolah yang bersaing dengan sekolah sekolah swasta pada saat ini. Public Relation menjadi bagian terpenting dalam melakukan pengenalan atau promosi instansi sekolah kepada khalayak. Menurut Ruslan Public Relation berperan sebagai Communicator, Relationship, Back up Management, dan Good Image Maker. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran SMA Trimurti yang baru setelah melakukan proses *Rebranding*. Dengan metodologi penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif dengan pendekatan wawancara terhadap informan yang telah dipilih yaitu Kepala sekolah dan Guru dari SMA Trimurti Surabaya. Diperoleh bahwa ada 3 jalur pemasaran Trimurti Senior High School setelah melakukan *Rebranding*, dengan menggunakan jalur internal dimana memanfaatkan seluruh staff dari SMA Trimurti Surabaya untuk melakukan promosi melalui media massa *online* seperti Facebook dan Instagram, kemudian jalur eksternal yang dimana SMA Trimurti mengundang Gubernur Jawa Timur, Pers, dan Dinas Pendidikan Surabaya dalam acara *rebranding* SMA Trimurti Surabaya, dan jalur Alumni yang membantu dalam proses pemasaran dengan menjadi bagian internal maupun eksternal dari SMA Trimurti.

**Kata kunci:** *Rebranding, Public Relations, Strategi Komunikasi*



## Pendahuluan

Komunikasi pemasaran merupakan strategi yang digunakan sebuah instansi atau perusahaan untuk mengedukasi, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen mengenai produk dan merek yang ditawarkan, baik melalui komunikasi langsung maupun tidak langsung. Penyebaran informasi itu bisa melalui beberapa saluran komunikasi seperti iklan, promosi penjualan, kegiatan public relations, dan pemasaran langsung, perusahaan dapat mencapai target audiensnya dengan pesan yang relevan dan memikat, sehingga membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dan konsumen.

Setiap jenis saluran komunikasi memiliki keunggulan dan kelemahan tergantung pada tujuan, target pasar, dan anggaran yang tersedia. Iklan meliputi media cetak, televisi, radio, dan digital, sedangkan promosi penjualan mencakup kupon diskon, hadiah langsung, dan program loyalty. Publisitas mencakup berita dan acara media sosial yang memberikan exposure media yang tidak dibayar, sementara pemasaran langsung melibatkan pengiriman pesan langsung ke pelanggan melalui email, surat, atau telepon (Kotler & Armstrong, 2005).

Tujuan komunikasi pemasaran adalah menciptakan kesadaran merek, membangun citra merek, meningkatkan penjualan, dan mempertahankan pelanggan setia. Untuk mencapai hasil optimal, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti segmentasi pasar, positioning merek, pengembangan pesan, dan analisis Return on Investment (ROI) dalam kampanye komunikasi pemasaran mereka (Wijaya & Sirine, 2016). Komunikasi pemasaran bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai produk atau layanan kepada konsumen, menciptakan keinginan untuk membeli, membangun hubungan yang kuat antara merek dan konsumen, serta membangun loyalitas konsumen terhadap produk atau merek tersebut.

Proses *rebranding* suatu instansi atau perusahaan akan mengubah pola komunikasi pemasaran yang digunakan oleh mereka. Menurut penelitian Effendy (2004), terdapat tiga jenis pola komunikasi, yaitu pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah atau timbal balik, dan pola komunikasi multi arah. Pola komunikasi satu arah melibatkan pengiriman pesan tanpa adanya umpan balik. Pola komunikasi dua arah melibatkan interaksi saling tukar fungsi antara komunikator dan komunikan, di mana keduanya berperan sebagai penyampai dan penerima pesan dengan adanya umpan balik langsung. Sedangkan pola komunikasi multi arah melibatkan proses dialogis antara komunikator dan komunikan dalam kelompok tanpa hirarki yang jelas (Valdiani & Puspanidra, 2020). Komunikasi pemasaran juga berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat citra merek, dan memperluas pangsa pasar (Kotler & Armstrong, 2005).

Surabaya, yang dikenal sebagai "Kota Pendidikan" di Indonesia, memiliki banyak universitas dan sekolah terkemuka. Terdapat lebih dari 50 universitas dan perguruan tinggi di Surabaya, baik negeri maupun swasta, yang menawarkan berbagai program studi dari berbagai disiplin ilmu. Selain itu, Surabaya juga memiliki banyak sekolah unggulan mulai dari tingkat SD hingga SMA, baik negeri maupun swasta, yang terkenal dengan kualitas pendidikannya yang baik di Indonesia. Ada juga banyak lembaga kursus dan pelatihan yang membantu masyarakat dalam mengembangkan keterampilan dan meningkatkan karir mereka. Dengan demikian, Surabaya telah diakui sebagai kota pendidikan yang menjadi tujuan utama bagi siswa dan mahasiswa yang ingin mendapatkan pendidikan berkualitas di Indonesia.

Badan Pusat Statistik (2021) mencatat bahwa di seluruh Surabaya terdapat lebih dari 1400 sekolah yang tersebar. Persaingan dalam merekrut siswa menjadi faktor penting, terutama bagi sekolah swasta. Berbeda dengan sekolah negeri yang dikelola oleh pemerintah, sekolah swasta harus berusaha lebih keras untuk menarik minat siswa guna menjalankan proses pembelajaran (Hanifah & Istikomah, 2022).

SMA Trimurti Surabaya adalah Sekolah Menengah Atas (SMA) swasta yang terletak di Jl. Gubernur Suryo No.3, Embong Kaliasin, Kec. Genteng, Surabaya, Jawa Timur 60271. Sekolah ini didirikan pada tahun 1983 dan saat ini menjadi salah satu sekolah unggulan di

Surabaya. SMA Trimurti Surabaya menawarkan program pendidikan yang berfokus pada akademik dan karakter siswa. Sekolah ini memiliki lingkungan belajar yang kondusif dan fasilitas yang memadai, seperti ruang kelas yang nyaman, laboratorium, perpustakaan, ruang seni dan budaya, serta lapangan olahraga. Selain itu, SMA Trimurti Surabaya juga memiliki program ekstrakurikuler yang beragam, seperti klub musik, teater, bahasa, dan lain sebagainya, yang bertujuan untuk mengembangkan bakat dan minat siswa. SMA Trimurti Surabaya telah meraih berbagai penghargaan di bidang pendidikan dan prestasi siswa, serta memiliki alumni yang sukses di berbagai bidang (Santosa & Aji, 2022)

*Rebranding* SMA Trimurti Surabaya adalah proses perubahan identitas dan citra sekolah dengan tujuan meningkatkan daya tarik dan citra positif di mata masyarakat, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar. Sebelumnya, SMA Trimurti tidak memiliki identitas branding yang khusus dan kurang menyadari pentingnya branding dalam lembaga pendidikan. Melalui proses *rebranding*, sekolah berusaha mengembangkan citra dan karakteristik yang mencerminkan nilai-nilai, keunggulan, dan keunikan mereka. Ini dilakukan untuk menarik calon siswa, orang tua, serta membedakan SMA Trimurti dari sekolah lain di sekitarnya.

Setelah melalui proses *rebranding*, SMA Trimurti berhasil menciptakan identitas yang kuat dan menonjol dengan menetapkan visi, misi, dan nilai-nilai pendidikan. Mereka juga merancang logo, moto, dan semboyan yang menggambarkan esensi dan identitas sekolah. *Rebranding* ini berhasil mengubah persepsi masyarakat terhadap sekolah, menjadi lembaga pendidikan dengan citra positif dan reputasi baik. SMA Trimurti sekarang diakui sebagai salah satu sekolah terkemuka di wilayah tersebut.

Terdapat penelitian terdahulu yang berjudul Strategi *Rebranding* Trimurti Senior High School Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Modern, dimana penelitian ini Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Trimurti Senior High School dalam meningkatkan citra sekolah yang lebih modern. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana Trimurti menerapkan strategi *rebranding* secara keseluruhan dan langkah-langkah yang diambil dalam proses tersebut. Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Trimurti mengubah citra sekolah menjadi lebih modern melalui empat tahapan *rebranding*: repositioning, renaming, redesign, dan relaunching. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali data kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk mendapatkan perspektif yang komprehensif tentang strategi *rebranding* yang dilakukan oleh Trimurti Senior High School. Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Trimurti mengimplementasikan strategi *rebranding* mereka dalam meningkatkan citra sekolah.

Setelah *rebranding*, SMA Trimurti Surabaya juga mengubah strategi komunikasinya untuk memperkuat citra baru yang telah mereka bangun. Mereka menyadari pentingnya komunikasi yang efektif dan konsisten untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat. Strategi komunikasi yang baik dalam konteks pendidikan sangat penting untuk memastikan kelancaran kegiatan sekolah dan membangun hubungan yang positif antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat. Komunikasi yang baik juga memastikan semua pihak tetap terhubung dan terinformasi tentang program pendidikan, kegiatan ekstrakurikuler, acara penting, dan perkembangan siswa di sekolah.

Dengan demikian, melalui proses *rebranding* dan strategi komunikasi yang baik, SMA Trimurti Surabaya berhasil meningkatkan daya tarik, dan memperkuat citra positif.

Dari penjelasan dan dasar penelitian diatas maka dibuatlah penelitian ini dengan judul Strategi Komunikasi Trimurti Senior High School Surabaya Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Setelah Proses *Rebranding*, dimana penelitian ini akan berfokus dalam meneliti strategi komunikasi SMA Trimurti yang baru setelah proses *rebranding*.

## **Metode Penelitian**

Penelitian terkait Strategi komunikasi Trimurti *Senior High School* dalam meningkatkan citra sekolah setelah proses *rebranding* ini menggunakan metode kualitatif. Metode ini melibatkan proses pengumpulan data melalui observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. (Deddy Mulyana 2010).

Metode penelitian kualitatif, yang merupakan pendekatan dalam penelitian ini, bertujuan untuk memahami fenomena secara holistik dengan menggunakan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Moeloeng (2012) mengungkapkan bahwa metode kualitatif memanfaatkan berbagai metode ilmiah dan dilakukan dalam konteks khusus yang alamiah. Dalam penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pengalaman subjek penelitian.

Penelitian kualitatif deskriptif menggunakan data deskriptif yang asli dan tidak diubah. Pendekatan studi kasus digunakan untuk menggali fenomena secara mendalam dalam konteks alamiahnya. Metode yang digunakan termasuk wawancara, observasi, analisis dokumen, dan fokus kelompok. Penelitian deskriptif bertujuan menghasilkan gambaran yang jelas dan akurat, menggambarkan mekanisme proses, mengklarifikasi konsep, dan menganalisis nilai-nilai yang terkandung dalam fenomena yang diteliti. Landasan teori digunakan sebagai pedoman penting dalam penelitian ini (Daymon & Holloway, 2005).

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023. Tempat penelitian dilakukan di Sekolah Trimurti Senior High School, Jl. Gubernur Suryo No. 3, Genteng, Surabaya. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah narasumber dari pihak yang berhubungan dengan Trimurti Senior High School. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah topik mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh Trimurti Senior High School dalam meningkatkan citra setelah proses *rebranding* sebagai sekolah modern.

Data yang di dapat dari penelitian ini berasal dari wawancara yang dilakukan dengan narasumber terpilih dari pihak Trimurti *Senior High School* yaitu bagian kepala Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bagian Kesiswaan dan Humas.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap narasi, kata-kata, dan observasi lapangan. Teknik analisis data deskriptif kualitatif melibatkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan sejak awal pengumpulan data, dengan penggunaan teori sebagai kerangka referensi. Proses analisis melibatkan identifikasi pola, tema, dan hubungan antar informasi, serta pengorganisasian dan penggabungan informasi. Analisis data berperan penting dalam memperoleh pemahaman yang komprehensif dalam konteks penelitian kualitatif ini.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Gambaran Umum**

Trimurti Senior High School terletak di Surabaya, Jawa Timur. Sekolah ini memiliki visi dan misi yang jelas untuk membentuk manusia susila, cakap, dan bertanggung jawab. Misi Trimurti meliputi pembentukan sikap intelektual yang menjunjung tinggi etika, mengintegrasikan moral dalam pembelajaran, dan membekali siswa sebagai makhluk sosial yang memegang prinsip ketuhanan dan kemasyarakatan. Sekolah ini berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas tinggi dengan staf pengajar yang berkualifikasi dan fasilitas yang memadai. SMA Trimurti didirikan pada tahun 1954 dengan fokus pada pengembangan pengetahuan dan karakter siswa. Sekolah ini terus berupaya meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas, serta menawarkan beragam program ekstrakurikuler untuk melatih siswa dalam mengembangkan potensi mereka.

### ***Rebranding* Sekolah dan Kebebasan Berekspresi**

Dalam proses *rebranding*, Trimurti Senior High School melakukan beberapa perubahan dan penambahan yang cukup terlihat **Perubahan Nama Instansi Sekolah**, SMA Trimurti mengubah namanya menjadi Trimurti Senior High School. Perubahan ini bertujuan untuk menampilkan citra yang modern, inovatif, dan progresif. Penggunaan bahasa Inggris dalam nama baru tersebut dimaksudkan untuk menandakan transformasi tersebut dan memosisikan Trimurti sebagai lembaga yang diakui secara internasional. Namun, perlu dicatat bahwa penggunaan nama dalam bahasa Inggris saja tidak cukup untuk menjadikan Trimurti sebagai sekolah internasional atau mengubah citranya. Fokus utama dari *rebranding* ini adalah mencerminkan program double degree internasional, ASUPD, yang merupakan hasil kerja sama dengan Arizona State University. Sekolah ini juga menggunakan tagline "Membangun Sejarah dengan Karakter" untuk menunjukkan komitmen mereka dalam memberikan pendidikan berkualitas tinggi dan pendidikan karakter kepada siswa.

**Perubahan Logo Sekolah**, Trimurti Senior High School melakukan perancangan ulang (*redesign*) pada logo sekolah. Logo lama SMA Trimurti memiliki bentuk perisai dengan dominasi warna biru. Di dalamnya terdapat teks "SMA TRIMURTI" di bagian atas dan "SURABAYA" di bagian bawah. Bagian tengah logo memuat kombinasi simbol Tugu Pahlawan, buku, bunga, pita, serta padi dan kapas. Dalam *rebranding*, Trimurti mengubah logo tersebut untuk mencerminkan citra yang lebih modern dan relevan. Detail perubahan pada logo baru tidak dijelaskan, tetapi *rebranding* ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang lebih sesuai dengan citra yang diinginkan oleh sekolah.

Perubahan nama dan logo merupakan bagian dari strategi *rebranding* yang bertujuan untuk menciptakan identitas baru yang lebih menarik dan relevan bagi SMA Trimurti Surabaya. Dengan perubahan tersebut, sekolah berharap dapat memperbaiki persepsi masyarakat, menarik minat calon siswa, dan mempertahankan kepercayaan stakeholder yang ada.

**Perubahan Metode Pembelajaran**, Setelah melakukan *rebranding*, SMA Trimurti Surabaya memutuskan untuk mengganti metode pembelajaran tradisional dengan pembelajaran digital. Salah satu alasan utama di balik keputusan ini adalah untuk memberikan aksesibilitas yang lebih luas bagi siswa. Dengan menggunakan teknologi dan platform digital, siswa dapat mengakses materi pembelajaran kapan saja dan di mana saja, tanpa terbatas oleh batasan ruang dan waktu. Hal ini meningkatkan fleksibilitas dan kemudahan dalam proses pembelajaran, sehingga siswa dapat belajar sesuai dengan ritme dan preferensi masing-masing.

Selain aksesibilitas yang lebih luas, penggunaan metode pembelajaran digital juga memberikan variasi dan interaktifitas yang lebih dalam proses pembelajaran. Dalam konteks ini, SMA Trimurti Surabaya memilih aplikasi Ruang Guru sebagai sarana untuk implementasi pembelajaran digital. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur yang mendukung pembelajaran interaktif, seperti video pembelajaran, latihan soal interaktif, dan konsultasi online dengan guru. Dengan adanya fitur-fitur tersebut, siswa dapat terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, meningkatkan minat dan motivasi mereka dalam belajar.

Selain manfaat aksesibilitas dan interaktifitas, penggunaan metode pembelajaran digital juga mempersiapkan siswa menghadapi era digital yang semakin maju. Dalam dunia yang semakin terkoneksi dan didominasi oleh teknologi, keterampilan digital menjadi sangat penting. Dengan memanfaatkan pembelajaran digital, SMA Trimurti Surabaya dapat memperkenalkan siswa pada berbagai alat dan teknologi yang relevan dalam dunia kerja di masa depan. Ini membantu siswa dalam mengembangkan keterampilan digital yang diperlukan untuk sukses di era digital.

Tanggapan siswa terhadap penggunaan pembelajaran digital dan aplikasi Ruang Guru juga sangat positif. Banyak siswa yang merasa tertarik dan antusias dalam menggunakan teknologi dalam proses pembelajaran. Mereka merasakan kemudahan dalam mengakses

materi, berinteraksi dengan guru dan teman sekelas, serta merasa lebih terlibat dan aktif dalam pembelajaran. Keberhasilan dalam mengadopsi metode pembelajaran digital ini juga dapat dilihat dari peningkatan kualitas pembelajaran dan prestasi akademik siswa.

Namun demikian, terdapat beberapa tantangan terkait aksesibilitas teknologi yang harus diatasi. Tidak semua siswa memiliki akses yang sama terhadap perangkat digital dan internet. SMA Trimurti Surabaya perlu berupaya untuk memastikan bahwa semua siswa dapat mengakses dan memanfaatkan pembelajaran digital dengan baik. Ini mungkin melibatkan langkah-langkah seperti penyediaan perangkat di sekolah, kerjasama dengan pihak luar, atau pemberian bantuan finansial kepada siswa yang membutuhkannya.

**Kebebasan Baju Seragam Hari Jumat** Setelah melalui proses *rebranding*, SMA Trimurti Surabaya memutuskan untuk mengadopsi kebijakan yang memperbolehkan siswa menggunakan seragam yang bebas dan sopan hanya pada hari Jumat. Keputusan ini didasarkan pada beberapa alasan yang relevan dan penting.

Pertama, kebijakan ini bertujuan untuk mencerminkan sikap inklusif dan menghormati keberagaman siswa. Dengan memberikan kebebasan dalam memilih seragam pada hari Jumat, sekolah mengakui bahwa setiap individu memiliki identitas dan gaya pribadi yang berbeda. Ini menciptakan ruang bagi siswa untuk mengekspresikan diri secara lebih autentik dan merasa dihargai dalam identitas mereka. Kebebasan ini juga dapat mendorong penerimaan terhadap perbedaan dan memperkuat ikatan sosial di antara siswa.

Kedua, seragam yang bebas pada hari Jumat dapat menjadi sarana untuk membangun rasa kebersamaan dan semangat kreativitas di antara siswa. Dalam suasana yang lebih santai, siswa dapat merasa lebih nyaman dan bersemangat dalam mengekspresikan diri mereka melalui pilihan busana yang mereka kenakan. Hal ini dapat meningkatkan interaksi sosial, mempererat hubungan antara siswa, dan menciptakan lingkungan sekolah yang lebih hidup dan dinamis.

Respons terhadap kebijakan ini juga cukup positif. Banyak siswa yang merasa senang dan termotivasi dengan kebebasan ini. Mereka merasa bahwa kebijakan ini adalah langkah yang positif dalam memperkuat ikatan sosial di antara mereka, meningkatkan semangat sekolah, dan memberikan ruang bagi mereka untuk mengekspresikan diri secara kreatif.

Namun, meskipun terdapat manfaat dalam kebijakan ini, perlu diingat bahwa tetap ada beberapa batasan yang harus diperhatikan. Meskipun siswa diberikan kebebasan dalam memilih seragam pada hari Jumat, seragam yang dipilih tetap harus mematuhi standar kepatutan dan kesopanan yang telah ditetapkan oleh sekolah. Hal ini penting untuk menjaga integritas sekolah dan menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan produktif. Selain itu, perlu juga mempertimbangkan adanya situasi atau acara khusus di mana seragam khusus mungkin masih diperlukan, seperti upacara sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, atau acara formal lainnya.

Dalam kesimpulannya, keputusan SMA Trimurti Surabaya untuk mengizinkan siswa menggunakan seragam yang bebas dan sopan hanya pada hari Jumat setelah proses *rebranding* memiliki alasan yang kuat. Kebijakan ini mendorong inklusivitas, kreativitas, dan semangat siswa dalam mengekspresikan diri. Respons siswa terhadap kebijakan ini cukup positif, namun tetap harus diingat bahwa ada batasan-batasan yang perlu diperhatikan dalam penerapannya guna menjaga integritas dan kesopanan sekolah.

### **Citra Sekolah Kekinian**

SMA Trimurti Surabaya melakukan *rebranding* untuk memperbarui dan memperbaiki persepsi tentang lembaga pendidikan tersebut. Dalam konteks ini, mereka mengubah nama menjadi Trimurti Senior High School dan mengadopsi tagline "Membangun Sejarah dengan Karakter" untuk menggambarkan komitmen mereka dalam membentuk karakter siswa yang berkualitas. Logo sekolah juga mengalami perubahan untuk memperkuat citra sekolah.

Trimurti meningkatkan komunikasi dengan pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Mereka memperkenalkan perubahan-perubahan yang dilakukan dan memberikan pemahaman yang jelas tentang visi, misi, dan nilai-nilai sekolah melalui berbagai saluran komunikasi.

Trimurti mengadopsi metode pembelajaran inovatif yang menggabungkan pendekatan interaktif dan praktis. Mereka mengintegrasikan elemen-elemen multimedia, simulasi, dan proyek kolaboratif dalam pembelajaran sehari-hari untuk memberikan pengalaman belajar yang menarik dan relevan.

Sekolah ini juga mengupdate kurikulum secara teratur dengan menambahkan komponen yang relevan dengan perkembangan teknologi dan dunia kerja, serta mengintegrasikan isu-isu global dan multidisiplin. Trimurti menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan internasional dan menyediakan program pertukaran pelajar untuk memperkaya pengalaman siswa. Program ekstrakurikuler yang berfokus pada teknologi dan keterampilan digital ditawarkan untuk mengembangkan minat dan bakat siswa dalam era digital. Kelas internasional dan Double Degree Program (ASUPD) juga menjadi keunggulan sekolah dalam mencapai citra kekinian.

Seluruh upaya ini menunjukkan komitmen Trimurti dalam mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dunia yang terus berubah. Dengan mengikuti perkembangan teknologi, menjalin kerjasama internasional, menyediakan program pertukaran pelajar, program ekstrakurikuler yang berfokus pada teknologi, kelas internasional, dan Double Degree Program (ASUPD), mereka menciptakan citra kekinian yang sesuai dengan kebutuhan siswa masa kini.

### **Tiga Jalur Strategi Komunikasi Sekolah Trimurti**

Ada tiga jalur komunikasi yang digunakan SMA Trimurti Surabaya dalam memasarkan atau memperkenalkan sekolahnya setelah proses *rebranding*. Jalur Internal, Trimurti Senior High School memiliki sistem komunikasi internal yang terorganisir dengan baik, memastikan efektivitas penyampaian informasi. Media sosial digunakan sebagai sarana promosi sekolah. Seluruh anggota komunitas sekolah, termasuk kepala sekolah, guru, staf administrasi, dan siswa, wajib berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran melalui media sosial. Trimurti mendorong mereka yang belum memiliki akun media sosial untuk membuatnya terlebih dahulu. Pihak kesiswaan bertugas memantau kegiatan sekolah dan memastikan informasi Trimurti diunggah secara teratur. Pemantauan yang sistematis oleh pihak kesiswaan penting dalam menjaga konsistensi dan keberlanjutan pemasaran melalui media sosial. Kebijakan ini berdampak pada peningkatan pemahaman tentang Trimurti, terjalinnya hubungan positif, dukungan yang kuat, dan pengembangan sekolah yang lebih baik. Trimurti memanfaatkan media sosial untuk menarik minat calon siswa, memperkuat hubungan dengan orang tua siswa, dan menjalin kemitraan dengan komunitas sekitar.

Jalur External, Trimurti Senior High School memiliki jalur komunikasi eksternal yang kuat dan beragam untuk memperluas promosi sekolah. Dengan mengundang media dan jurnalis, Trimurti meningkatkan visibilitas dan citra sekolah. Kegiatan meliputi berbagai acara memberikan cakupan media yang lebih luas. Kerjasama dengan StartFriday.asia mempublikasikan informasi seputar sekolah dan prestasi siswa. Trimurti memperluas kehadiran di media sosial dengan dukungan staf dan guru aktif di platform online. Pemantauan konten di media sosial dipastikan untuk menjaga konsistensi pesan dan citra sekolah. Melibatkan media, jurnalis, dan pengguna media sosial membantu mencapai tujuan pemasaran dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Trimurti berinovasi dalam strategi komunikasi eksternal sesuai dengan tren komunikasi terkini.

Jalur Alumni, Alumni Trimurti berperan penting dalam mempromosikan Trimurti Senior High School. Mereka menjadi Event Organizer acara *rebranding* sekolah, membagikan pengalaman positif, dan mendukung promosi melalui media sosial. Alumni juga



terhubung melalui forum khusus dan acara alumni. Partisipasi aktif alumni membantu memperkuat citra Trimurti dan menarik minat calon siswa. Hubungan yang erat dengan para alumni memungkinkan Trimurti memanfaatkan kekuatan mereka dalam promosi sekolah.

## **Penutup**

Dalam Trimurti Senior High School, sistem komunikasi internal terorganisir dengan baik untuk memastikan efektivitas dan kelancaran penyampaian informasi kepada semua pihak yang terlibat. Sekolah ini mengandalkan berbagai sumber komunikasi seperti kepala sekolah, guru, staf administrasi, dan siswa untuk mengimplementasikan kebijakan baru terkait pemasaran sekolah melalui media sosial. Dalam era digital yang semakin berkembang, Trimurti menyadari pentingnya memanfaatkan potensi media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan sekolah.

Sebagai langkah untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai target audiens yang lebih luas, Trimurti telah mewajibkan semua anggota komunitas sekolah untuk turut serta dalam kegiatan pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Dalam konteks ini, Trimurti mendorong semua pihak sekolah yang belum memiliki akun media sosial untuk membuatnya terlebih dahulu. Langkah ini diambil dengan tujuan untuk memastikan bahwa setiap anggota komunitas sekolah dapat berkontribusi secara efektif dalam mempromosikan Trimurti melalui platform media sosial yang populer dan memiliki potensi jangkauan yang luas.

Untuk memastikan kesuksesan implementasi kebijakan pemasaran melalui media sosial, pihak kesiswaan Trimurti Senior High School ditugaskan untuk melakukan pemantauan terhadap kegiatan yang dilakukan oleh pihak sekolah. Dalam peran khusus mereka, pihak kesiswaan bertanggung jawab dalam memastikan bahwa setiap pihak sekolah mematuhi kewajiban untuk mengunggah informasi-informasi terkait Trimurti secara teratur. Melalui pemantauan yang sistematis, pihak kesiswaan memiliki peran penting dalam menjaga konsistensi, keberlanjutan, dan efektivitas dari upaya pemasaran Trimurti melalui media sosial.

Dengan memastikan bahwa informasi-informasi penting, prestasi, acara, dan kegiatan sekolah secara rutin diunggah dan diperbarui, Trimurti dapat memperkuat citra positif dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap segala hal yang berkaitan dengan sekolah. Dampak dari kebijakan pemasaran melalui media sosial ini meliputi peningkatan pemahaman tentang Trimurti dan apa yang ditawarkannya sebagai lembaga pendidikan, terjalinnya hubungan yang positif antara sekolah, siswa, orang tua, staf, dan masyarakat sekitar, serta dukungan yang semakin kuat dari para penerima pesan. Selain itu, dengan memaksimalkan potensi media sosial, Trimurti dapat memperluas jangkauan pesan-pesan mereka dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan dan lingkungan sekolah.

## **SARAN**

Trimurti Senior High School dapat meningkatkan pemasaran melalui media sosial dengan beberapa langkah strategis. Pertama, pelatihan diperlukan bagi guru, staf administrasi, dan siswa agar mereka dapat menggunakan media sosial secara efektif. Ini mencakup pembuatan konten menarik, manajemen merek yang konsisten, dan interaksi yang baik dengan audiens. Selanjutnya, membentuk tim pemasaran khusus akan membantu mengelola dan memonitor kegiatan pemasaran melalui media sosial. Tim ini harus terdiri dari individu yang memiliki keahlian dalam pemasaran digital, sehingga dapat memastikan koordinasi yang baik dan respons cepat terhadap tanggapan audiens. Selain itu, keterlibatan siswa juga penting. Trimurti dapat mendorong siswa untuk menghasilkan konten kreatif terkait sekolah melalui kompetisi atau program insentif, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka dalam mempromosikan sekolah melalui media sosial.

Selanjutnya, Trimurti dapat memanfaatkan konten multimedia seperti gambar dan video untuk meningkatkan daya tarik konten yang dibagikan melalui media sosial. Produksi video singkat yang memperkenalkan sekolah, kegiatan siswa, dan fasilitas yang tersedia akan menarik perhatian audiens. Analisis dan umpan balik juga penting. Trimurti perlu memonitor statistik pengikut, keterlibatan, dan umpan balik dari pengguna untuk memahami efektivitas kampanye pemasaran dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Umpan balik dari pengguna dapat digunakan untuk meningkatkan layanan dan kepuasan pengguna. Terakhir, melibatkan orang tua dalam kegiatan pemasaran melalui media sosial akan memperluas jangkauan pesan dan membangun kepercayaan orang tua terhadap sekolah.

Dengan mengimplementasikan strategi ini, Trimurti dapat memperkuat pemasaran melalui media sosial, meningkatkan visibilitas sekolah, jumlah pendaftaran, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

### **Daftar Pustaka**

- Effendy, O. U. (2004). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya
- Effendy, O. (2009). Human Relation & Public Relations. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Firmansyah, M. A. (n.d.). *KOMUNIKASI PEMASARAN*. [www.google.com](http://www.google.com)
- Ilmu Komunikasi, P., Ilmu Sosial, J., Ilmu Sosial dan Hukum, F., & Gusti Aji, G. (n.d.). *STRATEGI REBRANDING TRIMURTI SENIOR HIGH SCHOOL DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH MODERN* Nawang Iman Santosa.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Wijaya, H., & Sirine, H. (2016). STRATEGI SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING SERTA STRATEGI HARGA PADA PERUSAHAAN KECAP BLEKOK DI CILACAP. In *AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 01, Issue 03). <http://rajapresentasi.com>
- Valdiani, D., & Puspanidra Universitas Pakuan Surel Korespondensi, T. (n.d.). POLA KOMUNIKASI DALAM PEMASARAN BRAND HERWAYS\_ID. 26(2), 2020. <https://journal.unpak.ac.id/index.php/wahana>