

## ABSTRAK

**M. Fajar Rahmatullah:** *Rebranding* SMA Pesat Kota Bogor menjadi *School of talent* (Studi Deskriptif Kualitatif pada Unit Humas SMA Pesat Kota Bogor)

Lembaga Pendidikan merupakan suatu lembaga yang strategis dalam menghasilkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di suatu negara. Informasi dan pencarian lokasi lembaga sangat dibutuhkan masyarakat untuk menentukan pilihan lembaga yang diinginkan. SMA Pesat Kota Bogor melakukan upaya *rebranding* menjadi *School of talent*. Upaya tersebut dilaksanakan melalui pembuatan program baru dan dipublikasikan melalui media sosial, hal tersebut dapat dianggap mendukung efektivitas dan memudahkan dalam penyampaian informasi dengan cakupan yang luas dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses kegiatan *rebranding* yang dilakukan oleh SMA Pesat *School of talent* dengan menggunakan empat unsur *rebranding* yang dikemukakan oleh Muzellec dan Lambkin yaitu : 1) *renaming* (perubahan nama) 2) *repositioning* (perubahan posisi) 3) *redesigning* (perubahan desain) dan 4) *relaunching* (pengenalan produk).

Teori yang dipakai yakni teori *rebranding* yang digagas oleh Muzellec dan Lambkin yang menjelaskan bahwa *rebranding* dilakukan sebagai upaya lembaga atau perusahaan untuk memperbaiki elemen-elemen perusahaan yang dilakukan melalui beberapa tahap seperti : *renaming*, *repositioning*, *redesigning*, dan *relaunching*.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif kualitatif. Data-data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *rebranding* yang dilakukan SMA Pesat *School of talent* melalui empat proses atau tahapan . 1) tahap pertama, penerapan proses *renaming* dengan penambahan nama SMA Pesat menjadi SMA Pesat *School of talent*. 2) tahap kedua penerapan proses *repositioning* dengan menambah program baru yang memadukan antara prinsip nilai keagamaan dan nilai-nilai dasar pendidikan. 3) tahap ketiga penerapan proses *redesigning* dengan melakukan perubahan logo SMA Pesat *School of talent*. 4) tahap keempat penerapan proses *relaunching* diantaranya ada dua proses, SMA Pesat *School of talent* melakukan deklarasi kepada publik internal terkait perubahan sekolah dan deklarasi media sosial dengan melakukan penyebaran informasi mengenai perubahan sekolah melalui media sosial seperti *instagram*, *youtube* dan *website* resmi SMA Pesat *School of talent* sehingga mampu membuat karakter dan ciri khas baru tersendiri di benak masyarakat dengan konten yang menarik dan informatif.

**Kata Kunci:** *Rebranding*, *Online Public Relations*, Media Sosial

## ABSTRACT

**M. Fajar Rahmatullah:** *Rebranding SMA Pesat Bogor City to become a School of talent (Qualitative Descriptive Study at the Public Relations Unit of SMA Pesat Bogor City)*

*Educational institutions are strategic institutions in producing and improving the quality of human resources in a country. Information and finding the location of the institution is needed by the community to determine the choice of the desired institution. Pesat High School in Bogor City is making rebranding efforts to become a School of talent. This effort is carried out through the creation of new programs and publication through social media, this can be considered to support effectiveness and facilitate the delivery of information with a wide scope and is not limited by space and time.*

*The purpose of this study was to find out the process of rebranding activities carried out by SMA Pesat School of talent by using the four elements of rebranding proposed by Muzellec and Lambkin, namely: 1) renaming (name change) 2) repositioning (position change) 3) redesigning (design change) and 4) relaunching (product introduction).*

*The theory used is the rebranding theory initiated by Muzellec and Lambkin which explains that rebranding is carried out as an institution or company's attempt to update the company's elements through several stages such as: renaming, repositioning, redesigning, and relaunching.*

*This study uses a constructivism paradigm with a qualitative approach and a qualitative descriptive method. Research data were collected through in-depth interviews and observation.*

*The results showed that the rebranding carried out by SMA Pesat School of talent went through four processes or stages. 1) the first stage, implementing the renaming process by adding the name SMA Pesat to SMA Pesat School of talent. 2) the second stage is implementing the repositioning process by adding a new program that combines the principles of religious values and the basic values of education. 3) the third stage is implementing the redesigning process by changing the SMA Pesat School logo of talent. 4) the fourth stage of implementing the relaunching process includes 2 processes, SMA Pesat School of talent makes a declaration to the internal public regarding school changes and social media declarations by disseminating information about school changes through social media such as Instagram, Youtube and the official website of SMA Pesat School of talent so that they are able to create their own new character and characteristics in the minds of the public with interesting and informative content.*

**Keywords:** *Rebranding, Online Public Relations, Social Media*