

ABSTRAK

Fenomena yang diangkat menjadi obyek penelitian adalah penurunan jumlah siswa Satuan Pendidikan Kerjasama (SPK), dulu disebut Sekolah Internasional, karena adanya persaingan antar sekolah, penurunan kepercayaan terhadap pengajar asing dan perijinan sekolah. Strategi komunikasi dan pemasaran untuk menumbuhkan kembali kepercayaan tersebut sangat diperlukan. Sekolah *Victory Plus* melakukan kegiatan publisitas dan Marketing Public Relations (MPR) pada media sosial sekolah. Penulis menggunakan kajian teori Stimulus Organism Response di mana kegiatan komunikasi di dalamnya juga dianalisa menggunakan teori Corporate Communication (Komunikasi Korporasi). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kegiatan publisitas dan MPR pada media sosial terhadap reputasi sekolah. Metode penelitian menggunakan metode survey dengan analisis korelasi dan regresi. Setelah diadakan penelitian dan analisis data dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan publisitas (X1) dan MPR (X2) melalui media sosial terhadap reputasi sekolah (Y). Hal ini dibuktikan dengan $F_o = 52.441$ dan $Sig.= 0.000 < 0.05$. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan publisitas (X1) terhadap reputasi sekolah (Y). Hal ini dibuktikan dengan $t_o = 2.691$ dan $Sig.= 0.009 < 0.05$. (3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara MPR melalui media sosial (X2) terhadap reputasi sekolah (Y). Hal ini dibuktikan dengan $t_o = 5.591$ dan $Sig.= 0.000 < 0.05$. Penulis mengambil kesimpulan dari hasil penelitiannya bahwa pengaruh signifikan menunjukkan semakin tinggi kegiatan publisitas dan MPR melalui media sosial maka semakin baik reputasi sekolah.

Kata kunci : Publisitas, Marketing Public Relations, Reputasi

ABSTRACT

The phenomenon that becomes the reason to have this research is starting with decreasing number of students in SPK (Satuan Pendidikan Kerjasama) known as international schools effected by competition among schools, decreasing of trust towards expatriate teachers and school permit matters. The strategies of communication and marketing are needed to raise the people trust. Sekolah Victory Plus implements publicity and Marketing Public Relations (MPR) at its social media. The research uses explanation under Stimulus Organism Response theory and Corporate Communication activities inside it. The writer wants to know if each variable of publicity and MPR influences the school reputation through collecting data activity used questionnaire and literature studies. From the analyzed data shown in summary table, it results as follow: 1) There is a significant influence of publicity (X1) and MPR (X2) through social media to school's reputation (Y). It is shown by $F_o = 52.441$ and $Sig.= 0.000 < 0.05$. 2) There is a significant influence of publicity (X1) through social media to school's reputation (Y). It is shown by $t_o = 2.691$ and $Sig.= 0.009 < 0.05$. 3) There is a significant influence of MPR (X2) through social media to school's reputation (Y). It is shown by $t_o = 5.591$ and $Sig.= 0.000 < 0.05$. The conclusion based on the research is stated by the writer that significant influence shows that higher publicity and MPR activities in social media caused higher school's reputation.

Key words : Publicity, Marketing Public Relations, Reputation.