

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Citra sebuah lembaga pendidikan menjadi elemen penting yang memengaruhi kepercayaan publik dan keberlangsungan institusi tersebut dalam jangka panjang. Masyarakat saat ini tidak hanya menilai kualitas pendidikan dari sisi kurikulum atau fasilitas fisik, tetapi juga dari bagaimana sekolah memperlihatkan pencapaian, keterbukaan informasi, dan reputasinya secara menyeluruh. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif, upaya membangun citra tidak bisa dilepaskan dari peran komunikasi kelembagaan yang terencana dan terstruktur. Salah satu pendekatan yang umum digunakan oleh institusi pendidikan untuk membentuk persepsi positif adalah melalui pengelolaan strategi komunikasi yang mencakup publikasi prestasi-prestasi siswa dan lembaga.

Chongkrasat Wittaya School yang terletak di wilayah Selatan Thailand merupakan salah satu sekolah swasta Islam yang telah menunjukkan eksistensinya melalui berbagai program akademik dan kegiatan unggulan. Sekolah ini memiliki kurikulum yang beragam, menampung ratusan siswa dengan latar belakang budaya yang relatif homogen tetapi tetap membutuhkan pendekatan yang dinamis dalam pengelolaan komunikasi kelembagaan. Terdapat beberapa program pembelajaran yang ditawarkan, seperti kelas Bahasa Inggris-Arab (AESP), kelas Ilmu Islam (ISP), kelas

Sains-Matematika, hingga kelas seni dan teknologi. Diversifikasi program ini merupakan cerminan dari upaya sekolah dalam menyesuaikan pendidikan dengan kebutuhan global sekaligus lokal.

Upaya tersebut semakin terlihat dari fasilitas-fasilitas kelas yang tertata sesuai dengan jenjang dan minat siswa. Di jenjang SMA, misalnya, siswa dapat memilih antara program umum, intensif (IP), hingga program dengan pendekatan dua bahasa asing. Kelas-kelas ini tidak hanya menunjang sisi akademik, tetapi juga menjadi landasan dalam memunculkan prestasi-prestasi siswa baik di tingkat provinsi, nasional, maupun regional. Salah satu indikator nyata dari pencapaian tersebut adalah keberhasilan Chongraksat Wittaya School dalam meraih total 21 medali dalam kompetisi akademik tingkat provinsi Pattani pada tahun ajaran 2024, yang terdiri dari 16 emas, 3 perak, dan 2 perunggu. Beberapa perwakilan siswa bahkan diundang untuk mengikuti seleksi kompetisi lanjutan di tingkat regional pada Februari 2025.

Prestasi yang diraih bukan hanya menjadi kebanggaan internal, melainkan juga bagian dari strategi membangun citra sekolah di mata masyarakat. Dalam konteks ini, peran komunikasi dan informasi menjadi semakin krusial. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh sekolah tidak hanya berkutat pada aktivitas internal, tetapi juga bagaimana pencapaian tersebut disampaikan secara luas melalui saluran informasi yang dapat menjangkau publik, baik secara langsung maupun melalui media sosial.

Kemampuan mengelola narasi prestasi menjadi langkah penting dalam membentuk persepsi positif di tengah masyarakat yang semakin kritis terhadap kualitas pendidikan.

Salah satu pendekatan yang mulai digunakan oleh Chongkraksat Wittaya School adalah publikasi visual dan digital. Sekolah ini secara aktif mendokumentasikan kegiatan siswa dan prestasi lembaga melalui media sosial dan kanal informasi digital lainnya. Guru dan staf memiliki peran ganda, tidak hanya sebagai pendidik tetapi juga sebagai komunikator institusi. Mereka turut terlibat dalam proses produksi konten komunikasi, baik dalam bentuk foto kegiatan, narasi informatif, maupun testimoni pencapaian. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa komunikasi sekolah bukan hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi untuk membentuk citra yang dapat dipercaya publik.

Fenomena ini menandakan adanya pergeseran paradigma dalam pengelolaan institusi pendidikan. Sekolah bukan lagi semata tempat belajar, tetapi juga entitas sosial yang membentuk reputasi melalui strategi komunikasi. Chongkraksat Wittaya School telah memahami pentingnya pengelolaan persepsi dan mulai memanfaatkan prestasi sebagai modal simbolik dalam membangun hubungan yang kuat dengan publik. Hal ini bisa dilihat dari konsistensi mereka dalam mengangkat narasi positif melalui berbagai ajang kompetisi dan kegiatan akademik lainnya yang kemudian dipublikasikan kepada masyarakat.

Di sisi lain, strategi membangun citra lembaga melalui prestasi tidak bisa dilepaskan dari partisipasi kolektif berbagai elemen dalam sekolah. Guru, siswa, orang tua, dan staf administratif memiliki kontribusi masing-masing dalam mendukung atmosfer sekolah yang berprestasi. Keterlibatan ini membentuk relasi timbal balik antara kinerja lembaga dan persepsi publik. Ketika masyarakat melihat siswa-siswi dari lembaga tersebut mampu berprestasi di berbagai bidang, maka kepercayaan terhadap kredibilitas lembaga akan meningkat secara alami.

Keberhasilan membangun citra melalui prestasi juga memperkuat posisi lembaga dalam membentuk identitas yang membedakan mereka dari institusi lain. Identitas ini tidak hanya dilihat dari sisi akademik, tetapi juga dalam cara mereka mengelola komunikasi dan membentuk kepercayaan. Hal ini yang menjadikan Chongkrasat Wittaya School sebagai studi menarik untuk melihat bagaimana strategi public relations dijalankan secara konkret di lembaga pendidikan berbasis keislaman di luar Indonesia.

Berdasarkan observasi langsung dilakukan dengan mengunjungi Chongkrasat Wittaya School di Pattani, Thailand. Selama kunjungan ini, peneliti mengamati berbagai aspek manajemen kurikulum dan proses pembelajaran yang diterapkan di sekolah. Observasi ini memberikan wawasan tentang implementasi kurikulum terpadu yang menggabungkan pendidikan agama dan akademik, serta bagaimana sekolah menyesuaikan kurikulum sesuai dengan kebutuhan siswa dan komunitas setempat.

Selain observasi, peneliti juga menganalisis konten dari halaman Facebook resmi Chongkraksat Wittaya School. Halaman ini aktif membagikan berbagai informasi terkait kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan pengumuman penting lainnya. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami bagaimana sekolah memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi dengan orang tua, siswa, dan masyarakat luas, serta sebagai sarana untuk membangun citra positif institusi.

Untuk memperkaya data, peneliti mengkaji dua jurnal ilmiah yang secara khusus membahas Chongkraksat Wittaya School. Jurnal pertama berjudul "Manajemen Kurikulum Ma'had Chongkraksat Wittaya School Thailand" yang diterbitkan dalam Jurnal Syntax Imperatif. Artikel ini mengkaji perencanaan, implementasi, dan evaluasi kurikulum di sekolah tersebut, dengan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Temuan dari jurnal ini menunjukkan bahwa sekolah menerapkan dua manajemen kurikulum, yaitu kurikulum agama dan akademik, yang disesuaikan dengan kebutuhan institusi meskipun diatur oleh pemerintah Thailand.

Jurnal kedua berjudul "Manajemen Kurikulum Madrasah dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Chongkraksat Wittaya School Pattani Thailand Tahun Ajaran 2018/2019" yang tersedia di Institutional Repository of UIN SATU Tulungagung. Penelitian ini berfokus pada perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kurikulum madrasah dalam meningkatkan mutu pendidikan di sekolah tersebut. Dengan

pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa perencanaan kurikulum dilakukan melalui rapat yang melibatkan kepala sekolah, direktur kurikulum, dan guru, sementara evaluasi kurikulum dilakukan secara berkala untuk memastikan peningkatan mutu pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana strategi Public relations yang diterapkan oleh Chongkraksat Wittaya School dapat berperan dalam membangun citra lembaga melalui prestasi-prestasi yang diraih dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh sekolah. Penelitian ini juga berfokus pada komunikasi yang diterapkan oleh sekolah dalam memperkenalkan pencapaian akademik, keberhasilan siswa, serta program-program yang ada untuk membangun citra positif di mata publik. Tujuan lainnya adalah untuk menganalisis sejauh mana PR dapat mempererat hubungan antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat. Hal ini sangat penting untuk memastikan bahwa citra lembaga yang tercipta benar-benar mencerminkan prestasi dan kualitas pendidikan yang diberikan.

Lembaga pendidikan tidak hanya dituntut untuk memberikan pendidikan berkualitas, tetapi juga harus mampu membangun citra positif guna menarik minat siswa, meningkatkan kepercayaan orang tua, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat dan stakeholder terkait. Strategi Public Relations (PR) menjadi salah satu alat penting dalam membangun dan mempertahankan citra lembaga pendidikan.

Chongkrasat Wittaya School telah menunjukkan pencapaian yang signifikan dalam berbagai kompetisi akademik dan non-akademik. Namun, bagaimana strategi PR sekolah ini dalam memanfaatkan prestasi untuk membangun citra yang kuat belum banyak dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan untuk memahami peran PR dalam membangun citra lembaga pendidikan berbasis prestasi, terutama di lingkungan sekolah internasional.

Berdasarkan kajian literatur, penelitian mengenai strategi PR dalam membangun citra sekolah berbasis prestasi masih sangat terbatas. Beberapa penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada peran PR dalam membangun citra lembaga pendidikan secara umum tanpa menyoroti aspek prestasi sebagai elemen utama. Ada pula penelitian yang membahas strategi komunikasi eksternal sekolah, tetapi belum membahas bagaimana strategi tersebut diterapkan untuk mengelola dan mempublikasikan prestasi sebagai bagian dari pencitraan lembaga. Selain itu, beberapa penelitian juga lebih menekankan pada manajemen kurikulum di sekolah-sekolah Thailand, tetapi belum ada yang secara spesifik membahas strategi PR dalam membangun citra berbasis prestasi akademik dan non-akademik. Keunikan dari penelitian ini adalah fokusnya pada strategi PR berbasis prestasi sebagai alat utama dalam membangun citra lembaga pendidikan. Ini menjadi kontribusi baru dalam bidang komunikasi dan hubungan masyarakat di sektor pendidikan.

Chonggraksat Wittaya School memiliki karakteristik unik yang menjadikannya objek penelitian yang menarik. Sekolah ini memiliki kurikulum yang menggabungkan pendidikan akademik dan nilai-nilai agama serta budaya lokal, memberikan perspektif berbeda dalam membangun citra dibandingkan sekolah-sekolah lain. Selain itu, sekolah ini memiliki reputasi sebagai institusi pendidikan yang banyak meraih prestasi di tingkat nasional dan internasional, namun strategi PR yang diterapkan untuk mempublikasikan dan memanfaatkan prestasi tersebut masih perlu diteliti lebih lanjut.

Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu hubungan masyarakat dalam konteks pendidikan, tetapi juga memberikan manfaat nyata bagi sekolah-sekolah lain yang ingin membangun citra melalui prestasi. Secara akademis, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang Teori Citra (Image Theory – Frank Jefkins) dalam konteks pendidikan serta mengembangkan kajian terkait Public Relations berbasis prestasi. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi sekolah lain dalam merancang strategi PR yang efektif untuk membangun citra positif melalui pencapaian akademik dan non-akademik.

1.2 FOKUS PENELITIAN

Berdasarkan penjabaran latar belakang penelitian, maka penelitian ini difokuskan pada Bagaimana pengelolaan strategi *Public relations* dalam membangun citra lembaga melalui prestasi di *Chonggraksat Wittaya School*. penelitian ini akan mengajukan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi publikasi prestasi pada *Chongraksat Wittaya School*?
2. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap citra pada *Chongraksat Wittaya School*?
3. Bagaimana hubungan sekolah dengan media pada *Chongraksat Wittaya School*?
4. Bagaimana peran orang tua dan alumni sebagai agen *public relations* pada *Chongraksat Wittaya School*?
5. Bagaimana implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan strategi *Public Relations* pada *Chongraksat Wittaya School*

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan fokus penelitian yang dijabarkan dalam beberapa pertanyaan penelitian seperti yang telah disampaikan sebelumnya, maka didapatkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis strategi publikasi prestasi pada *Chongraksat Wittaya School*
2. Mengidentifikasi pengaruh media sosial terhadap citra pada *Chongraksat Wittaya School*
3. Mengidentifikasi hubungan sekolah dengan media pada *Chongraksat Wittaya School*

4. Menganalisis peran orang tua dan alumni sebagai agen *public relations* pada *Chongraksat Wittaya School*
5. Menganalisis implikasi hasil penelitian terhadap pengembangan strategi *Public Relations* pada *Chongraksat Wittaya School*

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini akan memiliki nilai manfaat baik dalam ranah akademis maupun praktis, di antaranya adalah:

1.4.1 KEGUNAAN AKADEMIS

1. Kontribusi terhadap Pengembangan Teori Citra dan Strategi Public Relations

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan pemahaman tentang strategi *Public Relations* dalam membangun citra lembaga pendidikan melalui pencapaian prestasi. Konsep citra yang digunakan dikembangkan dari teori citra oleh Frank Jefkins, yang memungkinkan terjadinya analisis mendalam mengenai pembentukan persepsi publik terhadap lembaga pendidikan melalui strategi komunikasi yang terarah.

2. Peluasan Cakupan Studi dalam Ilmu Komunikasi Strategis

Kajian ini memperluas ruang lingkup studi dalam bidang komunikasi strategis, terutama pada konteks lembaga pendidikan. Penelitian ini memperkaya literatur akademik yang membahas keterkaitan antara komunikasi institusional dan reputasi pendidikan berbasis prestasi.

3. Referensi bagi Pengembangan Teori dan Studi Lanjutan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi teoritis yang relevan bagi pengembangan teori *Public Relations* dalam konteks pendidikan. Selain itu, penelitian ini memberikan dasar bagi studi lanjutan dalam bidang komunikasi, khususnya dalam memahami peran komunikasi strategis dalam membangun dan memperkuat citra lembaga melalui pendekatan yang sesuai konteks.

1.4.2 KEGUNAAN PRAKTIS

1. Wawasan Aplikatif bagi Mahasiswa

Penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa yang menempuh studi di bidang *Public Relations*, komunikasi strategis, atau branding

lembaga. Kajian ini memberikan gambaran nyata tentang bagaimana teori dan konsep komunikasi dapat diadaptasi ke dalam praktik manajerial lembaga pendidikan, terutama dalam aspek pengelolaan prestasi sebagai sarana pencitraan.

2. Pedoman Praktis bagi Praktisi Public Relations di Lembaga Pendidikan

Bagi praktisi *Public Relations*, khususnya di sektor pendidikan, penelitian ini menjadi acuan dalam merancang dan mengelola program komunikasi yang terintegrasi. Fokusnya mencakup pengelolaan hubungan dengan siswa, orang tua, masyarakat, serta media, dengan pendekatan berbasis prestasi yang strategis dan berorientasi pada penguatan reputasi lembaga.

3. Dasar Pengembangan Inovasi Kurikulum Perguruan Tinggi

Temuan penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang mata kuliah baru, seperti "Manajemen Komunikasi Lembaga Pendidikan" atau "Strategi Branding Lembaga Non-Korporat". Pengembangan kurikulum ini diharapkan memberi perspektif baru dan relevan bagi mahasiswa untuk memahami dinamika komunikasi strategis dalam organisasi nirlaba atau publik.

4. Sumber Diskusi Akademik dan Praktik Komunikasi Kontekstual

Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan diskusi akademik dalam forum ilmiah atau kelas, yang mengkaji peran *Public Relations* dalam membentuk persepsi dan citra institusi. Diskusi tersebut diharapkan memicu pemahaman yang lebih dalam terhadap aplikasi teori komunikasi dalam situasi sosial yang nyata dan kompleks.

1.5 LANDASAN PEMIKIRAN

1.5.1 LANDASAN TEORITIS

Landasan teoritis dalam penelitian ini memberikan pijakan konseptual yang kuat untuk menganalisis strategi *Public Relations* dalam membangun citra melalui prestasi lembaga pendidikan di Chongraksat Wittaya School. Menurut Sugiyono landasan teori merupakan serangkaian definisi, proposisi, dan konsep yang disusun secara sistematis untuk menjelaskan fenomena yang menjadi fokus penelitian. Teori-teori yang relevan dipilih untuk membangun kerangka kerja analisis yang menyeluruh, sehingga dapat mendukung keakuratan dan kedalaman penelitian ini. (Sugiyono, 2013:81)

1.5.1.1 Teori Citra (*Image Theory*)

Teori Citra atau Image Theory digunakan sebagai dasar utama untuk memahami bagaimana persepsi publik terhadap suatu lembaga dibangun, dikelola, dan dipertahankan. Menurut Jefkins citra adalah persepsi yang terbentuk dalam benak publik terhadap suatu organisasi, yang dipengaruhi oleh komunikasi, pengalaman langsung, reputasi, dan tindakan organisasi. Dalam konteks lembaga pendidikan, citra tidak hanya mencerminkan identitas internal lembaga tetapi juga menjadi faktor utama dalam menarik kepercayaan dari berbagai pemangku kepentingan, seperti siswa, orang tua, dan masyarakat. (Jefkins, 2009)

Penelitian ini menggunakan lima konsep citra yang saling melengkapi untuk menganalisis bagaimana strategi Public Relations di Chongkraksat Wittaya School membangun citra lembaga melalui prestasi:

a) Citra Cermin (*Mirror Image*)

Citra cermin mengacu pada bagaimana lembaga memandang dirinya sendiri. Hal ini sering kali berkaitan dengan persepsi dan harapan internal dari pihak manajemen, guru, dan staf sekolah. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana Chongkraksat Wittaya School memahami identitas internalnya dan bagaimana identitas tersebut

diproyeksikan melalui strategi Public Relations yang berbasis pada prestasi akademik dan non-akademik.

b) Citra Keinginan (Desired Image)

Citra keinginan adalah citra ideal yang ingin dicapai oleh lembaga. Chongraksat Wittaya School memiliki visi untuk dikenal sebagai lembaga pendidikan berprestasi yang tidak hanya unggul secara akademik tetapi juga memiliki peran penting dalam pengembangan karakter dan budaya. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana strategi Public Relations dirancang untuk mendekati atau mencapai citra ideal ini melalui promosi prestasi dan inovasi kegiatan pendidikan.

c) Citra Aktual (Current Image)

Citra aktual menggambarkan bagaimana lembaga dipersepsikan oleh publik saat ini. Persepsi ini mencakup pandangan siswa, orang tua, masyarakat sekitar, dan pihak lain yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan Chongraksat Wittaya School. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana reputasi yang telah terbentuk mencerminkan prestasi lembaga dan bagaimana hal itu dikelola melalui strategi komunikasi yang terstruktur.

d) Citra Majemuk (*Multiple Image*)

Citra majemuk menggambarkan variasi persepsi yang dimiliki oleh kelompok audiens yang berbeda terhadap lembaga. Dalam konteks Chongraksat Wittaya School, kelompok audiens tersebut meliputi siswa, orang tua, alumni, masyarakat lokal, dan bahkan pihak media. Penelitian ini akan membahas bagaimana setiap kelompok ini memiliki persepsi yang mungkin berbeda-beda, namun semuanya berkontribusi pada pembentukan reputasi keseluruhan lembaga.

e) Citra Dominan (*Dominant Image*)

Citra dominan adalah citra yang paling dikenal dan diterima oleh publik secara luas. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana citra dominan Chongraksat Wittaya School, seperti sebagai lembaga berprestasi yang menghasilkan siswa-siswa berkompeten, dibangun melalui strategi Public Relations yang menonjolkan prestasi dan nilai-nilai pendidikan yang dianut oleh sekolah.

1.5.2 LANDASAN KONSEPTUAL

1.5.2.1 Strategi *Public Relations*

Strategi Public Relations (PR) mengacu pada serangkaian langkah dan taktik yang digunakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan positif

antara lembaga pendidikan dengan publiknya. Dalam konteks ini, strategi PR dirancang untuk memperkenalkan dan mempromosikan prestasi akademik dan non-akademik siswa Chongraksat Wittaya School kepada berbagai pihak terkait, seperti siswa, orang tua, masyarakat, dan media.

Strategi PR dalam penelitian ini tidak hanya mencakup perencanaan dan pengelolaan kegiatan komunikasi yang sistematis, tetapi juga pengelolaan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan yang berfokus pada penguatan citra positif sekolah. Konsep ini mencakup beberapa dimensi penting yang diungkapkan oleh berbagai ahli, seperti Onong Uchjana Effendi yang menjelaskan bahwa strategi harus mencakup taktik operasional yang jelas untuk memastikan implementasi yang efektif. Selain itu, strategi Public Relations juga harus berfokus pada pencapaian tujuan jangka panjang dan menciptakan persepsi positif yang konsisten terhadap lembaga pendidikan.

1.5.2.2 Konsep Citra

Citra lembaga pendidikan adalah persepsi yang terbentuk di benak publik berdasarkan informasi yang diterima dan pengalaman yang dimiliki. Lima konsep citra yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi untuk menganalisis bagaimana strategi Public Relations dapat membentuk dan mempengaruhi citra lembaga pendidikan melalui prestasi yang dicapai. Kelima konsep citra ini

berfungsi sebagai alat untuk memahami berbagai persepsi yang ada tentang lembaga pendidikan dan bagaimana mereka berkembang melalui aktivitas PR.

a) Citra Cermin (Mirror Image)

Citra cermin mengacu pada bagaimana lembaga pendidikan melihat dirinya sendiri. Dalam hal ini, Chongraksat Wittaya School melihat dirinya sebagai lembaga yang berkomitmen untuk menciptakan prestasi yang berkesinambungan. Strategi PR yang tepat memungkinkan lembaga untuk mencerminkan nilai-nilai dan tujuan yang dimilikinya melalui berbagai kegiatan yang dilakukan, baik itu melalui prestasi siswa maupun keterlibatan masyarakat.

b) Citra Aktual (Current Image)

Citra aktual adalah bagaimana lembaga pendidikan dipandang oleh publik pada saat ini. Ini adalah gambaran yang terjadi sekarang dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti media, kegiatan PR, dan pencapaian lembaga. Citra ini mencerminkan hasil langsung dari aktivitas PR dan prestasi yang diperoleh oleh siswa dan lembaga, yang dipersepsikan oleh orang tua, siswa, dan masyarakat luas.

c) Citra Keinginan (*Desired Image*)

Citra keinginan mengacu pada citra ideal yang ingin dicapai oleh Chongraksat Wittaya School. Lembaga pendidikan ini berusaha untuk menciptakan citra yang diinginkan oleh semua pihak terkait, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat. Dalam hal ini, strategi PR berperan dalam menciptakan dan menyebarkan pesan yang menggambarkan sekolah sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berprestasi dalam segala bidang.

d) Citra Majemuk (*Multiple Image*)

Citra majemuk menggambarkan bahwa lembaga pendidikan dapat dipersepsikan secara berbeda oleh berbagai kelompok audiens. Sebagai contoh, siswa mungkin memiliki pandangan yang berbeda tentang sekolah dibandingkan dengan orang tua atau masyarakat setempat. Strategi PR perlu mempertimbangkan keragaman audiens ini dan memastikan bahwa citra yang dibangun dapat diterima oleh berbagai kelompok dengan cara yang sesuai dengan karakteristik masing-masing.

e) Citra Dominan (*Dominant Image*)

Citra dominan adalah citra yang paling kuat dan paling dikenal oleh publik. Citra dominan yang dibangun oleh Chongraksat Wittaya School

adalah citra sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berprestasi, yang tercermin dari prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non-akademik. Citra dominan ini menjadi elemen utama dalam membentuk persepsi publik dan menciptakan reputasi sekolah yang positif.

1.5.2.3 Hubungan antara Strategi Public Relations dan Citra Lembaga Pendidikan

Hubungan antara strategi Public Relations dan lima konsep citra lembaga pendidikan adalah inti dari penelitian ini. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana aktivitas PR, seperti promosi prestasi siswa dan kegiatan keterlibatan masyarakat, dapat membentuk persepsi publik mengenai citra lembaga.

- a) Strategi *Public Relations* akan diterapkan untuk membangun, memperkuat, dan mengelola berbagai persepsi publik terhadap Citra Cermin, Citra Aktual, Citra Keinginan, Citra Majemuk, dan Citra Dominan.
- b) Strategi PR yang tepat akan berfokus pada pengelolaan informasi dan komunikasi yang dapat memperkuat citra lembaga sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, baik itu untuk

memperkenalkan prestasi siswa atau untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

1.6 LANGKAH – LANGKAH PENELITIAN

1.6.1 LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Chongkraksat Wittaya School, yang terletak di Tanyong Lulo, Mueang Pattani District, Pattani 94000, Thailand. Peneliti tertarik untuk memilih Chongkraksat Wittaya School sebagai lokasi penelitian karena melihat adanya perkembangan yang signifikan dalam upaya sekolah ini dalam membangun citra melalui penerapan strategi Public Relations yang terfokus pada prestasi dan pencapaian, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik. Institusi ini menunjukkan komitmen yang kuat dalam memperkuat reputasi dan memperluas hubungan dengan masyarakat serta publik melalui serangkaian kegiatan dan program yang berhasil menarik perhatian serta memberikan dampak positif terhadap citra sekolah.

1.6.2 PARADIGMA DAN PENDEKATAN

Paradigma dalam penelitian ini merujuk pada cara pandang atau perspektif dasar yang digunakan untuk memahami fenomena yang ada dalam realitas penelitian. Ikbar mengemukakan bahwa paradigma adalah pandangan mendasar terhadap masalah yang terjadi serta cara pandang yang digunakan dalam memaknai fakta-fakta yang ada.

Paradigma berperan sebagai landasan dasar dalam membentuk disiplin ilmu yang menjadi pokok pembahasan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah konstruktivisme. (Ikbar, 2012: 57)

Menurut Mulyana konstruktivisme adalah pandangan yang melihat kebenaran sebagai sebuah realitas sosial yang bersifat dinamis dan terbentuk melalui konstruksi pengalaman sosial dan interaksi individu. Pendekatan ini memandang bahwa tindakan manusia merupakan hasil dari konstruksi realitas sosial yang terjadi dalam interaksi dan pengalaman mereka. Dalam konteks ini, realitas sosial bukanlah sesuatu yang statis, tetapi terus berkembang melalui interaksi dan makna yang diberikan oleh individu berdasarkan pengalaman mereka dalam lingkungan sosial. Paradigma konstruktivisme mengutamakan pemahaman terhadap fenomena yang muncul dari perspektif subjek penelitian, yakni bagaimana individu di dalam lembaga pendidikan membangun persepsi dan makna dengan strategi Public Relations dalam menciptakan citra lembaga melalui prestasi. (Mulyana, 2004)

Relevansi dari penggunaan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini terletak pada cara pandang bahwa citra lembaga pendidikan bukanlah sesuatu yang objektif dan tetap, melainkan terbentuk melalui konstruksi sosial yang berkembang berdasarkan interaksi dan pengalaman individu yang terlibat. Dalam konteks strategi Public Relations (PR) di Chongkraksat Wittaya School, paradigma ini membantu memahami bagaimana berbagai pihak di sekolah termasuk staf PR, guru, siswa, dan

orang tua secara kolektif membangun makna terhadap strategi PR yang digunakan untuk menciptakan citra positif melalui prestasi.

Paradigma konstruktivisme berfokus pada bagaimana individu memahami dan memaknai realitas berdasarkan pengalaman serta interaksi sosial mereka. Dalam penelitian ini, paradigma ini menjadi landasan untuk menganalisis bagaimana sekolah mengkomunikasikan prestasi akademik dan non-akademik kepada publik, serta bagaimana masyarakat menerima dan membentuk persepsi mereka terhadap citra sekolah. Citra institusi pendidikan tidak hanya bergantung pada pencapaian akademik yang terukur, tetapi juga pada cara sekolah mengelola komunikasi, membangun hubungan dengan masyarakat, dan menciptakan impresi positif di benak publik.

Lokus penelitian ini, yaitu Chongkraksat Wittaya School, dipilih karena memiliki karakteristik unik dalam sistem pendidikan dan strategi komunikasi yang digunakan. Sebagai sekolah yang telah meraih berbagai prestasi, pembentukan citra institusi ini tidak hanya dipengaruhi oleh pencapaiannya tetapi juga oleh cara sekolah tersebut mengemas dan menyampaikan informasi mengenai prestasi tersebut kepada publik. Dengan pendekatan konstruktivisme, penelitian ini tidak hanya menggali strategi PR dari sudut pandang institusi, tetapi juga bagaimana publik, termasuk siswa dan orang tua, memahami serta menafsirkan strategi yang diterapkan.

1.6.3 METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Creswell pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk membangun pengetahuan berdasarkan partisipasi aktif dari partisipan. Dalam pendekatan ini, pemahaman diperoleh melalui perspektif dan pengalaman yang dimiliki oleh partisipan yang terlibat dalam proses penelitian. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi Public Relations diterapkan dalam konteks yang spesifik, serta menggali makna dari pengalaman yang dialami oleh individu atau kelompok yang terlibat. (Creswell 2014: 260)

Metode kualitatif dipilih dalam penelitian ini karena peneliti berencana untuk melakukan wawancara mendalam dan observasi terhadap pihak-pihak terkait di Chongkrasat Wittaya School, Thailand. Pihak yang dimaksud termasuk staf pengajar, pengelola PR sekolah, serta individu yang memiliki wawasan terkait dengan strategi PR yang diterapkan oleh lembaga tersebut. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi ini akan dianalisis dan diinterpretasikan dalam bentuk narasi yang menggambarkan bagaimana strategi Public Relations diterapkan untuk membangun citra melalui prestasi di lembaga pendidikan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih holistik dan menyeluruh mengenai fenomena yang sedang diteliti dalam konteks yang ada.

Pendekatan kualitatif ini juga memberikan fleksibilitas dalam mengembangkan wawasan lebih lanjut berdasarkan perspektif dan pengalaman dari para partisipan, yang memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam tentang peran Public Relations dalam membentuk citra lembaga melalui pencapaian yang diraih. Berdasarkan metode ini, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang relevan dan aplikatif untuk lembaga pendidikan yang ingin memanfaatkan Public Relations dalam pengelolaan citra lembaga mereka.

1.6.4 JENIS DATA DAN SUMBER DATA

1.6.4.1 JENIS DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif mengacu pada informasi yang tidak dapat dihitung dengan angka, tetapi lebih kepada makna yang terkandung dalam teks, gambar, audio, atau video. Dalam konteks penelitian ini, data kualitatif diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang menggambarkan bagaimana strategi Public Relations (PR) digunakan dalam membangun citra lembaga pendidikan melalui prestasi di Chongkraksat Wittaya School.

Relevansi penggunaan data kualitatif dalam penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk menggali makna mendalam terkait persepsi, strategi komunikasi, dan dampak dari PR dalam membangun citra sekolah. Mengingat bahwa citra lembaga pendidikan bukan sekadar angka atau statistik, tetapi lebih

kepada bagaimana publik memandang dan menilai institusi tersebut, maka pendekatan kualitatif menjadi metode yang tepat untuk memahami fenomena ini secara komprehensif.

1.6.4.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari informan yang terlibat dalam pengelolaan strategi *Public Relations* di Chongkraksat Wittaya School. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang mendukung, seperti dokumen institusi, laporan kegiatan, publikasi di media sosial, situs web lembaga, serta referensi akademik terkait teori *Public Relations* dan konsep citra lembaga.

1.6.5 TEKNIK PEMILIHAN INFORMAN

Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan purposive sampling, yaitu memilih individu-individu yang memiliki kompetensi dan pemahaman mendalam mengenai topik yang diteliti. Informan dipilih berdasarkan peran mereka

dalam strategi Public Relations dan kontribusinya dalam pencapaian prestasi di Chonggraksat Wittaya School.

Creswell & Poth (2018:124) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, jumlah partisipan dapat bervariasi antara tiga hingga lima belas orang, tergantung pada kompleksitas fenomena yang diteliti. Berdasarkan pedoman tersebut, penelitian ini memilih informan dengan kriteria berikut:

- a) Pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan strategi Public Relations di sekolah.
- b) Staf pengajar, atau pihak manajerial yang memiliki pemahaman terkait prestasi akademik dan non-akademik.
- c) Orang yang memiliki pengetahuan tentang cara strategi Public Relations mempengaruhi citra lembaga pendidikan melalui prestasi.

Berdasarkan kriteria ini, peneliti memilih tiga informan utama yang dianggap mampu memberikan data yang kaya dan relevan untuk menjawab tujuan penelitian. Pengalaman peneliti sebelumnya di lembaga yang sama juga menjadi keunggulan dalam proses pemilihan dan wawancara informan, karena memberikan pemahaman awal mengenai struktur organisasi, budaya lembaga, dan pola komunikasi internal yang relevan dengan penelitian.

1.6.6 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data merupakan tahap penting dalam penelitian yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang tepat sangat mendukung kelancaran proses penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a) Wawancara Mendalam (In-Depth Interview)

Wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi lebih mendalam melalui tanya jawab langsung dengan informan, terutama informan kunci. Moleong (2005:185) menjelaskan bahwa wawancara mendalam melibatkan interaksi antara dua individu dengan tujuan berbagi informasi dan ide, yang memungkinkan penggalian informasi secara lebih komprehensif. Peneliti memilih teknik ini karena memungkinkan untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai strategi Public relations dalam membangun citra lembaga pendidikan di Chongraksat Wittaya School.

b) Observasi Partisipan Pasif

Observasi adalah teknik yang digunakan untuk mengamati langsung situasi dan fenomena yang terjadi di lapangan. Melalui pengamatan terhadap interaksi verbal dan nonverbal yang terjadi antara pihak internal lembaga dan publik,

peneliti dapat memperoleh data yang objektif dan akurat terkait penerapan strategi Public relations . Peneliti memilih teknik observasi pasif karena dalam proses ini peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang diamati, tetapi lebih fokus untuk mengamati dan menganalisis bagaimana strategi Public relations dijalankan di Chongkraksat Wittaya School, baik dalam konteks hubungan dengan masyarakat, siswa, dan orang tua.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merujuk pada pengumpulan data melalui arsip, catatan, laporan, atau dokumen lain yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh informasi tambahan mengenai kebijakan, program, dan pencapaian lembaga pendidikan yang dapat mendukung analisis terkait strategi Public relations yang digunakan untuk membangun citra. Dokumentasi juga penting untuk mendukung validitas temuan dari wawancara dan observasi yang dilakukan.

Relevansi penggunaan teknik dokumentasi dalam penelitian ini terletak pada kemampuannya dalam menyediakan data sekunder yang mendukung analisis secara lebih objektif. Melalui dokumen-dokumen resmi sekolah, seperti laporan tahunan, publikasi media sosial, dan artikel berita yang membahas prestasi sekolah, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana Chongkraksat Wittaya School memanfaatkan pencapaian

akademik dan non-akademik untuk membangun reputasi dan kepercayaan publik. Selain itu, dokumentasi juga memungkinkan peneliti untuk menelusuri tren strategi PR yang diterapkan dalam jangka waktu tertentu, sehingga memberikan gambaran yang lebih luas mengenai pola komunikasi sekolah kepada publik.

1.6.7 TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengelola dan menafsirkan data yang telah diperoleh guna menghasilkan informasi yang relevan, mendalam, dan terstruktur. Cresswell (2018) menjelaskan bahwa analisis data sangat penting dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk memahami pola, tema, dan hubungan antar data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Teknik ini akan digunakan untuk mengorganisir dan mengkategorikan data yang diperoleh, serta menyajikan temuan yang terkait dengan strategi Public Relations dalam membangun citra lembaga pendidikan melalui prestasi di Chongraksat Wittaya School. Adapun tahapan-tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Menyiapkan dan Mengelola Data

Langkah pertama adalah mengorganisir data yang telah diperoleh melalui berbagai metode pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh akan disusun secara sistematis dan

dikelompokkan berdasarkan relevansi dan tujuan penelitian. Proses ini akan memastikan bahwa data yang terkumpul siap untuk dianalisis lebih lanjut, serta mengidentifikasi informasi yang terkait dengan tema strategi Public Relations dalam membangun citra lembaga melalui prestasi di Chongraksat Wittaya School.

b) Membaca Data Secara Menyeluruh

Setelah data disusun, langkah selanjutnya adalah membaca data secara menyeluruh. Pembacaan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum dan mendalam mengenai tema yang akan dianalisis. Peneliti akan mengidentifikasi pola-pola yang muncul dan hubungan antar data yang bisa memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana strategi Public Relations diterapkan di Chongraksat Wittaya School. Pembacaan menyeluruh juga memungkinkan peneliti untuk menemukan tema utama dan sub-tema yang akan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

c) Membuat Deskripsi dan Kategorisasi Tema

Langkah ketiga adalah membuat deskripsi dan mengkategorikan tema-tema dari data yang telah dibaca. Peneliti akan menggambarkan temuan-temuan yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, menghubungkannya dengan konsep-konsep yang relevan dalam teori citra dan Public Relations.

Tema-tema utama yang akan diidentifikasi adalah terkait dengan cara strategi PR diterapkan untuk membangun citra melalui prestasi lembaga pendidikan di Chongkraksat Wittaya School, serta bagaimana elemen-elemen tersebut saling berinteraksi dalam konteks yang lebih luas.

d) Menyajikan Deskripsi dan Tema dalam Laporan

Langkah terakhir adalah menyajikan hasil analisis data yang mencakup deskripsi dan tema yang telah dikategorikan. Peneliti akan merangkum dan mengorganisir temuan-temuan utama yang dihasilkan dari analisis, serta menjelaskan bagaimana strategi Public Relations diterapkan dalam membangun citra lembaga pendidikan di Chongkraksat Wittaya School. Penyajian hasil analisis akan dituangkan dalam bentuk laporan penelitian yang terstruktur dengan jelas, guna memberikan pemahaman yang komprehensif tentang penerapan strategi Public Relations dan dampaknya terhadap citra lembaga melalui prestasi.

1.6.8 RENCANA JADWAL PENELITIAN

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No	Daftar Kegiatan	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025	Maret 2025	April 2025	Mei 2025	Jun 2025
1.	Tahap Pertama: Observasi dan Pengumpulan Data							
	Pengumpulan data proposal dan penelitian							

	Penyusunan proposal penelitian							
	Bimbingan proposal penelitian							
	Revisi proposal penelitian							
2.	Tahap Kedua: Usulan Penelitian							
	Sidang usulan penelitian							
	Revisi usulan penelitian							
3.	Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi							
	Pelaksanaan Penelitian							
	Melakukan wawancara mendalam							
	Analisis pengolahan data							
	Laporan penelitian							
	Bimbingan skripsi							
4.	Tahap Keempat: Sidang Skripsi							
	Sidang Skripsi							
	Revisi Skripsi							