

**STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN
CITRA LEMBAGA KEMENTERIAN AGAMA
KABUPATEN PESAWARAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh:

ZULFA AZKIA NISA

NPM: 1741010272

Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2024 M**

**STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN
CITRA LEMBAGA KEMENTERIAN AGAMA
KABUPATEN PESAWARAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh:

ZULFA AZKIA NISA

NPM: 1741010272



Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Dr. Fitri Yanti, M.A

Pembimbing II : Dr. Khairullah, S.Ag., M.A

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2024 M**

ABSTRAK

Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran adalah sebuah lembaga pelayanan pemerintah yang tidak hanya bertugas menyelenggarakan urusan agama seperti pelaksanaan haji dan umroh, Pencatatan nikah dan juga pendidikan Islam. Namun juga memiliki berbagai program dan kegiatan yang menunjang berbagai aspek sesuai dengan bidangnya masing-masing. Saat ini kegiatan yang dilakukan oleh Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran masih belum diketahui oleh masyarakat luas. Sehingga dalam hal ini tentunya Humas berperan penting sebagai perantara antara lembaga dan publiknya untuk menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga pelayanan yang aktif menjalankan tugas serta fungsinya secara maksimal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan jenis penelitian *Field Research*, sumber data yang diambil dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari Kasubbag Humas, Pranata Humas dan Pelaksana Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran. Data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran membangun citra lembaganya salah satunya melalui kegiatan yang dilakukan, baik kegiatan yang dilakukan secara langsung, tidak langsung atau melalui media, juga kegiatan unggulan yang dilakukan untuk menarik lebih banyak opini publik, serta penyelenggaraan program-program prioritas Kementerian Agama yang juga melibatkan Humas sebagai pelaksana. Strategi yang digunakan oleh Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran untuk membangun citra adalah dengan melakukan berbagai pendekatan *Public Relations* berupa strategi operasionalisasi, ajakan secara halus dengan pesan yang mendidik, pendekatan kerjasama dan pendekatan melalui koordinasi dan kebijakan.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, Kementerian Agama, Citra

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulfa Azkia Nisa
NPM : 1741010272
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran**” adalah benar-benar merupakan hasil karya ebulis sendiri, bukan duplikasi ataupun karya orang lain. Kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis. Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 31 Januari 2024
Penulis,



Zulfa Azkia Nisa
NPM. 1741010272



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Telp. 0721 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran**
Nama : **Zulfa Azkia Nisa**
NPM : **1741010272**
Program Studi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Fitri Yanti, MA

NIP.197510052005012003

Dr. Khairullah, S.Ag., MA

NIP.197303052000031002

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Dr. Khairullah, S.Ag., MA

NIP. 197303052000031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

PENGESAHAN

**Skripsi: Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra
Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran disusun oleh
Zulfa Azkia Nisa, NPM. 1741010272, Program Studi: Komunikasi dan
Penyiaran Islam telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas
Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada hari/tanggal: Jum'at/ 05 Januari
2024.**

TIM DEWAN PENGUJI

- Ketua : Subhan Arif, S.Ag, M.Ag** (.....)
- Sekretaris : Ade Nur Istiani, M.I.Kom** (.....)
- Penguji I : Dr. H. Rosidi, MA** (.....)
- Penguji II : Dr. Fitri Yanti, MA** (.....)
- Penguji III : Dr. Khairullah, S.Ag., MA** (.....)

**Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 196511011995031001

MOTTO

۱۳ الصُّدُورِ بَدَاتِ عَلِيمٌ إِنَّهُ بِهٖ اجْتَمَعُوا أَوْ قَوْلِكُمْ وَأَسْرُورًا

Artinya :“Rahasiakanlah perkataanmu atau nyatakanlah. Sesungguhnya Dia Maha Mengetahui segala isi hati.”
(Q.S. Al-Mulk : 13)



PERSEMBAHAN

Segala puji hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang dengan kasih sayang-Nya, telah memberikan petunjuk, ilham, serta kekuatan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, sebagai suri tauladan yang agung dan teladan dalam setiap langkah kehidupan. Maka dengan rasa syukur dan kerendahan hati Alhamdulillah penulis telah menyelesaikan skripsi ini, yang kemudian penulis persembahkan sebuah karya ini sebagai tanda cinta dan kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ayahku tercinta Bapak Suhaili Ramli dan Ibuku tercinta Ibunda Wiwik Karwiyah yang telah berjuang untuk memberikan pendidikan terbaik kepadaku dan terus mendukung pilihanku hingga sampai ke jenjang ini. Terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan, kesabaran dan doa yang tidak pernah putus untuk anakmu ini.
2. Kakak dan adikku tercinta Zakiah Nisrina dan Elvia Rahma Nisa yang selalu memberikan motivasi, pengingat dan dukungan untukku serta semangat dalam segala keadaan saat menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih juga untuk diri sendiri yang masih mau bertahan dan melanjutkan perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dan keluarga besar Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung khususnya di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Zulfa Azkia Nisa dilahirkan di Bernung, pada tanggal 23 Februari 1998 dari pasangan bapak Suhaili Ramli dan ibu Wiwik Karwiyah sebagai anak ke-2 dari tiga bersaudara. Penulis memiliki satu orang kakak perempuan yaitu Zakiah Nisrina dan satu adik perempuan yaitu Elvia Rahma Nisa.

Penulis mengawali pendidikan di TK Diniyyah Putri Lampung lulus pada tahun 2004, kemudian melanjutkan sekolah di SDN 2 Negeri Sakti dan lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan sekolah di MTs Diniyyah Putri Lampung dan lulus pada tahun 2013, dan melanjutkan ke jenjang berikutnya di MA Diniyyah Putri Lampung dan lulus pada tahun 2016. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan strata (S1) di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Sejak tahun pertama perkuliahan perkuliahan penulis bergabung pada UKM-Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yaitu Rumah Film KPI sebagai Sekretaris divisi Humas dari tahun 2019-2020 dan meraih penghargaan sebagai Crew Wanita terbaik pada tahun 2020. Selain itu selama menjalankan perkuliahan penulis tidak hanya aktif menjadi mahasiswa namun juga ikut aktif dalam kegiatan Volunteer yaitu menjadi pengurus di Komunitas Jendela Lampung periode 2020, kemudian penulis bergabung dalam Komunitas Kejar Mimpi Lampung pada tahun 2021 dan menjadi Kepala Divisi Media dan Design tahun 2022-2024.

Penulis,

Zulfa Azkia Nisa

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “ **Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran**”. Sholawat teriring salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di akhirat kelak.

Penulisan skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abdull Syukur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag., M.A selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Miss Ade Nur Istiani, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu segala urusan kemahasiswaan di Jurusan.
3. Ibu Dr. Fitriyanti, M.A selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan arahan dan nasehat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Khairullah, S.Ag., M.A selaku pembimbing II dalam penulisan skripsi ini yang juga telah memberikan arahan dan nasehat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

6. Pimpinan dan seluruh staf Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran yang telah bersedia membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh civitas akademika dan petugas perpustakaan di lingkungan UIN Raden Intan Lampung khususnya di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam segala proses perkuliahan.
8. Keluarga besar jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya kelas KPI G angkatan 2017 yang telah bersama-sama berjuang dalam proses belajar di bangku perkuliahan ini.
9. Terimakasih kepada keluargaku terutama kedua orang tuaku, Ayahku tercinta Bapak Suhaili Ramli dan Ibuku tercinta Ibunda Wiwik Karwiyah, kakak dan adikku tercinta Zakiah Nisrina dan Elvia Rahma Nisa yang selalu memberikan motivasi, pengingat dan dukungan untukku serta semangat dalam segala keadaan saat menyelesaikan skripsi ini. Baik dalam hal moril maupun materil.
10. Terimakasih juga untuk seluruh keluarga besarku, para sepupu-sepupu, Om, Bibi, Tante, dan seluruh keluarga besar sidi Ramli dan juga keluarga besar nenek Mimih yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepadaku.
11. Sahabat perjuanganku dari masa remaja, Salma Dhia Syafitri, Ayu Anggraeni, Atika Fitri Febriani, Anisa Rulia, Nurdiyansyah, Bella Dina yang senantiasa mendukung, mendengarkan segala cerita hidup, keluh kesah dan membantuku untuk tetap bertahan melewati masa-masa perjuanganku hingga saat ini.
12. Teman-teman yang ditemui saat tumbuh dewasa Farissa, Mutiara Putri, Gema Sukma Idaman, Saffitri, Yunita Listia, M. Iqbal, Team Creatalks Indonesia (Ihsan, Alip, Hedi, Firman), Team Menjadi Kita (Mbak Tri, Kak Hadi, Kak Arif), dan para Member Komunitas Kejar Mimpi Lampung yang senantiasa menghibur, memotivasi, berkompetisi dan menjadi saksi perjalananku.
13. Para kolega di Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung yang terus memberiku dorongan dan motivasi tiada

henti, terkhusus untuk Bapak Rektor Prof. Dr. Arsyad Sobby Kesuma, Lc., M.Ag., dan keluarga yang tiada lelah mendampingi.

14. Terimakasih juga untuk semua pihak yang turut serta dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Almamater tercinta Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 31 Januari 2024

Penulis,

Zulfa Azkia Nisa

NPM. 17410102720



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang.....	4
C. Fokus dan SubFokus Penelitian.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
G. Kajian Terdahulu yang Relevan	10
H. Metode Tenelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	16

BAB II PUBLIC RELATIONS

A. Public Relations.....	19
1. Pengertian Public Relations	19
2. Ruang Lingkup Public Relations	20
3. Peran Public Relations	21
4. Fungsi Public Relations	23
5. Tujuan Public Relations	24
6. Sasaran Public Relations	24
B. Strategi Public Relations	25
1. Definisi Strategi	25
2. Strategi Public Relations	26
C. Konsep Citra.....	29
1. Pengertian Citra	29
2. Jenis Citra	30
3. Pembentukan Citra.....	31

BAB III GAMBARAN UMUM KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PESAWARAN

A. Profil Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.....	35
1. Sejarah Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran	35
2. Visi dan Misi.....	39
3. Peran Petugas Humas.....	40
4. Struktur Organisasi Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.....	43
B. Kegiatan yang dilakukan Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran	44
a. Kegiatan yang dilakukan secara Langsung.....	44
b. Kegiatan yang dilakukan secara Tidak Langsung	44
c. Kegiatan Unggulan Humas Kemenag Pesawaran.....	45
C. Strategi Humas dalam Membangun Citra Lembaga di Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran	48
1. Strategi Operasionalisasi.....	48
2. Ajakan Secara Halus dengan Pesan Mendidik	50
3. Pendekatan Kerja sama.....	51
4. Pendekatan melalui Koordinasi dan Kebijakan	52

BAB IV STRATEGI HUMAS KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PESAWARAN

A. Kegiatan Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran dalam Membangun Citra.....	57
B. Strategi Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.....	59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) definisi strategi memiliki arti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹ Menurut Steiner dan Miner (1977), strategi adalah proses merumuskan misi organisasi, menetapkan tujuan organisasi baik secara eksternal maupun internal, mengembangkan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai tujuan, dan mengembangkan tujuan organisasi, serta memastikan implementasi yang tepat sehingga tujuan tersebut tercapai.² Kesiapsiagaan jangka panjang, serta kesiapan strategis, menentukan apakah suatu perusahaan atau organisasi akan bertahan, atau dengan cepat menghilang.

Strategi yang penulis maksud adalah rencana atau langkah yang dikembangkan oleh humas dalam bentuk program jangka pendek yang berwawasan jangka panjang dan bertujuan untuk menjangkau masyarakat luas.

Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara suatu lembaga/organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan dan kegagalan suatu organisasi.³ Dalam perkembangannya, *Public Relations* juga diartikan sebagai sebuah keterampilan komunikasi dengan sejumlah pihak.⁴ Yang berarti PR adalah manajemen dalam seni berhubungan dengan masyarakat atau publik untuk mencegah terjadinya suatu masalah. PR dalam hal ini juga berfungsi untuk meningkatkan citra dan

¹ Balai Pustaka, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 1092.

² Imran Ilyas,...., dkk., *Manajemen Strategi*, (Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2023), 4.

³ Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom, *Effective Public Relations* (Jakarta: Kencana, 2011), 6.

⁴ Raditia Yudistira Sujanto, *Pengantar Public Relations Di Era 4.0* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 11.

reputasi lembaga, serta membangun jembatan sosialisasi yang baik.

Public Relations adalah solusi terkini bagi organisasi ataupun lembaga untuk membentuk sebuah citra dimasyarakat. *Public Relations* dapat membangun opini public, mengembangkan image positif dan mampu mengelola berbagai perbincangan di masyarakat.

Suatu Lembaga memerlukan Humas untuk dapat mencapai tujuan Lembaga tersebut. Menyadari akan pentingnya peranan Humas dalam membangun citra yang positif merupakan salah satu tujuan sebuah Lembaga, maka dalam hal ini Humas harus menerima informasi yang baik bagi Lembaga. Selain itu, pelaku Humas juga harus tanggap dalam mengamati, mempelajari dan menyelesaikan suatu masalah, baik yang timbul dari dalam maupun dari luar. Rancangan komunikasi yang dibuat oleh Humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi yang baik bagi sebuah Lembaga.

Perbedaan antara fungsi dan tugas Humas yang terdapat di instansi pemerintah dan lembaga non pemerintah adalah tidak adanya yang diperjual belikan atau transaksi yang terjadi, baik bentuk produk maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihak yang membutuhkannya secara komersil.⁵

Dalam hal ini strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan. Proses penentuan rencana para atasan yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan itu tidak lepas dari strategi.

Dalam definisinya menurut Frank Jefkins *Public Relations* adalah bentuk komunikasi yang terencana, baik itu internal maupun eksternal, antara suatu organisasi dengan khalayaknya

⁵ Rosady Ruslan, *Etika KeHumasan: Konsepsi & Aplikasi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), 107.

dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu yang berdasarkan pada saling pengertian.⁶

Citra merupakan hal yang cukup penting dalam menjaring kepercayaan dari masyarakat. Dimana citra adalah tujuan utama yang merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai dalam dunia *Public Relations*. Menurut Bill Catton dalam Sukatendel (1990) mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap suatu perusahaan atau kesan yang dengan sengaja diciptakan oleh suatu organisasi atau perusahaan.⁷

Citra adalah hal yang penting dari suatu lembaga atau organisasi. Citra seharusnya terus dibangun dan dipelihara. Pembentukan citra juga tidak dilakukan dalam waktu yang singkat, melainkan butuh waktu yang panjang. Pembentukan citra pun sebagian besar dipengaruhi oleh khalayak atau masyarakat, sehingga adanya komunikasi dan keterbukaan kepada masyarakat akan membantu suatu lembaga dalam memperoleh citra yang baik.⁸

Kementerian Agama (Kemenag) Kabupaten Pesawaran merupakan sebuah lembaga pemerintahan yang mempunyai tugas menyelenggarakan urusan bidang keagamaan dalam pemerintahan untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan Negara. Kemenag Kabupaten Pesawaran menjalankan fungsi pelayanan bagi 6 Agama di Indonesia khususnya di daerah Pesawaran. Tentu saja perannya akan sangat penting, terlebih di Indonesia khususnya Kabupaten Pesawaran, agama merupakan kebutuhan primer bagi warga maupun masyarakatnya, bertebarannya berita palsu berita miring, ataupun adu domba antar agama yang dapat mengancam kredibilitas Kemenag Kabupaten Pesawaran dan dapat berdampak pada karyawan maupun pada masyarakat itu sendiri.

⁶ Irene Silviani, *Public Relations Sebagai Komunikasi Krisis* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020), 27.

⁷ Soleh Soemirat & Elvirano Ardianto, *Dasar-dasar Public Relation* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2012), 111.

⁸ Raditia Yudistira Sujanto, *Pengantar Public Relations Di Era 4.0* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 121.

Melalui Peraturan Menteri Agama Nomor: 38 Tahun 2009 tentang Pembentukan Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran di Provinsi Lampung terbentuklah Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran yang merupakan pemekaran dari Kantor Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan. Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran definitif pada tahun 2011 dengan membawahi Kantor Urusan Agama (KUA) dan menaungi sekolah tingkat MI, MTS, dan MA di Kabupaten Pesawaran.

Sesuai dengan visinya yaitu "Terwujudnya Masyarakat Kabupaten Pesawaran yang Taat Beragama, Rukun, Cerdas, dan Sejahtera Lahir Batin dalam rangka Mewujudkan Indonesia yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong" (Keputusan Menteri Agama Nomor 39 Tahun 2015), Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran memanfaatkan kemajuan teknologi dengan melakukan kegiatan publikasi melalui media sosial yang dikelola oleh Hubungan Masyarakat (Humas) Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

Maka dari beberapa pengertian diatas, yang dimaksud penulis dalam skripsi ini adalah bagaimana Public Relations Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran melakukan berbagai kegiatan dan pendekatan kepada publiknya untuk membangun citra lembaga, sehingga informasi terkait kegiatan, program, dan juga kebijakan lembaga dapat tersampaikan dengan baik, sehingga dibutuhkan strategi yang efektif.

B. Latar Belakang

Setiap organisasi dan perusahaan dibentuk berlandaskan oleh suatu tujuan, hal ini bertujuan untuk memperoleh penilaian yang baik. Organisasi atau lembaga dibentuk agar tetap mampu eksis dan bertahan lama. Komunikasi yang baik dan hubungan yang baik dengan masyarakat atau publik merupakan salah satu hal yang dapat menunjang eksistensi suatu lembaga atau organisasi.

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan. Proses penentuan rencana para pemimpin yang berfokus pada tujuan

jangka panjang suatu lembaga atau organisasi disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi dalam segala hal digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah diciptakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi, karena pada dasarnya segala tindakan suatu lembaga itu tidak lepas dari strategi.

Pada dasarnya *Public Relations* selalu digunakan dalam kehidupan umat manusia, dimana menurut Kriyantoro yang menjelaskan bahwa sebagai sebuah aktivitas sosial, *Public Relations* sejatinya sudah muncul sejak adanya manusia di bumi ini.⁹ Pada kegiatan sehari-harinya, manusia memenuhi kebutuhan hidupnya dengan melakukan interaksi kepada manusia lainnya. Untuk itulah kemudian tercipta kerjasama berupa menjalin relasi, dan bereproduksi. Dan hal inilah yang merupakan sebuah bentuk sederhana dari *Public Relations*.

Keberadaan *Public Relations* dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dan publiknya. Pada dasarnya tujuan PR adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan *corporate image* positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Hal tersebut disebabkan karena PR lah yang merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

Public Relations juga memiliki pengertian bebas yaitu Hubungan Masyarakat (Humas). Kata public yang diartikan sebagai masyarakat sebenarnya masih kurang tepat. Dimana, masyarakat mempunyai cakupan yang begitu luas, bersifat heterogen dan tidak terkait satu sama lain. Sementara itu makna public dalam kata *Public Relations* mempunyai makna homogen dan lebih spesifik. PR dapat diartikan sebagai bagian kelompok masyarakat yang memiliki minat, perhatian dan kepentingan yang sama terhadap suatu objek, institusi, organisasi atau lembaga. Dimana terdapat struktur yang jelas dan adanya pemimpin yang memimpin.

⁹ Raditia Yudistira Sujanto, *Pengantar Public Relations di Era 4.0: Teori, Konsep, dan praktik kasus terkini* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2019), 16.

Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu. Seorang Humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Posisi Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran Humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional Humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Public Relations (Humas) adalah bagian yang sangat penting dalam sebuah lembaga atau organisasi, Humas dalam lembaga atau organisasi merupakan ujung tombak yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik sebagai pelanggan atau konsumen, sehingga yang bersangkutan tidak hanya mampu bertindak sebagai komunikator atau mediator dan berupaya menciptakan citra bagi lembaga tapi juga memiliki kemampuan untuk membantu lembaga dalam hal memahami sikap atau acuan mengenai kiat pelayanan yang unggul, yaitu bahwa konsumen tersebut merupakan asset penting.¹⁰

Di masa sekarang yang semakin maju masyarakat seolah dibuat mudah dalam mengakses berbagai informasi melalui berbagai teknologi yang ada. Akan tetapi tidak jarang informasi yang disampaikan juga terkadang tidak mencakup berbagai kalangan atau bahkan hanya kalangan tertentu saja jika dengan kemajuan teknologi saat ini tidak dimanfaatkan dengan baik. Kemudahan dalam mengakses informasi membuat berbagai lembaga beralih dari yang awalnya fokus pada media konvensional kini lembaga-lembaga yang ada bisa beralih dengan memanfaatkan media sosial yang lebih mudah dijangkau dalam

¹⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 288

kemajuan teknologi saat ini untuk menyampaikan informasi sehingga jangkauan informasi ini bisa tersebar lebih luas.

Masyarakat seolah melihat bahwa kegiatan ataupun informasi yang ada di Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran hanyalah terkait dengan masalah umum keagamaan, seperti pelaksanaan Haji dan Umroh, Pendidikan Islam, dan juga pencatatan nikah. Hal tersebut dilihat publik dari ketersediaan informasi yang terbatas dan hanya tersebar melalui bidang-bidang yang bersangkutan dengan informasi dan kebijakan yang ada. Sehingga hanya diketahui melalui surat resmi ataupun selebaran yang disebar. Dan informasi terkait lembaga seolah-olah terbatas untuk kalangan tertentu yang ada dibawah Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

Aktivitas *public relations* didalam suatu organisasi akan berpengaruh terhadap citra organisasi itu sendiri. Hasil informasi dan interaksi PR akan membentuk citra yang baik dalam benak khalayak. Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak keuntungan, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi publik dari komunikasi dalam berbagai hal, sedangkan citra yang buruk akan merugikan organisasi.¹¹

Strategi *public relations* merupakan manajemen yang ada disuatu perusahaan atau organisasi yang memiliki cara atau rencana dalam suatu rangkaian tindakan untuk mencapai hasil akhir yang menyangkut pengembangan reputasi perusahaan didasarkan pada kinerja manajemen perusahaan, lembaga atau organisasi itu, reputasi tidak harus selalu baik tetapi hanya yang terlihat pantas diperoleh lembaga atau organisasi tersebut.

Citra adalah hal yang penting pada sebuah lembaga, dan harus terus dibangun dan dipelihara. Salah satu tujuannya adalah agar lembaga atau organisasi tersebut mampu bertahan dalam jangka yang panjang. Mempertahankan citra yang baik juga perlu melakukan berbagai cara agar citra yang diperoleh dari public tetaplah citra yang baik. Oleh karena itu salah satu fungsi *Public*

¹¹ Sisilia Herlina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang*, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN 2442-6926, Vol 4, No. 3, 2015,

Relations adalah dengan membentuk dan membangun citra tersebut.

Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran ini tentunya memiliki strategi *Public Relations* dalam membangun citra lembaganya, apalagi Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran ini menjadi tonggak informasi keagamaan yang ada di Kabupaten Pesawaran. Dan pada zaman sekarang publisitas melalui media konvensional tidak lagi cukup sehingga harus dijalankan bersamaan dengan pemanfaatan media elektronik. Setiap lembaga atau organisasi tentunya memiliki strategi *Public Relations* yang berbeda-beda untuk membangun citra, oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengetahui Strategi apa yang dilakukan Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran untuk membangun citra lembaganya.

Dari latar belakang tersebut yang ingin diteliti oleh penulis adalah tentang strategi Humas dalam membangun citra lembaganya, melalui kegiatan yang dilakukan oleh Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran yang menjadi salah satu sarana untuk membangun citra dan menjadi fokus lembaga. Untuk melihat apakah Kementerian agama Kabupaten Pesawaran memiliki kegiatan yang berdampak bagi internal maupun eksternal lembaga.

C. Fokus dan SubFokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini berfokus pada Strategi *Public Relations* dalam membangun Citra Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran. Adapun subfokus penelitian ini adalah mengetahui apa saja kegiatan yang menjadi unggulan dalam melaksanakan Strategi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dipaparkan oleh penulis berdasarkan focus dan subfokus masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa kegiatan yang dilakukan Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran untuk membangun citra?
2. Bagaimana Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa saja kegiatan yang dilakukan Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran dalam membangun citra.
2. Untuk mengetahui Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

F. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian tentunya harus memiliki manfaat, baik manfaat untuk dunia akademis (teoritis) maupun manfaat yang dapat digunakan dalam duniaipraktis. Berikut adalah manfaat penelitiannya:

a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan wawasan dan kontribusi pada bidang *Public Relations* khususnya dalam mata kuliah di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

- 1) Secara praktis penulis mengharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan atau sumbangsih pemikiran bagi *Public Relations* Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran dalam membangun Citra.
- 2) Penelitian ini diharapkan bisa mengetahui Strategi Public Relations dalam membangun citra Kementerian Agama

Kabupaten Pesawaran. Serta penambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang *Public Relations* atau KeHumasan

- 3) Sebagai sumber acuan untuk penelitian selanjutnya.

G. Kajian Terdahulu yang Relevan

Dalam penulisan ini penulis merujuk pada beberapa kajian yang pernah membahas tentang Strategi yang dilakukan PR (Humas) dalam suatu Lembaga atau organisasi dalam membangun citra. Adapun kajian tersebut sebagai berikut:

Skripsi Hadid Jukruf, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, tahun 2020 dengan judul skripsi, "*Strategi Humas dalam meningkatkan citra Lembaga di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung*", penelitian tersebut bertujuan penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi Humas dalam meningkatkan citra Lembaga di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung. Dalam sebuah lembaga terdapat PR dimana pada umumnya disebut Humas, yang salah satu tugasnya adalah membangun, mempertahankan dan meningkatkan citra lembaga tersebut. Salah satu caranya yaitu dengan penyampaian pesan baik secara verbal maupun non-verbal. Tugas ini sepenuhnya dilakukan oleh PR dalam lembaga tersebut, yang berperan sebagai sumber dan komunikator dan masyarakat sebagai tujuannya.

Teknik pengumpulan data pada kajian tersebut menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu teknik yang menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat. Adapun populasi pada penelitian ini adalah pegawai di Kantor Wilayah Agama Provinsi Lampung sebanyak 5 orang. Hal itu berdasarkan kriteria peneliti yaitu jabatan tertinggi, karyawan yang sudah lama (senior), Kepala pengelolaan informasi dan staff pelayanan informasi dan data.

Skripsi Vivi Susanti, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Public Relation Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi tahun 2018 dengan judul, *“Strategi Media Relation dalam melaksanakan Publisitas (Studi di Humas Kantor Walikota Jambi)”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi dan strategi Humas Walikota Jambi dalam proses media relation, menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan data primer yang diperoleh langsung dari hasil wawancara penulis dengan Kepala Bagian Humas dan wartawan yang bekerjasama dengan Humas Kantor Walikota Jambi, karena dianggap sebagai informan yang relevan dan lebih mengetahui tentang kegiatan publisitas Humas Kantor Walikota Jambi.

Skripsi Linda Miranda, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, dengan Judul *“Strategi Public Relations UKM-F Rumah Film KPI dalam Membangun Citra Positif”* penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana strategi yang digunakan dalam membangun citra positif UMK-F Rumah Film KPI, serta mengetahui hasil dari strategi tersebut.

Teori yang digunakan adalah teori citra menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, dengan menggunakan jenis citra: (Cooprate image) Citra perusahaan yaitu citra yang berhubungan dengan organisasi itu sendiri, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal, serta diterima publiknya, dalam hal ini public relations berupaya dan ikut bertanggung jawab untuk mempertahankan citra perusahaan. Menurut peneliti teori ini berhasil melihat bagaimana citra positif Rumah Film KPI, 68 dengan progja-progja divisi Humas Rumah Film KPI yang mampu membangun citra positif organisasinya dengan adanya progja-progja yang unggul berhasil mempengaruhi mahasiswa untuk ikut serta bergabung dalam organisasi UKM-F Rumah Film KPI, serta dapat mempertahankan eksistensi organisasi di internal dan eksternal. Dalam starategi-strategi divisi Humas UKM-F Rumah Film KPI ini bermanfaat menambah pengetahuan tentang

strategi public relations serta sebagai bahan evaluasi dalam memilih strategi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif dalam melaksanakan kerja Humas sehingga mendapat nilai yang positif

Dari ketiga tinjauan pustaka diatas, maka perbedaan penelitian terdahulu dengan skripsi ini yaitu terletak pada objek penelitian, jenis penelitian dan permasalahannya. Penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini terkonsentrasi pada Public Relation Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran Dalam Membangun Citra Lembaga yang berfokus pada kegiatan yang menjadi unggulan dalam upaya peningkatan citra lembaga. Sedangkan metode penelitian yang digunakan berfokus pada observasi dan wawancara oleh penulis kepada Public Relations (Humas) pada lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan cara ilmiah yang rasional, empiris dan sistematis yang digunakan pada suatu disiplin ilmu untuk melakukan penelitian. Metode penelitian berhubungan dengan prosedur, teknik, alat/instrumen, serta desain penelitian yang digunakan, waktu penelitian, sumber data, serta dengan cara apa data tersebut diperoleh untuk kemudian diolah dan dianalisis.¹²

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian dengan metode penelitian kualitatif, yang bersifat deskriptif. Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian maka digunakan metode sebagai berikut:

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a) Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan proses pengumpulan data dengan jenis penelitian lapangan dimana penulis melakukan penelitian langsung ke lapangan guna mendapatkan data yang dibutuhkan melalui observasi dan wawancara.

¹² Andra Tersiana, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018), 6.

b) Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, dimana teknik penulisan ini bermaksud untuk mendeskripsikan hasil data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Tidak berbeda dengan definisi tersebut, menurut Bogdan dan Taylor (1992) penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.¹³

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran. Sedangkan objek penelitiannya adalah Strategi yang digunakan *Public Relations* dalam membangun citra.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya baik melalui wawancara, observasi maupun laporan dalam bentuk dokumen tidak resmi, yang kemudian diolah oleh peneliti. Sumber data ini bisa berupa responden atau subjek penelitian, dari hasil wawancara, dan observasi.

Dalam penelitian ini yang menjadi data primernya adalah bagaimana strategi *Public Relations* dalam membangun citra, yang dipandang sesuai dengan sumber data hasil wawancara yaitu Kepala Bagian Humas, Pranata Humas, dan Unit Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

¹³ Ibid, 10.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sebuah sumber data pelengkap yang sifatnya melengkapi sumber data yang sudah ada. Data sekunder juga merupakan sumber data yang di dapat dari sumber kedua bisa jadi didapat dari sumber atau pihak lain.

Data yang dimaksud oleh penulis adalah data yang berhubungan dengan Strategi *Public Relation* Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.¹⁴ Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan langsung dengan melakukan kunjungan langsung ke Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran untuk mendapatkan data bagaimana program kerja dan kegiatan yang dilakukan oleh divisi Humas dalam membangun citra Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dan secara tidak langsung, teknik ini bisa juga dilakukan sebagai studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang lebih mendalam dengan berbagai pertanyaan yang telah disiapkan.¹⁵ Wawancara dilakukan guna menambah data yang diperlukan melalui tanya jawab seputar topik terkait permasalahan. Penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan orang-orang yang terlibat di *Public Relations* (Humas). Penulis melakukan wawancara dengan Kepala Humas

¹⁴ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), 356.

¹⁵ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), 23.

Kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran, Pranata Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran, Pelaksana Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran dan juga petugas pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial untuk menelusuri data historis.¹⁶ Peneliti akan mengumpulkan informasi berupa arsip-arsip, buku-buku dan lainnya yang berkaitan dengan pembahasan dalam penulisan. Penulis akan melakukan dokumentasi berupa hasil wawancara, dan foto. Dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Yang dalam hal ini bisa berupa bentuk tangkapan layar dan foto dokumentasi pelaksanaan penelitian.

5. Analisis Data

Analisis Data adalah teknik yang menggunakan deskriptif analisis, menggambarkan peristiwa dalam kalimat tertulis atau ucapan dari kalimat yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan juga dokumentasi seperti arsip, ataupun dokumen resmi lainnya.

Setelah mengamati dan mendapatkan berbagai data yang dibutuhkan, dilanjutkan dengan analisis data, dimana proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dengan cara mengaturnya dalam kategori, menyusun kedalam pola, memilih yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁷

¹⁶ Elvinaro Ardianto, *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), 167.

¹⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Alfabeta, 2010), 89.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pembahasan dan penyusunan pada skripsi ini, maka penulis akan menyajikan pembahasan dalam beberapa bab sistematiknya sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan

Pada Bab I, menjelaskan tentang penegasan judul untuk skripsi mengenai STRATEGI PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN PESAWARAN. Menjelaskan istilah-istilah penting dalam judul skripsi yang penulis buat agar tidak ada kesalah pahaman serta kekeliruan. Lalu menguraikan latar belakang masalah dan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan masalah penelitian. Kemudian penulis mengidentifikasi dan membatasi masalah agar lebih fokus pada permasalahan penelitian. Lalu mencantumkan rumusan masalah yang berupa pertanyaan mengenai masalah penelitian yang akan dicari jawabannya dengan pelaksanaan penelitian. Menguraikan tujuan dan manfaat penelitian dan mencantumkan kajian penelitian terdahulu yang relevan agar penulis mengetahui hal-hal yang sudah diteliti dan yang belum diteliti agar tidak terjadi penjiplakan. Kemudian menjelaskan metode penelitian atau tindakan yang digunakan untuk meneliti serta pemecahan masalah. Dalam Bab I juga terdapat sistematika pembahasan untuk mendeskripsikan alur pembahasan penelitian skripsi.

2. BAB II Landasan Teori

Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran. Pada Bab II menjelaskan teori-teori mengenai Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran, diantaranya pengertian *Public Relations*, Strategi *Public Relations*, Konsep Citra.

3. BAB III Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab ini membahas secara rinci deskripsi dan gambaran umum dari objek penelitian skripsi ini, yaitu Profil Kantor

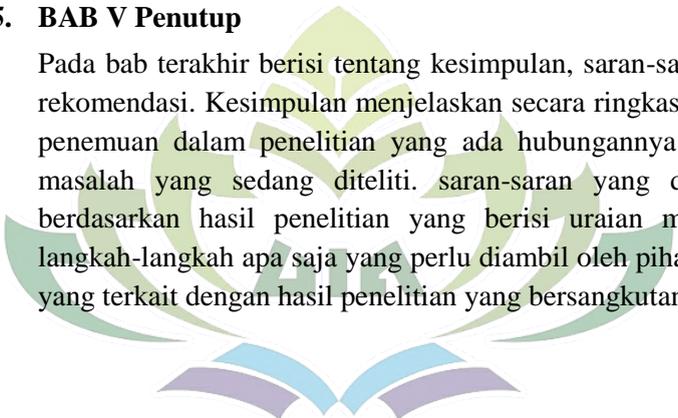
Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran, Kegiatan yang dilakukan Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran dalam Membangun Citra, dan Strategi Humas dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

4. BAB IV Hasil Penelitian

Hasil penelitian pada bab ini berisi hasil penelitian berupa pembahasan secara analisis berdasarkan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah ataupun fokus penelitian yang digunakan untuk mengetahui Strategi Public Relation dalam Membangun Citra Lembaga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran.

5. BAB V Penutup

Pada bab terakhir berisi tentang kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menjelaskan secara ringkas seluruh penemuan dalam penelitian yang ada hubungannya dengan masalah yang sedang diteliti. saran-saran yang disajikan berdasarkan hasil penelitian yang berisi uraian mengenai langkah-langkah apa saja yang perlu diambil oleh pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Humas adalah bagian terpenting dalam membangun citra setiap organisasi atau lembaga. Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran khususnya berperan penting sebagai perantara antara lembaga dengan publiknya untuk menunjukkan eksistensi dan juga informasi kegiatan serta kebijakan lembaga.

Humas juga bertanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dan bermanfaat dengan berbagai pihak. Dengan terjalannya komunikasi yang baik antara lembaga dan para stakeholder dan pihak yang terkait maka kegiatan yang dilaksanakan mampu meningkatkan interaksi lembaga dengan publiknya.

Program-program yang telah dirancang sejauh ini terlaksana dan berjalan dengan baik meskipun kegiatan yang dilakukan terlihat sederhana namun mampu menarik khalayak/publik dan mendapatkan respon positif. Hal ini ditandai dengan lebih mudahnya khalayak/publik mendapatkan informasi terkait fenomena yang terjadi sehingga komunikasi eksternal yang berlangsung antara Humas Kemenag dan publik berjalan dengan lancar.

Adapun program dan strategi Humas tersebut membuat publik melihat bahwa Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran tidak hanya lembaga pelayanan pemerintah yang hanya mengurus bidang keagamaan saja, namun juga Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran ikut aktif dan memiliki program kegiatan yang bisa diikuti oleh masyarakat luas. Bukan hanya terbatas untuk kalangan yang ada dibawah Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran saja namun juga ada program-program yang mampu menunjang kemajuan dan kemudahan dimasyarakat.

Sehingga dalam kesimpulannya bahwa Strategi *Public Relations* yang dilakukan selama tahun 2023 efektif dilakukan, karena semua kegiatan baik secara prioritas

maupun tidak prioritas berjalan dengan baik walaupun tidak maksimal. Sehingga informasi yang diperolehpun menjangkau masyarakat lebih luas.

B. Rekomendasi/ Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis lakukan terhadap Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran maka adapun saran yang akan disampaikan oleh penulis yaitu:

1. Diharapkan Humas Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran dapat mempertahankan komunikasi baik yang sudah terjalin dan mempertahankan citra positif yang sudah dimiliki. Meningkatkan kreativitas dan pengembangan terkait konten yang ditampilkan di media sosial dan tetap terus berinovasi agar mampu terus menarik publik yang lebih luas.
2. Diharapkan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga dapat terus diinformasikan lebih luas dengan memanfaatkan berbagai platform media baik online maupun offline, dan juga tetap memprioritaskan pelayanan yang memudahkan publik untuk mengakses informasi.
3. Sumber Daya Manusia dalam bidang Humas yang diharapkan dapat ditambah jumlahnya sehingga bisa memaksimalkan kinerja yang dilakukan oleh Humas

DAFTAR PUSTAKA

- Andra Tersiana, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018
- Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014
- Balai Pustaka, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007
- Irene Silviani, *Public Relations Sebagai Komunikasi Krisis*, Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020
- Elvinaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010
- Frank Jefkins, *Public Relations*, Jakarta: Erlangga, 2003
- Imran Ilyas..., dkk., *Manajemen Strategi*, Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2023
- M. Fikri Akbar, Yuli Evadianti, Immawati Asniar, *Public Relations*, Yogyakarta: Ikatan Guru Indonesia, 2021
- Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan praktek*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2019
- Raditia Yudistira Sujanto, *Pengantar Public Relations Di Era 4.0*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019
- Rosady Ruslan, *Etika KeHumasan: Konsepsi & Aplikasi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2016
- _____. *“Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations”*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013
- _____. *“Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi”*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006

_____.”*Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*”,
Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010

Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom, *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana, 2011

Soleh Soemirat & Elvirano Ardianto, *Dasar-dasar Public Relation*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya 2012

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Alfabeta, 2010

Tedjo Tripomo & Udan, *Manajemen Strategis*, NA: Rekayasa Sains,2005

Jurnal :

Sisilia Herlina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang*, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN 2442-6926, Vol 4, No. 3, 2015

Dokumen :

Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran, *Profil kantor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran*, Pesawaran: Kntor Kementerian Agama Kabupaten Pesawaran, 2022