

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	8
C. Rumusan masalah.....	9
D. Tujuan.....	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penelitian Terdahulu.....	10

G. Metode Penelitian	13
H. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KERANGKA TEORITIK	26
A. Manajemen	26
B. Manajemen Dakwah	27
C. Manajemen Masjid	28
D. Perencanaan	30
E. <i>Public relations</i>	37
F. Perencanaan Program <i>Public relations</i>	50
BAB III PROFIL MASJID CHENG HOO SURABAYA	60
A. Sejarah Singkat Pembangunan Masjid Cheng Hoo	60
B. Profil Narasumber	64
BAB IV PERENCANAAN PROGRAM MASJID MUHAMMAD CHENG HOO SURABAYA DALAM MEMBANGUN <i>PUBLIC RELATIONS</i> KE BERBAGAI ELEMEN MASYARAKAT	67
A. Perencanaan program Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya dalam membangun <i>public relations</i> ke berbagai elemen masyarakat	67
1. Rencana Program <i>Public Relations</i> Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya	67
2. Pertimbangan Perencanaan Program <i>Public Relations</i> Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya	73

B. Tahapan perencanaan program Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya dalam membangun <i>public relations</i> ke berbagai elemen masyarakat	81
1. Identifikasi publik organisasi yang relevan	81
2. Pengukuran citra dan sikap publik terhadap organisasi	88
3. Menetapkan tujuan citra dan sikap publik pokok	92
4. Membuat program hubungan masyarakat yang efektif biaya	94
5. Memilih sarana yang spesifik <i>public relations</i> Masjid Cheng Hoo	100
6. Penetapan tindakan dan evaluasi	103
 BAB V PENUTUP	109
A. Simpulan	109
B. Saran	111
 DAFTAR PUSTAKA	113