



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PERAN HUMAS (Hubungan Masyarakat) DALAM
MENINGKATKAN PUBLIKASI INFORMASI DAN
PROMOSI PROGRAM KEGIATAN
KEAGAMAAN DI MASJID AL-IRSYAD
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

Putri Rahmadiyah

NIM. B74219056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2023

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Putri Rahmadiah

NIM : B74219056

Prodi : Manajemen Dakwah

Dengan ini menyatakan secara sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Peran Humas (Hubungan Masyarakat) Dalam Meningkatkan Publikasi Informasi dan Promosi Kegiatan Program Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya”** merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas skripso ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya dapatkan dari skripsi tersebut.

Surabaya, 2 Juli 2023

Yang mem



Putri Rahmadiah

NIM. B74219056

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama	: Putri Rahmadiah
NIM	: B74219056
Program Studi	: Manajemen Dakwah
Fakultas	: Dakwah Dan Komunikasi
Judul Skripsi	: Peran Humas (Hubungan Masyarakat) Dalam Meningkatkan Publikasi Informasi Dan Promosi Program Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing

Surabaya, 16 April 2023

Dosen Pembimbing



Airlangga Bramavudha, M.M

NIP. 197912142011011005

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

PERAN HUMAS (HUBUNGAN MASYARAKAT) DALAM
MENINGKATKAN PUBLIKASI DAN PROMOSI PROGRAM
KEGIATAN KEAGAMAAN DI MASJID
AL-IRSYAD SURBAYA

Skripsi

Disusun Oleh:

Putri Rahmadiyah

B74219056

Telah dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada tanggal

16 Juni 2023

Tim Penguji

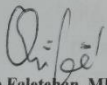
Penguji I


Airlangga Bramavudha, M.M
NIP. 197912142011011005

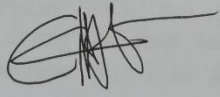
Penguji II


Dra. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib., M.Lib., Ph.D
NIP. 196634141992032001

Penguji III


Sun Falestine Faletihan, MHRM, Ph.D
NIP. 198205142005011001

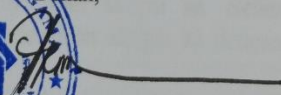
Penguji IV


Yunita Ardila, S.Kom., M.MT.
NIP. 199206042020122015



Surabaya, 16 Juni 2023

Dekan,


Dr. Moch. Chorus Arif, S.Ag. M.Fil.i
NIP. 195710171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : PUTRI RAHMADIAH
NIM : B74219006
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : b74219006@student.uinsby.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Peran HUMAS (Hubungan Masyarakat) Dalam Meningkatkan
Publikasi Informasi dan Promosi Program kegiatan keagamaan
Di Masjid Al-Irsyad Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 06. September, 2023

Pennulis

(Putri Rahmadiah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Putri Rahmadiyah, NIM B74219056,2023. Peran Humas (Hubungan Masyarakat) dalam Meningkatkan Publikasi Informasi dan Promosi Program Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa penting peran humas yang dimiliki oleh Masjid Al-Irsyad Surabaya dalam mempublikasi informasi dan promosi kegiatan keagamaan yang diselenggarakan di berbagai media.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif. Yang mana untuk mencari tahu tentang seberapa penting peran humas bagi Masjid Al-Irsyad Surabaya untuk publikasi dan promosi kegiatan rutin kajian keagamaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi.

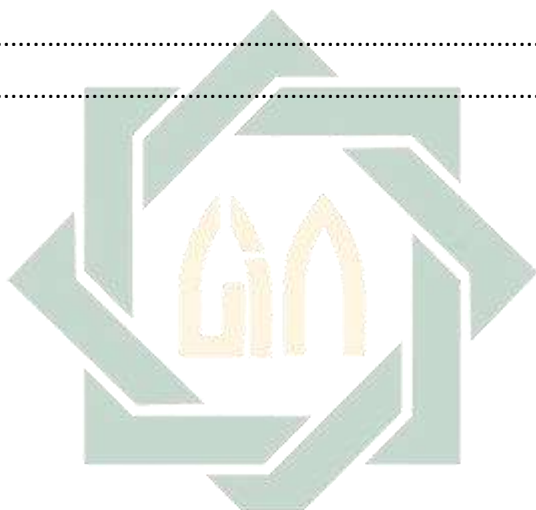
Hasil penelitian yang diperoleh adalah Masjid Al-Irsyad menggunakan berbagai media, dari media sosial maupun media cetak, untuk publikasi dan promosi kegiatan dan program keagamaan. Dalam publikasinya humas menggunakan media sosial Instagram, Facebook, Youtube dan Whatsapp dan menggunakan banner serta sebar brosur ke masjid-masjid sekitar bila diadakannya kegiatan keagamaan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Konsep	10
1. Hubungan Masyarakat.....	10
4. Publikasi.....	12
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	16
A. Kerangka Teori	16
1. Peran Hubungan Masyarakat	16
B. Penelitian Terdahulu	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
1. Metodologi Penelitian.....	36

a.	Pendekatan Penelitian	36
b.	Objek Penelitian	37
c.	Jenis Dan Sumber Data	38
d.	Tahap-Tahap Penelitian	39
e.	Tahap pelaksanaan penelitian	40
b.	Tahap analisis data.....	40
b.	Teknik Pengumpulan Data	40
f.	Tahap Validitas Data	41
g.	Teknik Analisis Data	41
BAB IV.....		42
HASIL PENELITIAN		42
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
B.	Penyajian Data.....	45
1.	Penerapan Peran Humas Dalam Publikasi Informasi dan Promosi Program Kegiatan Keagamaan	45
2.	Media Yang di Gunakan Untuk Publikasi dan Promosi	53
C.	Analisis Data	57
BAB V.....		68
PENUTUP		68
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran dan Rekomendasi.....	70
C.	Keterbatasan Penelitian.....	71

DAFTAR PUSTAKA	72
Lampiran Panduan Wawancara	79
TRANSKIP WAWANCARA	81
Dokumentasi	86
.....	86
.....	87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

SHubungan masyarakat menjadi sebuah divisi yang penting bagi keberlangsungan sebuah lembaga. Karena lembaga membutuhkan peran dari hubungan masyarakat untuk membantu kegiatan manajemen lembaga. Sebab humas merupakan sebuah jembatan penghubung antara lembaga dengan publiknya. Hubungan masyarakat bertujuan agar sebuah lembaga dapat menjaga hubungan yang harmonis dengan publik.¹ Menurut Cutlip dan Center dalam jurnal Hannah Mahfuzhah dan Anshari hubungan masyarakat merupakan bagian fungsi manajemen yang bertugas untuk menilai sikap publiknya, melakukan perencanaan kegiatan dan program untuk memenuhi dukungan dan eksistensi publik.² Dengan adanya humas, publik yang ingin mencari info seputar kegiatan yang ada di sebuah lembaga dapat terbantu dengan adanya humas. Menurut Frank Jefkins dalam buku karya Morissan humas yaitu sesuatu yang merangkum dari keseluruhan komunikasi yang direncanakan, dari dalam organisasi maupun luar organisasi dengan publik untuk

¹ Hannah Mahfuzhah and Anshari Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 137–149.

² Citra Anggraini and Yugih Setyanto, "Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana," *Prologia* 3 (2019).

mencapai tujuan agar saling memahami antara lembaga dengan publik.³ Dalam hal ini, humas ingin adanya hubungan baik antara lembaga dengan publik dengan memahami satu sama lain.

Memelihara komunikasi yang harmonis antara organisasi dengan publiknya dapat menciptakan hubungan dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari lembaga atau lembaga kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada lembaga. Diharapkan humas dapat membantu dengan menjaga komunikasi dan kerja sama antara organisasi dengan publiknya. Melayani kepentingan publik dengan baik serta memelihara perilaku dan moralitas lembaga.⁴

Posisi humas dalam suatu organisasi maupun lembaga dapat dijadikan sebagai alat identifikasi tujuan organisasi. Hubungan masyarakat sangat fleksibel dalam posisinya agar dapat merespon berbagai peristiwa dengan cepat agar dapat menjalankan tugasnya dalam publikasi kepada khalayak publik.⁵

Menurut Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana dalam jurnal karya Ni Luh Putu Ening Permini dan I Made Wahyu Kusuma Atmaja

³ Morissan, *Manajemen Public Relations "Strategi Menjadi Humas Profesional,"* 1st ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008).

⁴ Rachmat Kriyantono, *Best Practice Humas* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2021).

⁵ Yanuar Luqman, "Peran Dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Di Semarang," *Jurnal Interaksi* 2 (2013).

bahwasannya staf hubungan masyarakat dituntut untuk mampu menjadikan publik agar memahami suatu pesan yang disampaikan agar tetap terjaga reputasi dan citra lembaga yang diwakilinya.⁶ Staff humas memiliki hak untuk mengetahui tentang rencana kebijakan, kegiatan program kerja. Maka peran humas ialah menyebarkan informasi secara internal maupun eksternal.⁷ Dan bentuk dari salah satu tanggung jawab humas lembaga ialah publikasi.

Pada publikasi informasi dan promosi kegiatan disebuah lembaga membutuhkan peran hubungan masyarakat agar dapat tercapai tujuan sebuah lembaga yang sudah direncanakan. Peran humas dalam lembaga atau organisasi memiliki posisi yang strategis dalam membangun opini publik dan melakukan kerja sama dengan publik.⁸ Sedangkan peran hubungan masyarakat secara umum ialah sebagai penghubung antara lembaga dengan publiknya. Dalam melakukan publikasi dan promosi kegiatan yang ada dilembaga merupakan peran humas untuk memberitahukan kepada publik. Yang bertujuan untuk mengundang atau mengajak kepada publik agar mengikuti kegiatan yang diadakan di lembaga tersebut. Dalam memberikan informasi perihal kegiatan kepada publik, humas lembaga perlu

⁶ Asmi Desanta, "Komunikasi Dalam Kegiatan Public Relations," *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi* 46 (2016).

⁷ Ni Luh Putu Ening Permini and I Made Wahyu Kusuma Atmaja, "Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Bandung," *Moderat* (20282).

⁸ Wina Puspita Sari and Asep Soegiarto, "Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan," *Commicology* 7 (2019).

menyampaikan informasi kegiatan secara detail dan lengkap agar publik dapat menangkap informasi tersebut dengan jelas.⁹

Publikasi merupakan salah satu tugas yang dilakukan oleh divisi humas. Peran humas dalam menyampaikan informasi dan promosi kegiatan agar masyarakat umum mengenalnya sebagai bentuk publikasi. Publikasi dapat menciptakan citra yang baik dan bermanfaat bagi lembaga.¹⁰ Menurut Kriyantono dalam buku Permini dan Atmaja publikasi adalah kegiatan menyampaikan atau menyebarluaskan informasi.¹¹ Sedangkan promosi yang menarik berguna untuk memancing perhatian publik terhadap kegiatan yang akan dilakukan di lembaga seperti Masjid.¹²

Dalam hal ini humas membutuhkan media sebagai alat pendukung dalam publikasi. Media dalam humas terdiri dari dua bentuk, yaitu media internal maupun media eksternal. media internal dalam suatu organisasi dapat berbentuk majalah, tabloit, *company profile*, website organisasi. Media eksternal yang

⁹ Rila Suci Andhara, "Peran Humas Dalam Mempublikasikan Pemerintah Melalui Media Sosial Facebook Di Sekretariat Daerah Kabupaten Kamper" (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2019).

¹⁰ Permini and Atmaja, "Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Bandung."

¹¹ Rachmat Kriyantono, *Public Relation Writing*, 3rd ed. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012).

¹² Wkhhid Bashori, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1st ed. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2021).

dibuat oleh humas adalah media massa baik media yang berbentuk cetak maupun media elektronik.¹³

Humas di setiap lembaga dalam menyajikan informasi sering kali menggunakan media online maupun media cetak dalam publikasi informasi dan promosi. Sebagian besar tugas humas di lembaga islam masjid bertugas dalam mengunggah flyer atau pamflet ke media sosial baik instagram maupun facebook lembaga masjid. Media sosial dapat mempermudah proses dari publikasi dan promosi kepada masyarakat luas.¹⁴ Media cetak yang digunakan oleh lembaga masjid untuk publikasi ialah menggunakan banner serta poster-poster yang disebar di area dekat masjid yang ramai. Sehingga, masyarakat yang lewat dapat melihat banner promosi yang terpasang.

Dalam melakukan publikasi dan promosi sebuah kegiatan di sebuah lembaga masjid, ada dua cara dalam melakukannya. 1) publikasi yang berkomunikasi secara tidak langsung melalui media perantara seperti menggunakan media sosial maupun media cetak. 2) publikasi secara langsung tanpa adanya perantara media seperti tatap muka dan rapat bersama.¹⁵ Setiap lembaga memiliki tempat

¹³ Firsan Nova, *Crisis Public Relations* (Jakarta: Grasindo, 2009).

¹⁴ Ahmad Faiz Khudlari Thoha, "Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Program Masjid (Studi Kasus Masjid Ar-Rahmah Surabaya)," *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 3, no. 2 (2020): 93.

¹⁵ Luthfia Amanda Sari and Achmad Supriyanto, "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13 (2022): 4.

atau media dalam upaya melakukan publikasi informasi dan promosi.

Media bisa dalam bentuk internet maupun cetak, seperti halnya media sosial yang sering kali digunakan oleh beberapa lembaga untuk mempublikasi informasi mengenai hal-hal seputar lembaga yang sekiranya dibutuhkan oleh publik. Media cetak yang mana publikasinya dapat di letakan di sekitar masjid maupun papan mading yang ada. Beberapa dari media sosial seperti instagram, facebook, blog website dan youtube sering digunakan dalam sebuah lembaga. Karena, memungkinkan dalam bertukar pesan dengan pengguna lainnya yang membutuhkan informasi mengenai lembaga. Media sosial merupakan media online yang manapara penggunaanya dapat berbagi informasi, berpartisipasi, berkomunikasi dan berpendapat. Menurut Andreas dan Michael Haenlein dalam buku karya Devi Novita Arliantiop media sosial didefinisikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan penciptaannya dan pertukaran *user generated content*.¹⁶ Karena sebagai seorang humas media sosial memiliki potensi yang besar dalam publikasi dan mempromosikan suatu kegiatan di lembaga seperti masjid.¹⁷

¹⁶ Devi Novita Arlianti, *Media Bagai Belati Bermata Dua* (Malang: Intrans Publishing Group, 2020).

¹⁷ Hasan Sazali and Ainun Sukriah, "Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan," *Ilmu Komunikasi* 10 (2021).

Media cetak digunakan oleh pihak humas sebagai media penyaluran informasi. Menurut Abbas dan Pasallo dalam jurnal yang ditulis Ghifari Yuristhiadi dan Shintya Dewi Lupita Sari media cetak dikatakan sebagai bentuk dokumen publikasi yang isinya terdiri dari kata-kata maupun foto yang kemudian diedit sehingga dapat disampaikan kepada masyarakat.¹⁸ Sedangkan menurut Barnouw media cetak adalah segala barang yang dicetak yang ditunjukkan untuk umum atau publik.¹⁹ Dalam bentuk publikasi informasi serta promosi melalui media yang sering dilakukan oleh lembaga masjid dengan memasang banner sekitar masjid, membagikan poster kepada masjid-masjid agar dapat saling membantu dalam penyebaran informasi dan menempel poster di masing-masing masjid dekat pintu masjid agar jamaah bisa melihat.

Humas memiliki peran sebagai alat untuk menentukan output yang telah dihasilkan oleh humas. Sebagaimana tugas humas dalam membuat program kerja yang kegiatan rutin maupun, dalam hal publikasi serta promosi seperti, mengunggah atau mengupload pamflet maupun flyer promosi kegiatan, menentukan lokasi penempatan dalam mendirikan banner sebagai bentuk publikasi melalui media

¹⁸ Hannah Mahfuzhah and Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2 (2018).

¹⁹ Ghifari Yuristhiadi and Shintya Dewi Lupita Sari, "Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara," *Ettisal* 2 (2017), ejournal.unida.gontor.ac.id.

cetak.²⁰ Dalam hal ini peran yang dilakukan oleh humas dalam publikasi dan promosi kegiatan yang ada di sebuah lembaga masjid untuk memberitahukan perihal kegiatan yang akan dilakukan di masjid tersebut.

Dalam permasalahan terkait bagaimana peranan humas dalam suatu lembaga serta media apa saja yang digunakan oleh humas untuk publikasi dan promosi kegiatan yang akan dilakukan di lembaga khususnya masjid. Yang bertujuan untuk mengetahui peran humas dan media yang digunakan oleh humas lembaga. Setelah peran humas yang dilakukan dengan baik serta amanah lalu humas berupaya media manakan yang akan digunakan untuk publikasi dan promosi sebagaimana peran humas yang sudah dilakukan. Dan kegiatan ini dilakukan agar dapat memenuhi tujuan sebuah lembaga.

Objek penelitian ini berada di Masjid Al-Irsyad Surabaya. Yang memiliki tiga admin media dan operator yang merangkap sebagai humas. Yang tentunya dari masing-masing humas memiliki tugas yang berbeda. Dalam hal membuat program kajian maupun dalam upload dan menyebarkan pamflet melalui berbagai media online maupun media cetak.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peran humas dan media publikasi informasi. Maka dari itu, judul penelitian ini adalah **“Peran Humas Dalam Meningkatkan Publikasi Informasi dan Promosi**

²⁰ Yanuar Luqman, “Peran Dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Di Semarang,” *Jurnal Interaksi, Ilmu Komunikasi UNDIP* 2, no. 1 (2013): 1–10.

Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya”

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana peran humas dalam upaya mempublikasikan informasi dan promosi kegiatan keagamaan yang ada di masjid Al-Irsyad Surabaya?
- b. Media apa yang digunakan divisi humas dalam publikasikan informasi dan promosi kegiatan keagamaan di masjid Al-Irsyad Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah , tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana humas masjid Al-Irsyad Surabaya dalam mempublikasikan informasi dan kegiatan dengan menggunakan media sosial sebagai alat untuk publikasi informasi dan promosi kegiatan keagamaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam, bagaimana peran hubungan masyarakat dalam upaya membantu publikasi informasi dan promosi kegiatan yang ada di Masjid Al-Irsyad Surabaya.
- b. Untuk menngetahui media yang digunakan oleh humas masjid Al-Irsyad dalam publikasi informasi dan promosi kegiatan yang ada di Masjid Al-Irsyad Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Secara umum manfaat penelitian ini dinyatakan bahwa temuan penelitian akan memberikan kontribusi dalam bentuk:

- a. Berguna dalam menunjang peran humas dalam strategi publikasi dan promosi media sosial yang dapat diterapkan oleh lembaga dakwah dan keagamaan seperti masjid
- b. Kegunaan praktik penelitian ini agar berguna bagi praktisi-praktisi dakwah khususnya dalam promosi kegiatan keagamaan melalui berbagai media.

E. Definisi Konsep

1. Hubungan Masyarakat

Menurut Linggar dalam jurnal karya Luthfian Amanada dan Achmad Supriyanto Hubungan Masyarakat adalah suatu usaha dalam menciptakan kerjasama yang harmonis antara lembaga atau institusi dengan masyarakat umum melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah dengan menggunakan suatu media seperti media cetak, media sosial dan lain-lain.²¹

Dozier dan James dalam jurnal karya Luthfian Amanada dan Achmad Supriyanto mengungkapkan peran humas adalah sebagai fasilitator komunikasi sebagai penghubung, penerjemah, dan mediator antara organisasi dengan khalayak umum atau publik. Menurut Pratiwi Humas sebagai fasilitator komunikasi yang

²¹ Luthfia Amanda and Achmad Supriyanto, "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi," *Manajemen Pendidikan* 13 (2022).

berperan menjadi penghubung komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Humas juga menjadi mediator antara organisasi dengan publik apabila ada miss communication yang terjadi,²² Humas juga berperan dalam memberikan kepercayaan di suatu organisasi dengan masyarakat atau publik.²³

Humas sebagai penunjang keberhasilan sebuah organisasi atau lembaga karena telah membangun citra yang baik serta kepercayaan publik kepada organisasi atau lembaga tersebut. Public relations bertanggung jawab dalam mengelola relasi antara organisasi dengan publik

Melalui operasionalisasi Humas yaitu membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik serta mencegah terjadinya rintangan psikologis, yang timbul dari pihak organisasi maupun pihak dari publik.

2. Media Sosial

Menurut Meike dan Young dalam jurnal karya Muhammad Nurhakim media sosial merupakan alat untuk mengarahkan suatu titik antara komunikasi personal dengan media publik untuk berbagi kepada siapa pun tanpa adanya kekhususna individu.²⁴ Rulli

²² Luthfia Amanda, "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 1 (2022): 1–5.

²³ Muhammad Nur Hakim, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)," *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2019): 121–139.

²⁴ Siti Nurhalimah, *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir* (Yogyakarta: Deepublish, 2019).

Nashrullah dalam buku karya Siti Nurhalimah mendefinisikan media sosial yaitu fasilitator yang memungkinkan untuk mempresentasikan dirinya untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya serta membentuk ikatan sosial.²⁵

3. Media Cetak

Media cetak merupakan jenis media yang telah lama digunakan dalam aktifitas publikasi dan promosi. Media cetak dapat dimanfaatkan oleh siapa saja dan penggunaanya yang fleksibel serta beragam variasi seperti poster, banner dan brosur.²⁶

4. Publikasi

Menurut Indriko dalam buku karya Benny A. Pribadi publikasi merupakan cara yang sering digunakan oleh public relations atau humas (Hubungan Masyarakat) dalam mempromosikan lembaganya agar dapat memberikan informasi yang aktual dan terpercaya seputar lembaga yang bersangkutan.²⁷ Merriam-Webster Dictionary dalam jurnal karya Rizky Amalia menyatakan, publikasi merupakan suatu proses yang rancangannya atau desain yang dapat menarik publik, yang mana informasi tersebut memiliki nilai berita atau

²⁵ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Matrik* 16, no. 1 (2014).

²⁶ Benny A. Pribadi, *Media Dan Teknologi Dalam Pembelajaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017).

²⁷ Ibid.

promosi sehingga dapat menarik perhatian dan dukungan dari khalayak umum.

Sedangkan menurut Nisberg dalam jurnal karya Rizky Amalia publikasi ialah informasi yang dirancang untuk memperlihatkan, memperkenalkan, mempertahankan nama baik dan kehormatan seseorang, kelompok atau organisasi kepada khalayak dengan tujuan tertentu agar mendapat daya tarik khalayak umum. Menurut Lesly dalam jurnal karya Rizky Amalia publikasi merupakan penyebaran pesan yang direncanakan dan dilakukan untuk kepentingan organisasi tanpa adanya pembayaran pada media tertentu.²⁸

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskriptif alur pembahasan mulai dari bab pendahuluan sampai bab penutup. Tujuan disusunnya sistematika pembahasan ini guna menjelaskan isi utama dari kajian skripsi, yaitu bab pertama sampai dengan bab terakhir. Dalam penelitian berjudul “Peran Hubungan Masyarakat dalam Publikasi Informasi dan Promosi Kegiatan Program Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya” yang memiliki sistematika pembahasan dengan lima bab, adapun penjelasan sistematika pembahasan pada penelitian ialah sebagai berikut:

²⁸ Rizky Amalia. “Proses Publikasi Penyakit Demam Berdarah Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Timur”, *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017, 40

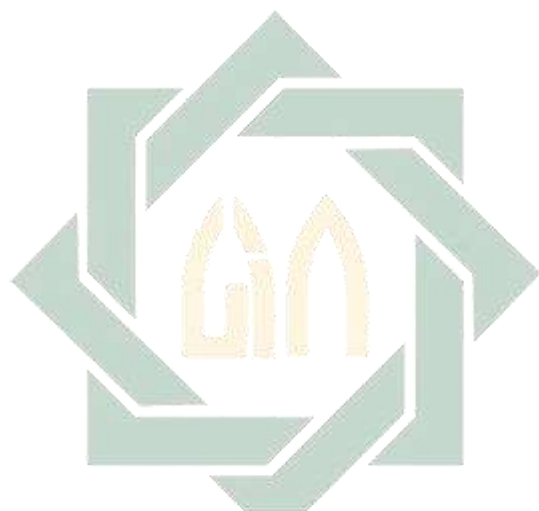
Bab 1 Pendahuluan: bab ini merupakan bagian awal dari komponen dasar penelitian yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan. Bab ini memaparkan dasar-dasar penelitian dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara umum dalam laporan.

Bab 2 Kajian Teoritik: bab ini akan dipaparkan kajian teori yang berisi teori-teori yang hendak digunakan sebagai landasan dalam wawancara. Kajian teori ini berisi penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teoritik, dan sub-bab khusus yang mengandung fokus dari penelitian dalam perspektif islam. Peneliti mengutip beberapa teori para ahli dan penelitian terdahulu untuk sebagai pedoman dalam penulisan laporan.

Bab 3 Metode Penelitian: bab ini berisi tentang metodologi penelitian, yang mana peneliti menjelaskan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data dan teknik analisis data.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan: bab ini merupakan bab yang paling penting. Yang mana, pada bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan dari wawancara yang dilakukan pada saat penelitian ke objek yang dituju. Dalam bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan, gambaran umum, teknik validitas data dan teknik analisis data

Bab 5 Penutup: dalam bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian yang mana bagian kesimpulan dijelaskan secara singkat, padat dan jelas hasil dari penelitian yang telah dilakukan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teori

1. Peran Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Hubungan Masyarakat

Menurut bahasa *Public Relation* sebenarnya terdiri dari dua kata. Yaitu *Public* dan *Relation*, yang kemudian di terjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi Public dan Relasi. *Public* dalam bahasa inggris artinya umum, ramai atau banyak orang sedangkan *Relation* yang artinya hubungan. Maka dari itu *Public Relation* adalah kegiatan dalam hubungan yang timbal balik atau *two way communication*.²⁹

Menurut Thomas Kuhn dalam buku Sari Andhita public relation dapat dikategorikan sebagai ilmu yang mapan yang memiliki paradigma keilmuan atau seperangkat paradigma saling berkaitan. Menurut Kuhn dala buku Sari Andhita seperangkat paradigma ini seperti asumsi, teori, metode dan contoh ideal perihal solusi pemecahan masalah yang menghasilkan unifikasi cara pandang tertentu. Public relation yang dikatakan oleh Kuhn ini memiliki dua proposisi dasar public relation: 1) public relation sebagai fungsi manajemen 2) public relation bertanggung jawab mengelola relasi antara

²⁹ Kamarudin, *Ensiklopedia Manajemen*, 1st ed. (Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi, 1994).

organisasi dengan publik.³⁰ Publik relation merupakan salah satu fungsi manajemen yang diambil dari sikap baik yang direncanakan dan dijalankan secara terus-menerus oleh organisasi, lembaga, di pergunakan secara personal untuk memperoleh dan membina adanya saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungan atau terdapat kaitannya yaitu dengan cara menilai opini publik dengan tujuan dapat menghubungkan kebijaksanaan dan tatalaksana, agar dapat mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan dapat memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan yang terencana dan tersebar luas. Definisi PR di sepakati oleh para ahli yang bergabung dalam IPRA yang terdapat di Den Haag yang menyatakan bahwa PR adalah fungsi manajemen, yang artinya PR ini melekat pada manajemen. Hal ini secara tidak langsung banyak ragam atau jenis definisi yang begitu banyak dalam hubungan antara PR dengan manajemen yang banyak jenisnya.

J.C Seidel dan W. Emerson Rech dalam buku karya Samsul Bahri menjelaskan public relation adalah proses yang berkesinambungan, yaitu seni menanmkan sebuah rencana dan sebagainya. J.C Seidel dan W.Emerson Rech sependapat dengan IPRA bahwasannya PR merupakan fungsi manajemen.

³⁰ Sari Andhita, *Dasar Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*, Pertama. (Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2017).

Menurut Howar Bouhan dalam buku karya Samsul Bahri Public Relation merupakan sebuah seni untuk menciptakan pengertian public relation yang lebih baik dan dapat memperdalam kepercayaan public terhadap suatu organisasi agar tercapainya sebuah tujuan.³¹ Secara umum *Public relation* adalah individu yang merangkum semua dari komunikasi yang terencana dengan baik dari dalam maupun luar antara satu organisasi dengan khalayak umum untuk mencapai tujuan jelas yang berlandaskan pada saling pengertian.³² Menurut Grunig dan Hunt dalam jurnal Irwansyah dan Hasna Safira *Public Relation* adalah sebuah manajemen komunikasi antara suatu lembaga atau organisasi dengan publiknya. Maka dari itu, pengertian inilah yang menjadikan dasar dalam membangun model *Public Relation*. Model PR dibuat untuk menganalisis perkembangan sejarah PR dan megidentifikasi evolusi *public relation*.³³ Humas merupakan fungsi manajemen yang ada disebuah organisasi untuk membangun kesepahaman antara organisasi dengan public. Humas sebenarnya membangun komunikasi dua arah,

³¹ Samsul Bahri, "Urgensi Publik Relation Dalam Pelaksanaan Dakwah," *Al-Ashlah* 3 (2019).

³² Ratih Affandi, Mengenal Apa Itu Public Relation. Diakses dari https://youtu.be/Nn5z_615c8I

³³ Irwansyah Hasna Safira, "Electronic Word Of Mouth Sebagai Strategi Punlic Relation Di Era Digital," *Interaksi Jurnal Ilmu Komunikasi* 08 (2019), <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi>.

antara organisasi dengan public. Dalam hal ini humas berperan penting bagi organisasi karena tugasnya ialah membangun citra yang baik kepada publiknya. Sedangkan citra itu sendiri kesan, perasaan, gambaran diri public ke organisasi.³⁴

- b. Peran dan fungsi Hubungan Masyarakat
- Peran merupakan harapan publik yang seharusnya dilakukan oleh humas yang sesuai dengan kedudukan atau fungsinya sebagai seorang humas. Jadi, dapat dikatakan humas berperan dalam sebuah lembaga apabila humas mampu melaksanakan fungsi humas dengan baik. Seperti, melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna dalam menunjang tujuan lembaga dan menjamin kepentingan publik.³⁵
- Menurut Cutlip, Center, dan Canfield dalam buku karya Oemi Atiyah fungsi humas dapat dirumuskan sebagai penunjang aktivitas utama manajemen untuk mencapai tujuan bersama.
- 1) Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik sebagai sasaran.
 - 2) Mengidentifikasi opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.

³⁴ Evawani Elysa Lubis, "Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah," *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* 12, no. 1 (2012): 51–60.

³⁵ Kriyantono, *Best Practice Humas*.

- 3) Melayani keinginan publiknya dan memberikan saran kepada pimpinan manajemen untuk mencapai tujuan dan manfaat bersama.
- 4) Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, mengatur arus informasi, mempublikasi informasi dari organisasi kepada public agar tercipta hubungan yang harmonis.³⁶

Untuk menjalani fungsi humas maka peran humas dapat dibagi menjadi peran eksternal dan peran internal. Sebab fungsi humas terkait dengan ranah kebijakan, maka humas harus mempunyai peran-peran manajerial, selain peran teknis. Agar peran manajerial ini terlaksana maka humas harus menjadi bagian pengambil kebijakan dan berada pada struktur organisasi yang memungkinkan untuk melaksanakannya. Peran manajerial ada tiga, yakni:

- 1) *Expert presciber*, yakni mencakup manajemen masalah dan isu-isu, membantu manajemen selalu memberikan informasi pada dan responsif terhadap opini publik, membantu manajemen selalu mengikuti dan memanfaatkan perubahan, melayani sistem pencegahan awal untuk mengantisipasi trend, dan menggunakan riset dan teknik komunikasi yang beretika sebagai alat-alat pokok, serta menawarkan program-program

³⁶ Oemi Atiyah, "Profesionalisme Kehumasan," *Komunika* 10 (2007): 37.

membawa organisasi menghadapi lingkungannya.

- 2) *Communication facilitator*, yakni peran humas sebagai fasilitator, mediator atau penghubung komunikasi antara organisasi dan publiknya. Satu kaki di pihak manajemen, satu kaki di pihak publikasi. Humas harus menjembatani pertemuan antara kepentingan organisasi dan publik. Humas diharapkan memperjuangkan kepentingan, keluhan, dan saran-saran yang relevan dan rasional yang disampaikan public untuk menjadi pertimbangan kebijakan organisasi (*outside in thinking*). Jika memang kebijakan organisasi dirasa tidak efektif terkait kepentingan bersama maka humas bisa memberikan rekomendasi penyesuaian kebijakan. Ada komunikasi dua arah seimbang antara organisasi dan public.
- 3) *Problem-solving facilitator*, yakni sebagai mitra manajemen dalam mengatasi masalah, dalam implementasi kebijakan dan program agar tetap selaras pada tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik.³⁷

Menurut Rosady Ruslan dalam buku karya Atiyah terdapat tiga peran utama humas seperti, *communicator*, *relationship* dan *back up management*.

³⁷ Kriyantono, *Best Practice Humas*.

1) *Communicator*

Kemampuan sebagai komunikator secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak maupun online. Dalam penyampaian informasi maupun pesan dan menciptakan opini publik.

2) *Relationship*

Kemampuan peran humas yang membangun hubungan positif antara lembaga dengan public internal maupun eksternal. Berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antara kedua belah pihak.

3) *Back Up Management*

Melaksanakan dukungan atau menunjang kegiatan lain, seperti bagian manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalian dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu tujuan pokok organisasi.³⁸

c. Manajemen Hubungan Masyarakat

Dalam proses manajemen humas , fungsi humas yang diberdayakan dengan arahan yang strategis dalam mengelola semua kegiatan sebagaimana yang tercantum dalam poin 1 dan 2 yaitu tanggung jawab fungsional humas sebagai fungsi dengan arahan strategis dan. Fungsi humas tanpa arahan strategis tidak memiliki peran dalam pengambilan keputusan strategis ditingkat manajemen puncak dan hanya

³⁸ Atiyah, "Profesionalisme Kehumasan."

mengelola kegiatan. Sebagaimana berikut fungsinya:

1) Tanggung Jawab Fungsional Humas sebagai Fungsi Dengan Arah Strategis

a) Mengembangkan strategi humas yang membahas tujuan dan posisi strategis utama organisasi, yang berpuncak pada tujuan dan tema humas yang selaras dengan tujuan dan posisi organisasi. Yang tidak mengacu pada perencanaan komunikasi yang mana humas berkomunikasi apabila diminta untuk melakukannya kepada orang lain didalam organisasi. Akan tetapi, upaya bersama dalam mempelajari strategi dan tujuan organisasi, mengidentifikasi tujuan strategis dan posisi yang perlu dikomunikasikan dan menasehati organisasi. Sebagaim pemimpin organisasi sebagaimana mestinya. Strategi humas dalam hal ini dapat diklarifikasikan sebagai strategi yang perspektif. Sebuah konsep yang terkenal dalam literatur manajemen strategis. Tujuan humas yang dikembangkan untuk menerapkan strategi humas yang disengaja yang disebutkan dalam *digital management*.

b) Mengembangkan strategi hubungan masyarakat yang membahas isu-isu sosial dan pemangku kepentingan yang terus muncul yang diidentifikasi dalam

isu-isu organisasi dan proses manajemen pemangku kepentingan. Strategi hubungan masyarakat dapat di klasifikasikan sebagai strategi darurat yang mana konsep yang dikembangkan dalam strategi manajemen. Tujuan hubungan masyarakat dikembangkan untuk di terapkan. Strategi hubungan masyarakat muncul disebut tujuan humas yang muncul oleh *digital managemen*.

- c) Merumuskan rencana hubungan masyarakat untuk mencapai tujuan
 - d) Humas yaitu mengembangkan, menerapkan, dan mengevaluasi rencana komunikasi untuk mendukung fungsi humas yang muncul.
 - e) Menasihati pemimpin, manajer, penanggungjawab organisasi tentang komunikasi terhadap karyawan.
 - f) Mengelola kegiatan fungsi pendukung.
- 2) Tanggung Jawab Fungsional Hubungan Masyarakat sebagai Fungsi Pendukung.
- a) Mengembangkan, menerapkan, dan mengevaluasi rencana komunikasi untuk mendukung strategi yang dikembangkan diberbagai tingkat.
 - b) Mengembangkan, menerapkan, dan mengevaluasi rencana komunikasi untuk mendukung strategi fungsi organisasi.
 - c) Mengembangkan, menerapkan, dan mengevaluasi rencana komunikasi untuk mendukung komunikasi manajemen

puncak atau kepemimpinan organisasi kepada karyawan.³⁹

d. Tujuan *Public Relation* Dibagi Menjadi Dua:

1. Tujuan Internal *Public Relation*

- a) Seorang pemimpin dapat memperhatikan kepentingan para pegawai dari segi ekonomi, sosial maupun psikologis
- b) Membina *mental attitude* agar karyawan atau anggota dapat memberikan kesan positif
- c) Memperlakukan karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membedakan pangkat, pendidikan dan lain-lain

2. Tujuan Eksternal *Public Relation*

- a) Mempererat hubungan dengan orang di luar organisasi sehingga terbentuk opini yang *favourable* terhadap organisasi tersebut.
- b) Mengadakan komunikasi yang efektif yang bersifat informative yang ditujukan kepada public di luar organisasi.⁴⁰

e. Sudut Pandang *Public Relation*

- a) Humas sebagai profesi, yang mana sebagai humas yang profesional dapat berperan sebagai konseptor dan teknisi.

³⁹ Elizabeth L. Toth, *Public Relations and Communication Management* (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2009).

⁴⁰ Sisilia Herlina, "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang" 4, no. 3 (2015): 493, www.publikasi.unitri.ac.id.

- b) Humas sebagai suatu divisi atau departemen, humas yang terdapat di sebuah lembaga atau organisasi dapat menjadi bagian dari tim pemasaran, personalia, dan keuangan.
- c) Humas sebagai suatu aktivitas komunikasi dua arah dengan public (internal/eksternal), yang bertujuan untuk menumbuhkan rasa saling percaya, pengertian, dan saling membantu atau kerja sama.
- d) Humas sebagai fungsi manajemen. Humas menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara organisasi dengan publiknya. Hal ini merupakan unsur penting dalam manajemen untuk pencapaian tujuan organisasi.
- e) Humas sebagai ilmu pengetahuan. Hubungan termasuk dalam golongan *applied science* yang *teleological* (ilmu pengetahuan terapan bertujuan). Ilmu shumas ini memiliki cara-cara, teknik-teknik, metode, prosedur, prinsip, teori yang tersusun sebagai suatu sistem.⁴¹

2. Media Publikasi Informasi dan Promosi

A. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

⁴¹ A. Anditha Sari, *Dasar Dasar Public Relation*, 1st ed. (Sleman: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2017).

Media merupakan suatu sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi. Sedangkan publikasi cara humas untuk menyebarkan informasi, gagasan maupun ide kepada khalayak.⁴² Menurut hartono dalam buku karya Nurhalimah media sosial adalah media yang digunakan untuk bersosialisasi berbasis *online* yang mana, para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, menciptakan, membagikan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual.⁴³ media sosial merupakan tempat untuk mempresentasikan diri dan melakukan interaksi, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan secara virtual.⁴⁴ Oleh sebab itu, internet memberi berbagai peluang untuk memiliki koneksi dengan orang-orang yang ada diseluruh dunia, berbagi, menyebarluaskan konten, mendapatkan dan mencari informasi terbaru.⁴⁵ Perkembangan

⁴² Achmad Fathul Khoiri and Rety Palupi, "Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal," *Syntax Idea* 1 (2019).

⁴³ Nurhalimah, *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*.

⁴⁴ Moch Hari Purwidianoro, Dany Fajar Kristanto, and Widiyanto Hadi, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM)," *AMIK Cipta Darma Surakarta* 1, no. 1 (2016): 30–39, <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>.

⁴⁵ Ni Nyoman Kerti Yasa, I Gusti Ayu Dewi Adnyani, and Putu Laksmi Dewi Rahmayanti, *Peran Adopsi Media Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja BISNIS*, 1st ed. (Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023).

media sosial saat ini semakin berkembang pesat. Karena dalam suatu komunitas media sosial merupakan wadah bagi penggunanya untuk saling bertukar informasi antara anggota grup.⁴⁶

Media sosial ini dapat berkomunikasi tanpa ada ruang, jarak dan waktu. Dapat dilakukan dimana saja dan kapan pun tanpa harus tatap muka. Dengan hadirnya aplikasi jejaring sosial seperti facebook, twitter, instagram dan lainnya. Orang-orang dapat saling bertukar informasi dengan jarak bukan menjadi masalah dalam komunikasi maupun dalam publikasi.⁴⁷

b. Jenis-Jenis Media Sosial

1) Media jejaring sosial

Media ini merupakan media yang paling populer digunakan oleh para pengguna. Media ini digunakan untuk melakukan hubungan sosial di dunia virtual. Professor J.A Barnes dalam buku karya Fretty Welta mendefinisikan jejaring sosial ialah sebagai suatu struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individu maupun organisasi. Contoh

⁴⁶ Jumarting Gerung, *Media Sosial Dalam Digital Marketing Kesehatan* (Guepedia, 2021).

⁴⁷ Mahfuzhah and Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan."

dari jejaring sosial adalah Facebook dan Instagram.⁴⁸

2) Blog

Blog merupakan suatu media yang digunakan oleh pengguna internet untuk mengunggah aktifitas keseharian berupa tulisan dan gambar. Contoh blog yang masih ada pada saat ini adalah Blogspot dan wordpress.

3) Media sharing

Situs berbagi yang digunakan oleh pengguna internet untuk membagi foto, video, audio. Contoh dari media sharing seperti whatsapp dan youtube.⁴⁹

c. Adapun beberapa dari media sosial yang sering digunakan untuk publikasi dan promosi sebagai berikut:

a. Facebook

Situs facebook memudahkan komunikasi di media internet karena situsnya yang kompleks sehingga dapat membagikan informasi melalui media sosial facebook.

Menurut haryanto terdapat 5 aspek yang dimiliki oleh facebook yaitu:

1) Mampu membuat grup

2) Diakses menggunakan internet dapat melalui computer maupun smartphone

⁴⁸ Fretty Welta, "Perancangan Social Networking," *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomu, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* 5 (2013): 8–9.

⁴⁹ Muhammad Ilham Nurahmadhany, "Keajaiban Media Sosial," in *Literasi Media Dan Peradaban Masyarakat*, 1st ed. (Malang: Intrans Publishing Group, 2020).

- 3) Dapat mengirim gambar dan file
- 4) Terdapat data informasi
- 5) Dapat digunakan sebagai media publikasi maupun promosi.

b. Instagram

Dalam instagram terdapat fitur yang dapat digunakan dalam publikasi yaitu:

- 1) Instagram Story. Digunakan untuk konten yang berisikan tanya jawab, polling dan konten promosi.
- 2) Instagram post. Digunakan untuk memposting konten-konten yang sebelumnya telah di edit berupa foto maupun video dengan tujuan memberikan informasi.
- 3) Instagram live. Membuat konten yang dilakukan secara langsung dan dapat disaksikan langsung. Seperti terdapat kegiatan yang mengharuskan untuk live agar penonton dapat menonton secara langsung kegiatan yang diselenggarakan.
- 4) Schedule content. Yang mana fitur ini memudahkan bagi kita untuk mempublikasikan konten sesuai dengan jadwal yang sudah diatur pada fitur ini.⁵⁰

c. Whatsapp

⁵⁰ Fitri Amalia, Gitta Rowindi, and Syahrul Mubaroq, "Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan," *Dinamisia* 6 (2022), journal.unilak.ac.id.

Adapun fitur whatsapp yang dapat digunakan dalam publikasi dan promosi

- 1) Dapat mengirim pesan secara tertulis, pesan suara, mengirim gambar, foto maupun video
- 2) Mengirim file dokumen
- 3) Membuat panggilan suara maupun video
- 4) Membuat grup agar dapat berdiskusi dengan baik. Dalam membuat grup ini admin dapat memberikan informasi mengenai hal-hal atau kegiatan maupun informasi mengenai suatu lembaga di grup yang telah dibuat. Dan dapat mem *forward* pesan informasi dari satu ke yang lain.⁵¹

B. Media Cetak

a. Pengertian Media Cetak

Media cetak merupakan jenis media yang telah lama digunakan sebagai sarana publikasi dan promosi. Yang mana, media cetak berisi teks yang bervariasi meliputi banner, brosur, *leaflet* dan *handout*.⁵² Menurut Pawit dalam jurnal karya Endang Tri Antoko dkk adalah segala macam penerbitan yang dicetak seperti

⁵¹ Chatarina Catur Ani Trisnawati, *Whatsapp Dan Pembelajaran Bahasa Inggris*, ed. M. Hidayat, Miskadi, and Yogi Setiawan (Lombok: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2021).

⁵² Pribadi, *Media Dan Teknologi Dalam Pembelajaran*.

brosur, poster, majalah dan Koran.⁵³ Unsur penting dalam media cetak adalah teks dan gambar visualisasi. Yang berfungsi untuk memberikan informasi dan menghibur. Media cetak dapat dikatakan sebagai satu dokumen yang mempublikasikan apa yang dikatakan oleh orang lain baik berupa kata-kata ataupun rekaman peristiwa seperti foto.

Media ini menjangkau semua lapisan masyarakat dan tergolong murah. Akan tetapi media ini hanya terjadi komunikasi satu arah yang penyampaiannya informasi tergantung konsep yang dilakukan oleh humas.⁵⁴

b. Jenis-jenis Media Cetak

- 1) Menggunakan spanduk maupun banner
Yang mana media cetak ini tidak terlepas dari huruf dan gambar yang dicetak besar dan ditempatkan di tempat yang strategis
- 2) Menggunakan brosur
Brosur merupakan media yang memberikan sebuah informasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan organisasi. Yang mana isi

⁵³ Endang Tri Antoko, Wulan Heni Sistati, and Dewi Karlina, "Media Cetak, Media Gambar Dan Media Digital Dalam Pembelajaran Di Sekolah Dasar," in *Teori Dan Pengembangan Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital Di Sekolah Dasar*, ed. Banun Hanifah, 1st ed. (Sleman: Deepublish, 2022).

⁵⁴ Mahfuzhah and Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan."

dari brosur ini memberikan penawaran yang menarik.⁵⁵

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian Ahmad Faiz Khudlari Thoha (2018) yang berjudul Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Program Masjid (Studi Kasus Masjid Ar-Rahman Surabaya). Penelitian ini menjelaskan bagaimana pengurus masjid dalam publikasi kegiatan Madinah dan MQM yang termasuk dalam kegiatan masjid melalui penyebaran pamflet online maupun offline meliputi WA, Instagram, Facebook dan membagikan poster melalui jamaah tetap.
2. Penelitian Awin Azhari (2020) yang berjudul Peran Humas Dalam Mengkomunikasikan Kajian Keislaman Pada Masjid Hubbul Wathan NTB. Penelitian ini menjelaskan bagaimana tugas humas dalam mengkomunikasikan kajian keislaman yang dilakukan dengan menyebarkan jadwal kegiatan melalui media sosial maupun media massa.
3. Penelitian Ahmad Rafi Kamarullah dkk. (2020) yang berjudul Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Dakwah Masjid Al-Lathif Dalam Akun @masjidallathif. Penelitian ini

⁵⁵ Tonni Limbong, Aldo Alfredo, and Josuha Masdon Manik, *Desain Grafiis Dan Praktek Dengan CorelDRAWX7*, pertama. (Cattleya Darmaya Fortuna, 2022).

menjelaskan pemanfaatan dari penggunaan media sosial instagram untuk dakwah dalam bentuk konten yang diupload ke isntagram. Dan melakukan strategi komunikasi yang dilakukan.

4. Penelitian Zalmi Dzirrusydi dan Mitrayati. 2022 penelitian yang berjudul Manajemen Komunikasi Masjid Jabal Rahmah Dalam Mempublikasikan Kegiatan Rutinitas Mingguan Kepada Jamaah di Kelurahan Baran Barat Kecamatan Meral Kabupaten Karimun. Dalam penelitian ini komunikasi yang dilakukan oleh pengurus masjid atau DKM . dalam hal ini DKM masjid menjunjung tinggi komunikasi yang baik agar dapat mendorong kualitas dalam pelaksanaan kegiatan yang diadakan oleh masjid jabal rahmah. Dalam menjaga komunikasi kepada public DKM perlu adanya menjaga manajemen komunikasi seperti menjaga pengorganisasian publikasi agar efektif dan konsisten yang dilakukan oleh pengurus DKM dalam menyampaikan publikasi informasi.
5. Penelitian Samsul Bahri. 2019 Penelitian yang berjudul Urgensi Publik Relation Dalam Pelaksanaan Dakwah. Dalam penelitian ini Public Relation atau humas menggunakan fungsi umum dari Public Relation yaitu membentuk pendapat umum. Yang mana pendapat umum ini mengatur dan mengukur kebijaksanaan agar tercapai hubungan yang harmonis antara PR dengan jamaah. Setiap pesan yang disampaikan oleh komunikator atau PR di setiap konten dakwahnya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Metodologi Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian yang berjudul “Peran Humas Dalam Meningkatkan Publikasi Informasi dan Promosi Program Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya” Metode pendekatan yang dilakukan di penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis studi kasus. Dalam penelitian ini memerlukan atas situasi kejadian yang terjadi di berbagai metode. Metode ini dilakukan dengan melihat suatu objek yang akan di teliti secara langsung. Menurut Mantra dalam buku moelong mengemukakan metode penelitian kualitatif adalah sebagai langkah sebuah penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁵⁶ Menurut Strauss dan Carbin dalam buku karya Sandu Siyoto dan Ali Sodik penelitian kualitaitaif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistic, atau cara-cara lainnya yang menggunakan angka. Oleh karena itu, bentuk data yang digunakan bukan berbentuk bilangan angka maupun skor nilai.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian studi kasus. Penelitian studi kasus

⁵⁶ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, 2015. *Dasar Metode Penelitian*. (Karanganyar : Literasi Media Publishing, 2015), 28.

adalah eksplorasi mendalam dari sistem yang terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas. Studi kasus melibatkan investigasi kasus, yang mana dapat didefinisikan sebagai suatu intesitas atau objek studi yang dibatasi untuk penelitian dalam hal waktu, tempat, atau batas-batas fisik. Dalam memahami sebuah kasus yang terdiri dari individu, kelompok, program, kegiatan, sekolah, dan ruang kelas. Dalam menggunakan metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi.

Studi kasus yang kolektif seperti melibatkan beberapa kasus, dapat terjadi beberapa tahun, dan menggunakan banyak individu. Kerangka konseptual untuk studi kasus adalah dengan mengumpulkan informasi yang mendalam tentang kasus yang diteliti. Apakah, kasus itu adalah seorang individu, kelompok, kelas atau sekolah.⁵⁷

b. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah Masjid Al-Irsyad Surabaya . Untuk mendapatkan informasi peneliti mengumpulkan hasil data melalui wawancara, pengamatan, dan studi dokumentasi. Alasan penulis melakukan penelitian di Masjid Al-Irsyad Surabaya karena melihat dari segi manajemennya masjid ini cukup bagus dengan humasnya yang bertanggung jawab dalam menjalankan tugas serta promosi sebar pamflet yang rutin dilakukan dan konsisten secara offline maupun online.

⁵⁷ Muh. Fitrah and Luthfiyah, *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Dan Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak, 2017).

c. Jenis Dan Sumber Data

a) Jenis data

Data adalah sebuah fakta yang diakumulasikan oleh peneliti untuk kepentingan dalam memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data dapat berupa keadaan, gambar, suara, huruf, angka, bahasa dan simbol-simbol lainnya yang digunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, dan kejadian.⁵⁸

a. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya data dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder:

a) Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari sumber datanya. Untuk mendapatkan data primer, maka peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Teknik yang digunakan antara lain observasi, wawancara, diskusi mendalam. Untuk mendapatkan data yang relevan maka peneliti melakukan interview kepada pihak terkait atau takmir masjid Al-Irsyad secara langsung.

b) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang ada. data sekunder di dapatkan melalui buku, laporan, jurnal, website dan lain-lain.⁵⁹

⁵⁸ Ibid 67

⁵⁹ Ibid 67-68

d. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian dibagi menjadi dua yaitu: tahap pra-penelitian dan tahap pelaksanaan penelitian.

a. Tahapan pra-penelitian

a) Menyusun rancangan penelitian

Dalam langkah ini peneliti dapat mengerti dari berbagai metode dan teknik penelitian . metode dan teknik penelitian disusun menjadi sebuah rancangan penelitian.

b) Memilih objek penelitian

Dalam menentukan objek penelitian hal penting yang harus dilakukan dalam penelitian adalah menentukan objek dengan tepat agar penelitian dapat berjalan dengan lancar. Hasil penelitian bisa didapatkan dengan cepat dan akurat yang kemudian dapat diterapkan ke objek penelitian.

c) Mengurus perizinan

Peneliti harus mengetahui siapa saja yang berwenang memberikan izin dalam melakukan penelitian. Pengurusan perizinan dilakukan dibagian akademik Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Dan surat yang telah diterbitkan dari bagian akademik. Lalu, peneliti melakukan pengajuan suratnya ke pihak takmir masjid al-falah.

d) Menyusun instrument pertanyaan

Dalam melakukan penelitian dan peneliti membutuhkan data primer maka peneliti harus menyusun instrument pertanyaan

untuk mendapatkan informasi dari narasumber secara langsung.

e. Tahap pelaksanaan penelitian

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan metode yang telah ditentukan. Seperti wawancara dan dokumentasi.

b. Tahap analisis data

Tahap ini peneliti melakukan analisis data yang sudah diperoleh secara wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan sebelumnya. Tahap ini diperlukan sebelum peneliti menulis laporan. Tujuan dari analisis data ini agar memperjelas maksud dari data tersebut yang telah disusun.

b. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh suatu data atau keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Dalam wawancara ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam kepada narasumber.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan kejadian yang sudah terjadi di masa lampau. Dokumentasi

dapat berbentuk lisan, gambar, video, atau karya-karya monumental dari seseorang. Tujuan dari penggunaan dokumentasi ini adalah untuk memperoleh data tertulis dan gambar yang di gunakan untuk melengkapi dan penguat data dalam penelitian ini.

f. Tahap Validitas Data

Dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan tringulasi data. Tringulasi merupakan metode sintesa data terhadap kebenaran data dan keabsahan data. Data yang dinyatakan kebenarannya melalui tringulasi akan memberikan keyakinan terhadap peneliti perihal keabsahan data. Sehingga tidak akan ragu dalam memberikan kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan.

g. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan ialah sebuah proses mencari dan menyusun secara teratur agar data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya, dapat dengan mudah dipahami dan hasil temuannya dapat di informasikan kepada orang lain. Dalam melakukan analisis data terdapat beberapa langkah. Pengumpulan Reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum menggambarkan keadaan objek penelitian yang ada di dalam suatu penelitian. Gambaran umum objek penelitian memuat berbagai kondisi pada suatu objek penelitian, meliputi:

1. Sejarah Yayasan Al Irsyad

Pada saat itu tanggal 21 januari 1919, pembukaan cabang Surabaya yaitu yayasan Al-Irsyad yang kelima, pada saat itu kota Surabaya merupakan pusatnya kegiatan pergerakan islam dan tempat berdomisilinya masyarakat muslim pada saat itu. Cabang Al-Irsyad Surabaya pertama kali diketuai oleh Muhammad bin Rayis bin Thalib, didampingi oleh Sulaiman bin Abdullah bin Mar'ie sebagai sekretaris, Muhammad bin Abdullah ad-Dara' Alamudi sebagai bendahara dan Abdullah bin Saleh Harharah sebagai penasihat. Kemudian hadirilah nama-nama besar lainnya yang memimpin seperti, Sayyid Abdullah bin Salim Alatas, Sayyid Muhammad Al-Mursyidi dari mesir, Sayyid Abdulqadir Al Muhannaa yang juga dari mesir dan SayyUmar bin Salim Hubeish.

2. Profil Masjid Al-Irsyad

Masjid merupakan wadah atau sarana ibadah bagi umat muslim dan tempat untuk mencari ilmu agama, yang mana bisa melalui kajian keagamaan yang

dilakukan secara rutin oleh masjid Al-Irsyad. Masjid ini terletak di Jl. Sultan Iskandar Muda No. 46, Ujung, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya Jawa Timur 60151. Yang mana Masjid Al-Irsyad ini didirikan dibawah naungan yayasan Al-Irsyad yang mana selain masjid juga mencakup yayasan perguruan Al-Irsyad yang dibangun pada tahun 1924 sedangkan masjid ini didirikan pada tahun 1919.

3. Struktur Organisasi Masjid Al-Irsyad Surabaya

Ketua Ta'Mir Masjid : Ustadz Isa Sholeh Kuddeh
Sekretaris : Ir. Abdurrahman Baraja
Bendahara : Zamroni
Humas : Sahla Wakid
Humas : Ustadz Ahmad Purwanto
Operator : Husain Basymeleh

4. Program Kegiatan Keagamaan Masjid Al-Irsyad Surabaya

Dalam mewujudkan visi dan misi yang telah dirancang, maka masjid Al-Irsyad mengadakan berbagai program keagamaan. Sebagai lembaga islam yang berfokus kepada kegiatan dakwah. Adapun program-program yang diadakan antara lain:

a. Kajian Rutin

Kajian ini diadakan setiap seminggu sekali, Program ini diadakan secara offline maupun online melalui live streaming dan zoom yang mana infonya didapatkan di media sosial Masjid Al-Irsyad Surabaya secara free yang mana kegiatan ini diadakan secara online melalui zoom dengan peserta yang terbatas. Akan tetapi selalu ada peningkatan disetiap kajian yang diadakan. Program ini secara khusus mengajak umat

muslim untuk selalu menimba ilmu tidak lekang waktu maupun umur, dan dengan adanya program kajian rutin ini masyarakat dapat menumbuhkan pengetahuan keislaman melalui kajian ini.

b. Program Dakwah One Minute Video Reel di Instagram

Program ini dilakukan oleh humas bagian admin media seluruh media yang dimiliki oleh Masjid Al-Irsyad, yang mana di dalam video ini terdapat potongan-potongan ceramah oleh ustadz-ustadz yang ada di Indonesia. Yang mana, video tersebut juga sebagai bahan promosi bagi mereka dalam publikasi flyer yang akan di unggah. Sebagai contoh, humas menggunakan potongan ceramah ustadz yang di undang oleh humas masjid Al-Irsyad bahwasannya humas akan mengundang ustadz tersebut untuk kajian selanjutnya di akan diadakan.

c. Kajian Muslimah

Kajian ini diadakan setiap hari kamis atau jumat setiap seminggu sekali. Yang mana, program ini diperuntukan untuk muslimah untuk dan diadakan secara offline yang melalui zoom. Kajian ini membahas tentang bagaimana menjadi seorang muslimah yang baik.

d. Kajian Spesial Ramadhan

Kajian ini diadakan setiap hari selama satu bulan full pada saat ramadhan secara berbayar melalui via zoom. Kajian ini dilakukannya oleh jamaah yang sudah melakukan registrasi melalui gform yang di letakan di bio instagram masjid Al-Irsyad.

Selain itu humas juga memberikan rangkuman kajian dan mempublikasikannya di instagram dan facebook dengan bentuk foto atau gambar serta dengan tulisan yang mudah dipahami.

e. Membuat Program Siroh Challenge

Program challenge ini di lakukan oleh setiap jamaah yang ingin berpartisipasi. Dan mengunggahnya di laman instagram sebagai media publikasi agar humas dapat melihat hasil karya yang telah dibuat.

B. Penyajian Data

Dalam penyajian data, peneliti memaparkan hasil penelitian yang diperoleh. Hasil penelitian tersebut terdiri dari data dan fakta yang telah didapatkan oleh peneliti selama meneliti di Masjid Al-Irsyad Surabaya. Data-data tersebut didapatkan melalui wawancara dan dokumentasi di Masjid Al-Irsyad Surabaya. Peneliti melakukan wawancara dengan 2 narasumber yang mana Ta'mir masjid dan Humas atau Hubungan Masyarakat yang juga admin media sosial. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, diperoleh data sebagai berikut:

1. Penerapan Peran Humas Dalam Publikasi Informasi dan Promosi Program Kegiatan Keagamaan

Disetiap kelembagaan pasti terdapat humas yang membantu memakmurkan lembaga tersebut. Dengan adanya humas dan hnb penerapan perannya yang sesuai dengan jobdesk yang diterima maka akan semakin maju juga lembaga tersebut. Khususnya, lembaga keagamaan seperti

Masjid Al-Irsya yang menggunakan humas atau hubungan masyarakat sebagai alat untuk publikasi dan promosi. Dengan melakukan publikasi maka jamaah dapat mengetahui berita atau informasi tersebut di berbagai media karena adanya humas ini yang memudahkan untuk jamaah dalam mencari informasi-informasi yang dicari. Seperti kegiatan dan program keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya.

Program keagamaan yang di adakan oleh Masjid Al-Irsyad dilakukan secara rutin. Yang mana, jamaah akan dengan mudah mengetahui informasi tentang kajian yang akan diadakan apabila memfollow semua akun Masjid Al-Irsyad. Khususnya media sosial Instagram yang setiap hari memposting selain informasi kajian. Akan tetapi, mengunggah resume atau rangkuman dari ceramah ustadz yang mengisi kajian tersebut.

Humas dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam melakukan pekerjaannya, memberikan pandangan yang baik atau citra baik kepada masyarakat atau jamaah agar masyarakat menaruh kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Karena kepercayaan masyarakat atau jamaah dapat menjadikan humas termasuk salah satu yang paling penting untuk masjid. Tidak ada humas dan ta'mir lainnya yang mengatur manajemen masjid maka masjid Al-Irsyad tidak dapat berfungsi dengan baik. Selain hanya menjadi tempat singgah ibadah sholat saja. Berbeda jika manajemen masjid diatur dengan baik maka akan semakin maju masjid Al-Irsyad.

Dengan apa yang dilakukan oleh Admin media Masjid A-l-Irsyad seperti mempublikasi flyer dengan di jam yang konsisten setiap harinya. Serta, membuat tampilan feed instagram yang rapi dan mempublikasinya di facebook juga. Dan juga Admin media whatsapp yang menyebarkan pamflet secara *blasting* di jam-jam sebelum diadakannya kajian rutin di bulan ramadhan. Berikut ini hasil dari wawancara dengan beberapa narasumber mengenai seberapa penting peran humas bagi Masjid Al-Irsyad Surabaya.

a. Peran Humas dalam Publikasi dan Promosi Kegiatan Keagamaan

“.....Dalam perannya itu sendiri sangat amat penting karena sangat membantu dalam memakmurkan masjid. Dalam artian humas itu seperti benda berharga bagi masjid Al-Irsyad. Karena jika tidak ada humas atau biasa kita bilang itu admin media karena sangat membantu ya jadi bagi kami humas itu penting. Apalagi perannya....” (N1)

“.....sebenarnya di masjid al-irsyad sebagai operatornya, yaitu operator kajian atau termasuk yang pegang akun instagram yang berbau operasional teknis di masjid Al-Irsyad karena masih ada atasan saya lagi sebagai koordinator nya saya membantu cangkupan dakwah dang mengenalkan masjid al-irsyad Surabaya dan menjadi penunjang ekonomi dan lain-lain yang membantu itu media karena membantu publikasinya ya untuk operasional teknis dan operasional dakwah....” (N2)

“.....Untuk peran ataupun fungsi humas itu sendiri bagi saya sangat penting ya mba, karena jika tidak ada humas kegiatan yang diadakan tidak dapat berjalan dengan baik, selain humas itu tugasnya mempublikasi informasi akan tetapi juga mengelola media-media yang dimiliki oleh Masjid Al-Irsyad. Selain itu banyak juga program yang diadakan, terlebih ada kajian ramadhan yang diadakan setiap hari pada saat bulan puasa. Untuk yang kajian ramadhan ini kita sifatnya privasi ya. Jadi ada biaya untuk bisa mengikuti kajian tersebut dan mendaftar melalui link yang ada di bio instagram. Apalagi pada saat divisi humas ini dibentuk jumlah jamaah yang tadinya hanya sekedar singgah untuk sholat tapi saat ini semakin banyak yang mengetahui jika Masjid Al-Irsyad terdapat banyak program kegiatan keagamaan yang bisa diikuti oleh masyarakat umum. Selain itu juga kami menerima infaq dan zakat untuk masyarakat yang ingin. Programnya ada banyak ya mba. Seperti ada kajian muslimah ibu-ibu yang setiap hari kamis diadakan di studio secara live dan juga melalui zoom meeting. Selain itu kami ada 2 admin yang mana, satu memegang media whatsapp sedangkan satunya lagi yaitu bang husein memegang semua media yang mana kami sama-mempublikasi atau menyebar pamflet. Untuk saya sendiri admin whatsapp saya memblasting flyer yang akan

digunakan untuk kajian-kajian yang diadakan....” (N3, 6 Maret 2023)

Berdasarkan keterangan wawancara yang dilakukan dengan narasumber 1, narasumber 2, dan narasumber 3 dapat diketahui bahwasannya fungsi atau peran humas atau hubungan masyarakat yang dimiliki oleh masjid Al-Irsyad amat penting. Karena, dari segi publikasi, promosi, menyusun waktu untuk kegiatan dan mengatur jam-jam kapan informasi tersebut di publikasi ke media-media yang dimiliki oleh masjid Al-Irsyad. Selain itu, humas masjid Al-Irsyad bertanggung jawab dalam berhubungan secara langsung kepada masyarakat umum.

Narasumber 1 atau ketua Ta'mir Masjid Al-Irsyad Surabaya menjelaskan bahwasannya humas sangat membantu sebagai penanggung jawab dalam publikasi kajian-kajian yang ada di masjid Al-Irsyad Surabaya. Dan melakukan tugasnya sesuai dengan fungsi humas yaitu bertanggung jawab terhadap tugasnya sebagai pem-publikasi flyer-flyer yang di publikasikan di media sosial milik masjid Al-Irsyad. Sedangkan narasumber 2 menyebutkan sebagai operator media yang bertugas publikasi serta mengenalkan kepada masyarakat tentang masjid Al-Irsyad. Dengan ini narasumber kedua yaitu sebagai admin media sosial menerapkan fungsi hubungan masyarakat

yang mana telah menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi melalui tulisan dan gambar kepada public yang di publikasi atau di unggah di media sosial yang di miliki. Lalu Narasumber ke 3 yaitu admin media Whatsapp yang mana tugasnya untuk memegang whatsapp dan membalas pesan-pesan dari para jamaah yang bertanya perihal tentang masjid maupun kegiatan-kegiatan masjid yang diadakan. Serta mempromosikan atau menyebarkan secara blasting flyer-flyer kepada jamaah yang sudah berkontak dengan Whatsapp masjid Al-Irsyad.

b. Membuat Program Kegiatan Keagamaan Masjid Al-Irsyad Surabaya

“.....kita ada kajian umum yang diadakan seminggu sekali, ada kajian ramadhan, lalu kita juga mengadakan shiroh challenge untuk meramaikan instagram yang siapapun boleh ikut, serta kita ada kajian atau kultum setelah tarawih.....” N2

“.....program kajian keagamaan untuk sekarang dibulan ramadhan ada yang namanya kajian ramadhan, jadi kajian tersebut di adakan dibulan ramadhan yang sifatnya privasi yaitu daftar dulu menjadi member di kajian tersebut yang diadakan setiap hari pada jam 9 pagi melalui zoom meeting.....” N3

Kegiatan atau program keagamaan yang diadakan tentunya terdapat jamaah yang selalu hadir seperti jamaah tarawih yang setelah tarawih ada kegiatan yaitu kultum tarawih

untuk menambah ilmu dan juga dalam program tersebut ada yang mengetahui informasi kegiatan dari media sosial masjid Al-Irsyad karena setiap diadakannya kultum tarawih selalu dipublikasi terlebih dahulu. Selain itu program kegiatan keagamaan ini tentunya agar fungsi masjid yang biasanya hanya untuk tempat ibadah sholat. Akan tetapi dapat dijadikan sarana untuk mencari ilmu dengan kajian-kajian keagamaan yang diadakan.

c. Membuat Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Keagamaan Masjid Al-Irsyad

“.....dalam pelaksanaannya kita waktunya di letakan pada flyer atau poster yang sudah dipublikasi....”N2

“.....untuk jam-jamnya itu kalau kajian ramadhan jam 8 pagi dan kultum tarawih sekitar abis tarawih....”N3

Dalam pelaksanaan kegiatan keagamaan waktunya fleksibel karena disetiap kajian umum diadakan waktunya pasti berubah ubah dan tidak berpatok kepada waktu kajian-kajian sebelumnya. Seperti gambar flyer dibawah yang mana terdapat jadwal atau jam yang tidak menentu.

masjidalirsyad

HADIRILAH!!
Kajian Shubuh Masjid Al-Irsyad Surabaya

Menggapai **SAKINAH,
MAWADDAH & RAHMAH**
dalam Keluarga

AL-USTADZ SALIM A FILLAH

05 Feb 2023
14 Rajab 1444 H
04.30 WIB s/d SELESAI

Masjid Al-Irsyad
Jl. Sultan Iskandar Muda, No. 46, Surabaya

masjidalirsyad

HADIRILAH
(KAJIAN MUSLIMAH)

Ibu

**ANTARA CINTA
& HARAPAN**

JUM'AT,
27 Januari 2023
05 Rajab 1444 H

PUKUL:
15.30 WIB
s/d SELESAI

Pemateri : Ustadzah EVIE SILFIA ZUBAEDI

Tempat : Studio Masjid Al-Irsyad Surabaya
Jl. Sultan Iskandar Muda No. 46 (disediakan Lift untuk naik ke lantai 2)

Live melalui **zoom**
(Terbatas untuk 100 Peserta)

FREE : [Bit.ly/kajianibu](https://bit.ly/kajianibu)
Info **0822-3345-7711**

2. Media Yang di Gunakan Untuk Publikasi dan Promosi

a. Media Sosial Sebagai Saran Publikasi dan Promosi

“.....Untuk promosi kami menggunakan flyer yang di publikasi melalui media sosial dan media cetak seperti banner, poster-poster yang disebar ke masjid-masjid yang mna dengan cara itu pasti dapat memberikan informasi kepada jamaah yang ada diluar sana jika di masjid ini ada kegiatan keagamaan atau kajian yang akan di adakan.....”N2

“.....Untuk publikasi saya menggunakan Whatsapp blasting yang di sebarakan secara massal di kontak-kontak whatsapp.....”N3

Yang dilakukan oleh kedua narasumber yang mana dalam publikasi dan promosi tersebut termasuk kedalam indikator promosi yang mana hubungan masyarakat dengan publisitasnya yang dilakukan seperti menyebarkan flyer dan poster ke dalam suatu media sosial maupun media cetak. Dalam publisitasnya dengan cara itu humas atau admin media masjid Al-Irsyad dapat meningkatkan jamaahnya karena di era yang semakin canggih ini semua dapat mengakses dengan cepat dan mudah.



masjidalirsyad

Qiyamul Lail
Ramadhan 1444 H (Masjid Al-Irsyad Surabaya)

1. **Imam Al-Ustadz Masyhuda**
Surat yang dibaca:
لقمان - السجدة - الأحزاب : ٣٤
Luqman - As Sajdah - Al Ahzab: 34

2. **Imam Azy-Syakh Utsman Sholeh Al-Makky**
Surat yang dibaca:
الأحزاب : ٣٥ - سبأ : ٥٤
Al Ahzab: 35 - Saba: 54

Malam ke **22**

Sholat dimulai
Pkl. 24.00 WIB

b. Media Cetak Sebagai Sarana Publikasi Informasi

“....kita juga menggunakan media cetak untuk dipasang di tempat yang ramai. Seperti, di depan masjid, undakan-undakan jalan raya serta ditaraoh di ampel juga, selain itu sebar poster ke masjid-masjid.....” N2

Narasumber kedua menyebutkan bahwasannya selain media sosial yang digunakan dalam publikasi, media cetak juga berperan dalam hal publikasi. Sebagaimana penempatan yang dilakukan oleh pihak humas banner diletakkan di area yang strategis agar masyarakat dapat melihatnya dan dapat dijadikan *reminder*.

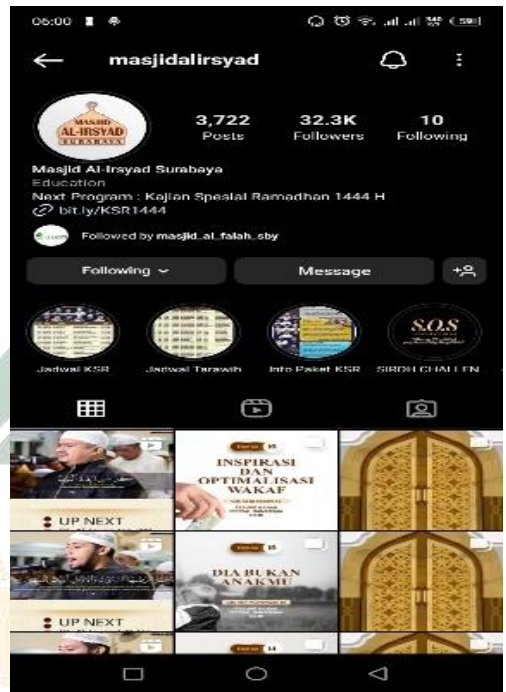
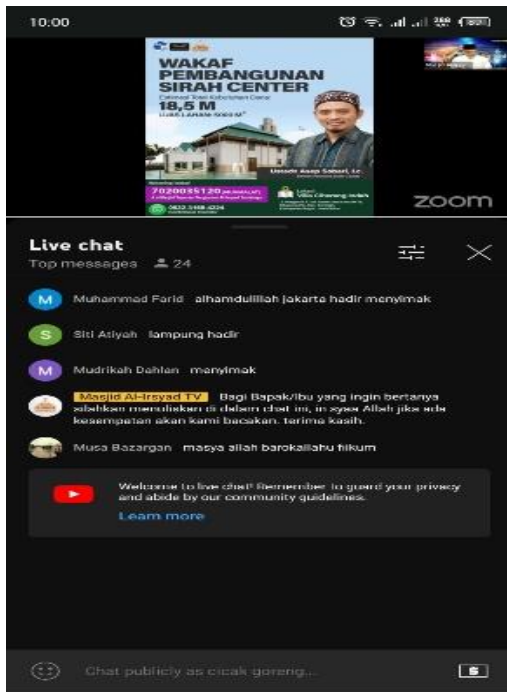
c. Media yang Paling Berperan untuk Publikasi

“....untuk media sosial yang lebih berperan instagram....” N1, N2, N3.

Ketiga narasumber memiliki jawaban yang sama yang mana menjawab tentang media sosial Instagram lah yang paling berperan dalam publikasi dan informasi serta untuk promosi kajian keagamaan agar banyak jamaah yang dating dan join dalam live yang kadangkala di adakan melalui saluran youtube secara gratis. Secara garis besar pun instagram memiliki power yang kuat karena di lihat dari jumlah follower masjid Al-Irsyad yang mencapai 30.000 followers yang mana jumlah tersebut bisa bertambah dari waktu ke waktu. Dalam instagramnya pun tersusun feed postingan yang rapi yang mana ini menjadi poin plus bagi media sosial Masjid Al-Irsyad. Disamping itu pada media sosial Instagram ini

terdapat potongan-potongan video reels kajian keagamaan yang di unggah, dan hal tersebut membuat jamaah akan merasa tertarik dengan kajian yang diadakan.

Admin media pun secara konsisten dalam mengunggah postingan yang tidak hanya sebuah informasi saja. Akan tetapi, mengunggah resume kajian dalam bentuk foto dengan bahasa yang mudah dipahami untuk jamaah yang tidak sempat untuk mengikuti kajian yang berlangsung. Selain itu banyak jamaah yang mendapatkan info tentang kajian keagamaan ini melalui Instagram. Dan media sosial ini sangat membantu bagi jamaah yang mana selalu mencari info-info yang terkait melalui media sosial. Media sosial memiliki peran penting untuk publikasi dan informasi. Selain itu dengan humas atau PR yang berkompeten atau yang ahli sesuai bidangnya juga merupakan suatu nilai plus bagi sebuah kelembagaan. Karena, membantu dalam publikasi dan promosi kegiatan yang ada di masjid.



C. Analisis Data

Data yang telah didapatkan dan disajikan maka akan di analisis dengan menggunakan teori yang relevan. Maka dari itu, berikut hasil analisis data terkait peran hubungan masyarakat dalam meningkatkan publikasi informasi dan promosi program kegiatan keagamaan dan media yang berperan dalam publikasi serta peningkatan jamaah yang datang.

1. Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Publikasi Informasi Dan Promosi Program Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad

Peran hubungan masyarakat bagi sebuah lembaga amat penting karena bertujuan untuk menjadi komunikasi antara lembaga dengan publiknya. Karena, humas ini berfungsi untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara dan membina hubungan baik dengan masyarakat agar mendapatkan citra yang positif dari masyarakat untuk lembaga. Dalam hal ini strategi hubungan masyarakat memiliki cakupan yang luas dan bermanfaat untuk jangka panjang kedepannya bagi lembaga. Selain itu hubungan masyarakat juga merupakan bagian internal dari suatu lembaga yang mana hubungan masyarakat merupakan bagian dari fungsi manajemen modern yang bersifat melekat pada manajemen organisasi. Dengan tujuan menciptakan serta memelihara sikap saling pengertian, saling mempercayai, saling menciptakan *goodwill*, memperoleh dukungan dari public dan terciptanya organisasi yang positif.⁶⁰

a. Peran Hubungan Masyarakat

Untuk menerapkan peran hubungan masyarakat, divisi humas Masjid Al-Irsyad Surabaya perlu adanya kemampuan dalam berkomunikasi dengan jamaah, kemampuan dalam kepemimpinan, kemampuan yang pandai bergaul, berkepribadian yang jujur dan memiliki banyak ide dan kreatifitas. Dalam poin adanya kemampuan berkomunikasi bahwasannya

⁶⁰ Wayan Sapada, "Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi," *Communicare* 1 (2020).

humas menjadi satu dengan operator media yang mana jamaah bisa langsung bertanya perihal kegiatan-kegiatan yang ada di Masjid Al-Irsyad dengan melalui *contact person* yang tertera di flyer-flyer kegiatan keagamaan. Dan dalam kemampuan kepemimpinan pihak humas Masjid Al-Irsyad yang sekaligus koordinator media memimpin jalannya kegiatan kajian yang diadakan dengan mengatur jadwal kegiatan, mengatur jamaah yang ada di studio kajian maupun di dalam masjid dan pastinya mengatur alat-alat rekam yang digunakan untuk live di sosial media masjid Al-Irsyad. Selain itu dalam memiliki ide dan kreatifitas pihak humas Masjid Al-Irsyad menggunakan kemampuan dalam editing video maupun poster yang mana bahan tersebut untuk diunggah ke laman instagram dan facebook masjid Al-Irsyad.

Membuat program kegiatan keagamaan secara rutin dengan terjadwal. Seperti kajian muslimah, kajian subuh, kajian ramadhan serta membuat shiroh challenge yang diunggah di story instagram. selain itu mengunggah potongan-potongan kajian dakwah ustadz-ustadz selama satu menit dan diunggah di reels instagram.

b. Sebagai *Communicators*

Humas masjid Al-Irsyad dikatakan sebagai *communicator* dalam peran humas ketika menyampaikan sebuah informasi mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan. Seperti halnya menyampaikan dalam bentuk postingan yang

ada dimedia sosial dan pemasangan banner dalam media cetak.

c. *Relationship*

Dalam hubungan yang diciptakan oleh humas masjid Al-Irsyad. Terdapat sebuah *challenge* yang mana *challenge* tersebut dapat menciptakan sebuah hubungan yang terjalin antara humas dengan masyarakatnya. Serta terdapat kegiatan keagamaan yang dapat diikuti oleh masyarakat umum. Dengan ini dapat diartikan bentuk dari dukungan masyarakat kepada masjid Al-Irsyad atas partisipasinya mengikuti kegiatan yang telah diadakan.

d. *Back Up Management*

Selain itu peran humas melakukan promosi dalam bentuk penyebaran flyer dan membagikan brosur berupa kegiatan yang akan diadakan, serta membuat program kegiatan keagamaan seperti kajian rutin, shiroh challenge.

2. Media Publikasi Yang Digunakan

Media sosial maupun media cetak keduanya sama-sama menguntungkan. Akan tetapi, terdapat hambatan dan keuntungan di kedua-duanya. Yang mana, dalam media sosial semua bisa teratasi berpromosi tanpa perlu tambahan biaya sedangkan media cetak ada biaya tersendiri. Seperti, media sosial hanya mengunggah atau mengupload flyer atau poster informasi kajian keagamaan tanpa perlu mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Berbanding terbalik dengan media cetak yang mana, media cetak ini memerlukan biaya tambahan untuk cetak banner

dan poster yang akan dibagikan. Humas Masjid Al-Irsyad menyebutkan bahwasannya lebih menguntungkan memakai media sosial ketimbang media cetak, karena jangkauannya sangat luas. Sedangkan, media cetak perlu diletakkan ditempat yang ramai dan banyak orang di dalam satu tempat tersebut. Dan biasanya pihak humas meletakkan banner di depan masjid, di Ampel, dan juga menyebarkan poster-poster ke masjid-masjid sekitar.

- a. Publikasi Melalui Media Sosial dan Media Cetak
Dalam mempublikasi serta promosi yang berkelanjutan, perlu adanya sesuatu yang dipublikasikan secara konsisten dan tanggapan dari pihak lembaga dengan baik. Karena peran dari humas pun membangun citra baik yang mana sebagai *communicator* yaitu sebagai penengah antara lembaga dengan masyarakatnya. seperti halnya yang terdapat di media sosial maupun cetak yang dilakukan untuk mempublikasi dan promosi. Selain informasi kajian, pihak humas pun mengunggah kata-kata mutiara dan potongan nasihat dalam bentuk video setiap harinya. Serta banyaknya respon positif dari masyarakat terhadap masjid Al-Irsyad.
- b. Media Sosial Sebagai Sarana Jamaah Mencari Informasi
Jamaah banyak yang datang apabila promosi yang dilakukan di suatu media yang mana media tersebut digunakan oleh banyak orang. Seperti

media sosial dan menjawab pertanyaan-pertanyaan jamaah apabila masih kurang yakin atau kurangnya informasi yang lengkap di poster. Dan bisa langsung menanyakan informasi secara detail dengan *contact person* yang tertera. Jamaah lebih mengetahui informasi melalui media sosial instagram karena sudah memfollow akun Masjid Al-Irsyad maupun dapat informasi dari teman yang memfollow akun instagram Masjid.

c. Media Sosial Sebagai Sarana Publikasi dan Promosi

Berkat media sosial instagram dan fitur-fitur yang ada di instagram yang makin maju, seperti halnya fitur reels yang mana fitur ini penyebarannya yang luas dan cepat. Dalam kasus ini humas masjid membuat sebuah konten yang mana namanya one minute reels yang isinya berisi kajian ustadz nasional yang akan diundang di masjid Al-Irsyad Surabaya untuk mengisi acara kajian keagamaan. Yang mana video reels ini sebagai bentuk bahan pancingan terhadap jamaah agar tertarik dan datang ke kajian yang diadakan. Selain instagram terdapat juga facebook dan whatsapp. Yang mana facebook tersambung dengan media sosial instagram maka dari itu apabila mengunggah flyer di instagram maka di facebook juga akan muncul. Selain itu media sosial whatsapp digunakan untuk menyebarkan flyer maupun pamflet melalui whatsapp blasting yang mana, hanya sekali kirim langsung ke kirim kesemua

kontak yang tersimpan. Seperti halnya pada saat kajian ramadhan humas menggunakan whatapp blasting untuk mengirim flyer, jadwal kajian serta link zoom maupun youtube yang dapat diakses.

d. Media cetak sebagai sarana publikasi dan promosi

Media cetak yang digunakan oleh pihak humas Masjid Al-Irsyad ialah banner, poster dan brosur. Pada publikasinya media cetak memerlukan tempat yang strategis agar dapat dilihat oleh masyarakat yang lewat. Seperti halnya memasang banner di daerah sekitar makam Sunan Ampel yang mana tempat tersebut selalu ramai dan masyarakat atau jamaah akan melihat banner tersebut. Lalu menyebarkan brosur kepada masjid-masjid maupun mushollah lainnya agar takmir masjid lainnya dapat menginfokan kepada jamaahnya terkait kegiatan yang akan dilaksanakan di masjid Al-Irsyad dan memasang brosur di masing-masing masjid dekat pintu masjid.

3. Hubungan Masyarakat dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif islam komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia karena disetiap langkahnya selalu komunikasi antar sesama. Komunikasi yang dimaksud adalah bagaimana kita beretika dan berakhlakul karimah. Yang mana, komunikasi ini bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits. Komunikasi yang menimbulkan kebaikan baik untuk diri sendiri

maupun untuk orang lain, sebagaimana ungkapan “Keselamatan seseorang terletak dalam menjaga lisan”.

Dalam hal ini Masjid Al-Irsyad memberikan komunikasi yang mana diantara komunikasi tersebut pihak humasnya memberikan kajian keagamaan yang bermanfaat untuk semua orang. Dan komunikasi ini sangat berpengaruh dalam kelanjutan hidup manusia sebagai hamba, anggota masyarakat, anggota keluarga dan manusia sebagai satu kesatuan yang universal. dalam komunikasi islam proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam islam

Al-Qur'an dan hadits memberikan panduan terhadap komunikasi yang baik dan efektif yang mana dapat diiditilahkan dengan kaidah, prinsip dan etika komunikasi dalam perspektif islam dalam melakukan komunikasi, baik secara komunikasi interpersonal sehari-hari, berdakwah secara lisan maupun tulisan dan dalam aktivitas berorganisasi ;ainnya. Dalam komunikasi islam ada beberapa kategori sebagai kaidah, prinsip dan etika komunikasi islam, sebagai berikut:

- a. *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar dan jujur)
“ dan hendaklah takut kepada Allah, yang seandainya orang-orang dibelakang mereka adalah anak-anak yang lemah, yang mereka khawatirkan terhadap kesejahteraan mereka. Oleh sebab itu, hendaklah bertakwa kepada

Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. Q.S An-Nisa ayat 9

Dalam hal ini Masjid Al-Irsyad memberikan informasi terkait flyer yang diunggah melalui media sosial dengan benar dan dapat dipercaya.

- b. *Qualan Baligha* (tepat sasaran, komunikatif, to the point, mudah dimengerti)

“merekamitu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang didalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka dan berilah mereka pelajaran dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka” Q.S An-Nisa ayat 63

Dari arti ayat diatas yang mana Allah memerintahkan bahwasannya komunikasi yang sebagai contoh pada masjid Al-Irsyad pihak humas memberikan kajian rutin di setiap minggunya dan setiap hari pada saat bulan ramadhan. Dalam isinya komunikasi yang dilakukan dengan baik dan mudah dimengerti.

Seperti halnya dibeberapa postingan yang ada di Instagram seperti video reel serta rangkuman kajian di tulis secara singkat dan jelas, serta mudah dipahami oleh jamaah. Dengan itu komunikasi yang mana perkataan yang membekas pada jiwa jamaah dapat mengikuti kajian keagamaan yang di selenggarakan oleh Masjid Al-Irsyad secara gratis.

- c. *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang baik)

“hai istri-istri nabi, kamu sekalian tidaklah seperti wanita yang lain jika kamu bertakwa. Maka janganlah kamu tunduk dalam berbicara

sehingga berkeinginan orang yang ada penyakit dalam hatinya dan ucapkanlah perkataan yang baik” Q,S Al-Ahzab ayat 32

Dalam hal ini admin media mengungkapkan dalam tulisan di instagram yang lebih tepatnya di instastory Masjid Al-Irsyad sebelum memberikan *announcement* atau pengumuman di awalai dengan ucapan salam, syukur, topik pembahasan secara singkat memberikan kata ucapan terimakasih atas nama Takmir Masjid Al-Irsyad dan memberikan doa kepada jamaah yang mengikuti kajian tersebut.



- d. *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia)
“dan tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan

hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang diantara keduanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia” Q.S Al-Isra ayat 23

e. *Qaulan Layyinan* (perkataan yang lembut)

“pergilah kamu berdua kepada fir’aun sesungguhnya dia telah melampaui batas. Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat dan takut” Q.S Thaha ayat 43-44

Ayat diatas menggambarkan komunikasi islam semaksimal mungkin dihindari dengan kata-kata yang kasar suara yang keras dan tinggi. Allah melarang hambanya bersikap keras dalam berdakwah, karena kekerasan akan mengakibatkan dakwah tidak akan berhasil.

f. *Qaulan Masyura* (perkataan yang ringan)

“dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari tuhan mu yang kamu harapkan maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas” Q.S Al-Isra ayat 28.⁶¹

⁶¹ Afiful Ikhwan, “Penerapan Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Dalam Perspektif Islam,” *Al-hayat* 02 (2018).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan analisis data, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Peran Hubungan Masyarakat Masjid Al Irsyad Surabaya

Humas atau Hubungan Masyarakat memiliki peran tersendiri bagi sebuah kelembagaan seperti masjid Al-Irsyad Surabaya. Peran yang dilakukan seperti mengunggah atau mengupload flyer kegiatan keagamaan secara online melalui laman instagram maupun facebook, mendokumentasikan kegiatan tersebut dan di unggah ke media sosial masjid sebagai bahan untuk memajukan dan media sosial masjid. Dalam publikasi informasi dan promosi program kegiatan keagamaan di masjid Al-Irsyad Surabaya, humas masjid memiliki peran yang sangat penting. Karena, tanpa adanya humas maka kegiatan masjid tidak akan berjalan dengan lancar. Hal ini dibuktikan oleh humas masjid Al-Irsyad yang memimpin keberlangsungan kegiatan dari menyiapkan banner, studio untuk live dan mengunggah informasi melalui jejaring sosial. Selain mengunggah informasi yang berkaitan dengan

kegiatan keagamaan yang diadakan. Humas Masjid Al-Irsyad juga membuat program kegiatan seperti membuat siroh challebg, one minute vidio kajian keagamaan di reel instagram, kajian musliman, kajian rutin sehabis shubuh, kajian ramadhan yang dilakukan pada saat bulan ramadhan.

2. Media Online dan Media Cetak untuk Publikasi Informasi dan Promosi Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Irsyad Surabaya

Media sosial yang digunakan pada saat publikasi dan promosi kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh humas Masjid Al-Irsyad ialah instagram, facebook, youtube dan whatsapp. Sedangkan, media cetak menggunakan banner yang dipasang di sekitaran masjid dan tempat yang ramai serta penyebaran brosur-brosur di masjid-masjid sebagai bentuk promosi agar banyak yang minat. Serta strategi yang digunakan seperti mengunggah potongan-potongan ceramah ustadz yang diundang dalam kajian akbar untuk memancing para jamaah agar berkunjung ke media sosial masjid. Pada saat jamaah yang berkunjung ke media sosialnya khususnya media sosial instagram. Maka, jamaah tersebut bisa melihat poster atau flyer yang diunggah. Bahwasannya, ada beberapa kajian rutinan dan kajian akbar yang akan diselenggarakan di masjid Al-Irsyad. Media yang paling berperan ketika diadakannya

kegiatan kajian keagamaan ialah instagram. Karena, penyebarannya yang luas dan siapapun dapat mengaksesnya serta dapat di share dari satu akun keakun lainnya. Yang otomatis ketika pengguna instagram dapat saling memberikan info tentang kajian di masjid Al-Irsyad dan akan bertambah pula jamaah yang datang di kajian tersebut secara offline maupun online.

B. Saran dan Rekomendasi

Setelah melihat hasil penelitian diatas, berikut saran dan rekomendasi dari peneliti terhadap Masjid Al-Irsyad Surabaya dan peneliti selanjutnya:

1. Masjid Al-Irsyad

Program kegiatan keagamaan yang diadakan lumayan banyak dan memiliki program kajian ramadhan. Yang mana, kajian tersebut diadakan secara rutin sampai ramadhan selesai. Namun perlu adanya website untuk masjid Al-Irsyad karena dapat diisi dengan sejarah, profil, struktur organisasi, transparansi keuangan masjid serta *contact person* yang tertera. Agar memudahkan penelitian selajutnya dalam mengkaji lebih dalam tentang Masjid Al-irsyad.

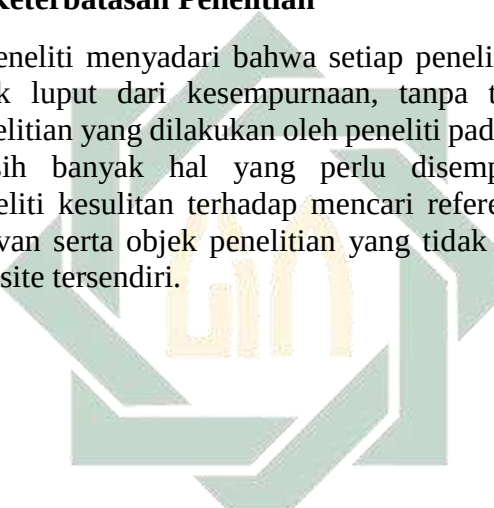
2. Peneliti Selanjutnya

Saran dari peneliti untuk penelitin selanjutnya adalah untuk melakukan penelitian yang lebih spesifik tentang *public relation* dan strategi promosi yang dilakukan

oleh Masjid Al-Irsyad. Selain itu, diharapkan peneliti selanjutnya untuk mencari data dan referensi secara detail agar lebih mendalam hasil penelitiannya

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa setiap penelitian pasti tidak luput dari kesempurnaan, tanpa terkecuali penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada saat ini. Masih banyak hal yang perlu disempurnakan. Peneliti kesulitan terhadap mencari referensi yang relevan serta objek penelitian yang tidak memiliki website tersendiri.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Fitri, Gitta Rowindi, and Syahrul Mubaroq. "Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan." *Dinamisia* 6 (2022). journal.unilak.ac.id.
- Amanda, Luthfia, and Achmad Supriyanto. "Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi." *Manajemen Pendidikan* 13 (2022).
- Andhara, Rila Suci. "Peran Humas Dalam Mempublikasikan Pemerintah Melalui Media Sosial Facebook Di Sekretariat Daerah Kabupaten Kamper." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2019.
- Andhita, Sari. *Dasar Dasar Public Relations Teori Dan Praktik*. Pertama. Yogyakarta: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2017.
- Anggraini, Citra, and Yugih Setyanto. "Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana." *Prologia* 3 (2019).
- Antoko, Endang Tri, Wulan Heni Sistati, and Dewi Karlina. "Media Cetak, Media Gambar Dan Media Digital Dalam Pembelajaran Di Sekolah Dasar." In *Teori Dan Pengembangan Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital Di Sekolah Dasar*, edited by Banun Hanifah. 1st ed. Sleman: Deepublish, 2022.

- Arlianti, Devi Novita. *Media Bagai Belati Bermata Dua*. Malang: Intrans Publishing Group, 2020.
- Atiyah, Oemi. "Profesionalisme Kehumasan." *Komunika* 10 (2007): 37.
- Bahri, Samsul. "Urgensi Publik Relation Dalam Pelaksanaan Dakwah." *Al-Ashlah* 3 (2019).
- Bashori, Wkhhid. *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan*. 1st ed. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2021.
- Desanta, Asmi. "Komunikasi Dalam Kegiatan Public Relations." *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi* 46 (2016).
- Firsan Nova. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Grasindo, 2009.
- Fitrah, Muh., and Luthfiyah. *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak, 2017.
- Gerung, Jumarting. *Media Sosial Dalam Digital Marketing Kesehatan*. Guepedia, 2021.
- Hakim, Muhammad Nur. "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)." *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 1 (2019): 121–139.
- Hasna Safira, Irwansyah. "Electronic Word Of Mouth Sebagai Strategi Punlic Relation Di Era Digital." *Interaksi Jurnal Ilmu Komunikasi* 08 (2019).

- <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi>.
- Herlina, Sisilia. “Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang” 4, no. 3 (2015): 493. www.publikasi.unitri.ac.id.
- Ikhwan, Afiful. “Penerapan Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Dalam Perspektif Islam.” *Al-hayat* 02 (2018).
- Kamarudin. *Ensiklopedia Manajemen*. 1st ed. Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi, 1994.
- Khoiri, Achmad Fathul, and Rety Palupi. “Pemanfaatan Media Sosial Kotamadya Jakarta Utara Sebagai Media Publikasi Kepada Publik Eksternal.” *Syntax Idea* 1 (2019).
- Kriyantono, Rachmat. *Best Practice Humas*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2021.
- . *Public Relation Writing*. 3rd ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Limbong, Tonni, Aldo Alfredo, and Josuha Masdon Manik. *Desain Grafiis Dan Praktek Dengan CorelDRAWX7*. Pertama. Cattleya Darmaya Fortuna, 2022.
- Lubis, Evawani Elysa. “Peran Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah.” *Jurnal Ilmu Administrasi Negara* 12, no. 1 (2012): 51–60.
- Luqman, Yanuar. “Peran Dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Di Semarang.” *Jurnal Interaksi* 2

(2013).

———. “Peran Dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri Di Semarang.” *Jurnal Interaksi, Ilmu Komunikasi UNDIP* 2, no. 1 (2013): 1–10.

Luthfia Amanda. “Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi.” *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13, no. 1 (2022): 1–5.

Mahfuzhah, Hannah, and Anshari. “Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan.” *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2 (2018).

Mahfuzhah, Hannah, and Anshari Anshari. “Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan.” *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 137–149.

Morissan. *Manajemen Public Relations “Strategi Menjadi Humas Profesional.”* 1st ed. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Nurahmadhany, Muhammad Ilham. “Keajaiban Media Sosial.” In *Literasi Media Dan Peradaban Masyarakat*. 1st ed. Malang: Intrans Publishing Group, 2020.

Nurhalimah, Siti. *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Permini, Ni Luh Putu Ening, and I Made Wahyu Kusuma Atmaja. “Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten

Bandung.” *Moderat* (20282).

Pribadi, Benny A. *Media Dan Teknologi Dalam Pembelajaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017.

Purwidianoro, Moch Hari, Dany Fajar Kristanto, and Widiyanto Hadi. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM).” *AMIK Cipta Darma Surakarta* 1, no. 1 (2016): 30–39.
<http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>.

Sapada, Wayan. “Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi.” *Communicare* 1 (2020).

Sari, A. Anditha. *Dasar Dasar Public Relation*. 1st ed. Sleman: Penerbit Deepublish (Grup Penerbitan CV Budi Utama), 2017.

Sari, Luthfia Amanda, and Achmad Supriyanto. “Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi Dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi.” *Jurnal Manajemen Pendidikan* 13 (2022): 4.

Sari, Wina Puspita, and Asep Soegiarto. “Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan.” *Commicology* 7 (2019).

Sazali, Hasan, and Ainun Sukriah. “Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan.”

Ilmu Komunikasi 10 (2021).

Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Matrik* 16, no. 1 (2014).

Thoha, Ahmad Faiz Khudlari. "Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Program Masjid (Studi Kasus Masjid Ar-Rahmah Surabaya)." *Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 3, no. 2 (2020): 93.

Toth, Elizabeth L. *Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2009.

Trisnawati, Chatarina Catur Ani. *Whatsapp Dan Pembelajaran Bahasa Inggris*. Edited by M. Hidayat, Miskadi, and Yogi Setiawan. Lombok: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia, 2021.

Welta, Fretty. "Perancangan Social Networking." *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)* 5 (2013): 8–9.

Yasa, Ni Nyoman Kerti, I Gusti Ayu Dewi Adnyani, and Putu Laksmi Dewi Rahmayanti. *Peran Adopsi Media Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja BISNIS*. 1st ed. Cilacap: Media Pustaka Indo, 2023.

Yuristhiadhi, Ghifari, and Shintya Dewi Lupita Sari. "Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara." *Ettisal* 2 (2017).
ejournal.unida.gontor.ac.id.