

**STRATEGI HUMAS YAYASAN HAJI
MUHAMMAD CHENG HOO INDONESIA DALAM
MEMBANGUN CITRA LEMBAGA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Oleh :

BAGUS KUNTO PRASISTYO

(B06206033)

Dosen Pembimbing

Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si

NIP. 197301141999032004

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2010**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Bagus Kunto Prasistyo ini telah diperiksa dan disetujui
untuk diujikan

Surabaya, 07 Juli 2010

Dosen pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'N.H.S.', written in a cursive style.

Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si

NIP. 197301141999032004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Bagus Kunto Prasistyo ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 07 Juli 2010

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah
Dekan,



Dr. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Ketua,

Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si
NIP. 197301141999032004

Sekretaris,

Wahyu Ilaihi, MA
NIP. 197804022008012026

Penguji I,

Dr. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji II,

M. Choirul Arief, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

ABSTRAK

Bagus Kunto Prasistyo, NIM B06206033, 2010. Strategi Humas Yayasan haji Muhammad Cheng Hoo Indonesia Dalam Membangun Citra Lembaga. Skripsi Program Studi ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Strategi, Humas, Citra

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu : Bagaimana strategi humas YHMCHI dalam membangun citra lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi humas YHMCHI dalam membangun citra lembaga dan memahami strategi humas tersebut berdasarkan teori komunikasi “AIDDA”.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, penelitian ini digunakan metode deskriptif dan jenis penelitiannya kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai strategi humas kemudian data tersebut di analisis secara kritis dengan teori komunikasi “AIDDA”, sehingga diperoleh makna yang mendalam tentang strategi humas.

Dari hasil penelitian ditemukan : Strategi humas YHMCHI dalam membangun citra lembaga adalah *Strategy Human Relations*. Strategi ini meliputi sosialisasi muslim Tionghoa kepada masyarakat atau khalayak melalui pengajian rutin dan pengajian umum. Penyambutan para tamu – tamu, baik tamu dalam negeri maupun luar negeri dengan memberikan penjelasan singkat tentang YHMCHI, memberikan kesempatan kepada para tamu – tamu untuk bertanya lebih dalam tentang YHMCHI serta menemani tamu jalan – jalan berkeliling area YHMCHI karena mempunyai banyak fasilitas – fasilitas umum seperti kantin, akupuntur, tempat olahraga basket dan bulu tangkis selain itu yang paling utama adalah masjid Muhammad Cheng Hoo Indonesia. *Strategy Stakeholder Relations* adalah menjalin kerjasama dengan semua instansi membangun citra positif pasti dibutuhkan dukungan pihak lain begitu pula YHMCHI. Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik ditujukan ke luar maupun ke dalam untuk meningkatkan kerjasama. *Strategy Media Relations* adalah majalah komunitas dengan adanya majalah komunitas yang terbit tiap dua bulan sekali, membantu warga muslim Tionghoa untuk berkomunikasi secara tidak langsung.

Dalam melakukan strateginya untuk memperoleh citra positif di mata masyarakat, diharapkan humas YHMCHI untuk lebih memperhatikan masalah – masalah kecil yang timbul dari dalam terlebih dahulu sehingga bisa terbentuk rasa saling memiliki. Pengadaan acara pengkaderan atau latihan kepemimpinan agar para pengurus lebih mengerti akan kewajiban dan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat. Kemudian melakukan pendekatan yang lebih persuasif kepada seluruh elemen masyarakat, agar warga muslim Tionghoa tidak canggung lagi menunjukkan eksistensi dirinya, serta masyarakat dapat menerima keberadaan etnis Tionghoa khususnya muslim Tionghoa Surabaya. Serta diharapkan agar YHMCHI mengadakan acara yang sesuai dengan kultur warga pribumi supaya dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Konsep	5
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Pustaka	10
1. Strategi	10
2. Humas	11
3. Strategi Humas	20
4. Citra	29
B. Kajian Teoritis	33
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	35
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Sasaran Penelitian	39
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Tahap Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan data	44
F. Teknik Analisis Data	46
G. Teknik Keabsahan Data	47
BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Setting Penelitian	49
B. Penyajian Data	62
1. Deskripsi Informan	63
2. Strategi Humas	65
3. Strategi Operasional	76

C. Analisis Data	82
1. Temuan Penelitian.....	82
2. Konfirmasi Temuan Dengan Teori	83

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN