



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI PT EBAD AL
RAHMAN WISATA TOUR AND TRAVEL HAJI DAN
UMRAH SIDOARJO
SKRIPSI**

Oleh :

Salmah Nabila

NIM : 04020420049

DOSEN PEMBIMBING:

Airlangga Bramayudha, M.M

NIP : 197912142011011005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salmah Nabila

Nim : 04020420049

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan jujur dan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI PT EBAD AL RAHMAN WISATA TOUR AND TRAVEL HAJI DAN UMRAH SIDOARJO** adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karyasaya, dalam skripsi tersebut diberi sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

Surabaya 28 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Salmah Nabila

04020420049

<http://digi.lib.uinsby.ac.id/http://digi.lib.uinsby.ac.id/http://digi.lib.uinsby.ac.id>

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI PT EBAD AL
RAHMAN WISATA TOUR AND TRAVEL HAJI DAN
UMRAH SIDOARJO

SKRIPSI

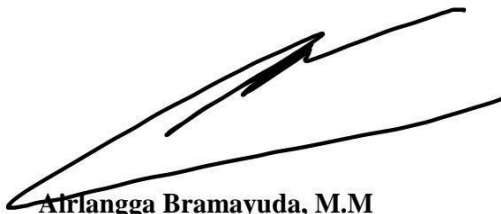
Oleh:

Salmah Nabila
NIM: 04020420049

Telah disetujui untuk di ujikan

Surabaya, 21 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



Airangga Bramayuda, M.M

NIP : 19791214201 101 1005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI


**“STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI PT EBAD AL
RAHMAN WISATA TOUR AND TRAVEL HAJI DAN
UMRAH SIDOARJO”**

SKRIPSI

Diususn Oleh
Salmah Nabila
04020420049

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Strata Satu
Pada tanggal 28 Desember 2023
Tim Penguji


Penguji I


Airlangga Bramayudha, M.M
NIP. 197912142011011005

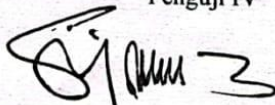
Penguji II


Dr. Achmad Murtafi Harits, Lc., M.Fil.I
NIP. 197003042007011056

Penguji III


Ahmad Khairul Hakim, S. Ag., M. Si
NIP. 197512302003121001

Penguji IV


Drs. Syaifuddin Zuhri, M. Si
NIP. 196610242014111001

Surabaya, 28 Desember 2023

Dekan,



D. Moh. Cholul Hafid, S.Ag. M. Fil.I
NIP. 197107171998031001



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

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 : Salmah Nabila
NIM : 04020420049
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
E-mail address : salmahnabilaok@gmail.com

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 :

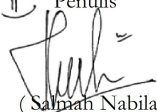
**Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Pt Ebad Al
Rahman Wisata Tour And Travel Haji Dan Umrah Sidoarjo**

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,

Penulis

(Salmah Nabila)

ABSTRAK

Salmah Nabila NIM 04020420049, 2023, Strategi *Public Relations* Dalam Membangun Citra Perusahaan di PT Ebad Al Rahman Wisata Tour *and* Travel Haji dan Umrah Sidoarjo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Strategi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan di PT Ebad Al Rahman Wisata Tour and Travel Haji dan Umroh Sidoarjo dan faktor pendukung serta faktor penghambat terkait penerapan strategi *Public Relations*.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *in – depth interview*, *particiant observation* serta dokumentasi. Teknik validitas yang digunakan adalah triangulasi metode, triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Dan untuk analisis data peneliti menggunakan pendekatan Mils dan Huberman.

Hasil dari penelitian ini adalah PT Ebad Al Rahman Wisata mampu menerapkan Strategi *Public Relations* dalam menmbangun citra perusahaan. pertama untuk menjalankan

perencanaan aktivitas manajemen untuk mencapai tujuan bersama dimana hal tersebut mencakup kepentingan umum dan perusahaan. Kedua, mampu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap Jemaah melalui pendekatan yang baik antara customer service dengan Jemaah. Ketiga, penyampaian informasi produk yang dibutuhkan oleh Jemaah yang selalu disampaikan melalui platform media online yang dimiliki oleh PT Ebad Al Rahman Wisata. Keempat, menjalin hubungan yang harmonis dengan para Jemaah baik yang sudah maupun yang belum berangkat, bagi Jemaah yang sudah berangkat, kritik saran dan pesan akan dijadikan bahan evaluasi selanjutnya. Kelima menjadi fasilitator komunikasi antara Jemaah dengan PT Ebad AL Rahman Wisata sebagai modal *Public Relations* dalam menemukan problem yang akan disampaikan oleh Jemaah.

Sedangkan yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dalam penerapan strategi *Public Relations* dalam membangun citra perusahaan di PT Ebad Al Rahman Wisata Tour and Travel Haji dan Umroh Sidoarjo. Faktor pendukung terdapat lima hal yaitu, Faktor pendukung yang pertama adalah memanfaatkan perkembangan teknologi dalam menerapkan *Public Relations*, terdaftarnya PT Ebad Al Rahman Wisata di

PPIU dan PIHK Kemenag, kemitraan PT Ebad Al Rahman Wisata, dan pimpinan PT Ebad Al Rahman Wisata yang dikenal oleh banyak Jemaah. Faktor penghambat terdapat tiga hal yaitu, faktor penghambat pertama semakin banyaknya pesaing tour travel baru yang hadir dengan merusak harga pasar, faktor penghambat kedua harga paket umrah dan haji plus yang berubah – ubah dan perubahan media massa.

Kata kunci : strategi *Public Relation*, Citra, travel Haji dan Umrah.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Salmah Nabila NIM 04020420049, 2023, Public Relations Strategy in Building Company Image at PT Ebad Al Rahman Wisata Tour and Travel Hajj and Umrah Sidoarjo.

This research aims to determine the application of the Public Relations Strategy in building the company image at PT Ebad Al Rahman Wisata Tour and Travel Hajj and Umrah Sidoarjo and the supporting and inhibiting factors related to the implementation of the Public Relations strategy.

In this research, the researcher used a qualitative research method with a case study type of research. The data collection techniques used were in-depth interviews, participant observation and documentation. The validity techniques used are method triangulation, data source triangulation and theory triangulation. And for data analysis, researchers used the Mils and Huberman approach.

The results of this research are that PT Ebad Al Rahman Wisata is able to implement a Public Relations Strategy in building the company's image. Firstly, to carry out management activity planning to achieve common goals which include public and company interests. Second, being able to provide good service to each congregation through a good

approach between customer service and the congregation. Third, delivering product information needed by the congregation which is always delivered via the online media platform owned by PT Ebad Al Rahman Wisata. Fourth, establishing a harmonious relationship with the congregation, both those who have and those who have not yet departed. For the congregation who have departed, critical suggestions and messages will be used as material for further evaluation. Fifth, be a communication facilitator between the congregation and PT Ebad AL Rahman Wisata as Public Relations capital in finding problems that will be conveyed by the congregation.

Meanwhile, the supporting and inhibiting factors in implementing the Public Relations strategy in building the company image at PT Ebad Al Rahman Wisata Tour and Travel Hajj and Umrah Sidoarjo. There are five supporting factors, namely, the first supporting factor is utilizing technological developments in implementing Public Relations, the registration of PT Ebad Al Rahman Wisata with PPIU and PIHK of the Ministry of Religion, partnership of PT Ebad Al Rahman Wisata, and the leadership of PT Ebad Al Rahman Wisata who is known to many congregants. There are three inhibiting factors, namely, the first inhibiting factor is the

increasing number of new travel tour competitors who are appearing and damaging market prices, the inhibiting factor is the changing prices of Umrah and Hajj plus packages, and a changes in mass media

Keywords: Public Relations strategy, Image, Hajj and Umrah travel.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORITIK	16
A. Kerangka Teoritik	16
1. Strategi	16
2. <i>Public Relations</i>	19
3. Strategi <i>Public Relations</i>	29
4. Tour Travel Haji dan Umrah.....	36
5. Citra	45
6. Citra Perusahaan	51
B. Penelitian Terdahulu	54
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Lokasi Penelitian	57
C. Jenis dan Sumber Data	58

D. Tahap-tahap Penelitian.....	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
F. Teknik Validitas Data	67
G. Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum PT Ebad Alrahman Wisata Juanda Sidoarjo	70
B. Penyajian Data	78
C. Analisis Data.....	135
D. Menurut Perspektif Islam.....	171
BAB V Penutup.....	173
A. Kesimpulan	173
B. Saran dan Rekomendasi	175
C. Keterbatasan Penelitian.....	176
DAFTAR PUSTAKA	177

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia Widiantari. “PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN (Studi Kasus Café di Pancor Kabupaten Lombok Timur)” 2022.
- Alo Liliweri. “Komunikasi Serba Ada Serba Makna” Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Anis Arfiah, “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* HAYRAT FOUNDATION INDONESIA DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA” (2022).
- Aqhsal Ilhami Kasim, “STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI DI PT SUMBER GRAHA SEJAHTERA LUWU)” 2022.
- Ardianto Elvinaro. “Handbook Of Public Relations, Pengantar Komperhensif” Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014
- Coulsin, Thomas. “Public Relations” Jakarta: Bumi aksara 2002
- Danandjaja. “Peranan Humas dalam Perusahaan” Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Danya Maharani. “Analisis Tanggung Jawab Manajemen Travel Haji dan Umrah Terhadap Calon Jemaah

Menurut Akad Ijarah Bi Al „Amal di Kota Banda Aceh”, Fakultas Syari“ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2020

- Elvinaro Ardianto. “Public Relations Suatu Pedekatan Praktis: Kiat Menjadi Komunikator dalam Berhubungan dengan Publik dan Masyarakat” Bandung : Pustaka Bani Quraisy, 2004
- Fandy Tjiptono. “Strategi Pemasaran” Yogyakarta: Andi, 2002
- Firsan Nova. “Crisis Public Relations” Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Frank Jefkins. “public relation alih bahasa Haris Munandar” Jakarta: Penerbit Erlangga. 2003
- Frida Kusumastuti. “Dasar – Dasar Humas” Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002
- Heri herdiansyah. “Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu – Ilmu Sosial” Jakarta: Salemba Humanika. 2012
- Husein Umar. “Strategic Management In Action” Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2001
- Iriantara, Yosol. *Community Relations: Konsep dan Aplikasinya*. bandung : Simbiosan, 2004
- Ismauludina. “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON JAMAAH HAJI

DAN UMRAH DI PT SIAR TOUR MEDAN”
2019

- Jalaludin Rakhmat. “Metode Penelitian Komunikasi”
Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002
- Karina Putri Aulia, Muji Astutu, “Usulan model perhitungan
harga pokok jasa pada industry tour & travel
dengan metode activity based costing (ABC)
(studi pada perusahaan jasa XYZ travel).
Jakarta: STIMIK ESQ 2018
- Kriyanto Rachmat. “Public Relations Writing” Jakarta:
Kencana Prenada Media Group 2008
- Monika Yuniarti. “STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
TRAVEL UMRAH DAN WISATA ISLAM
ROYAL INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN JAMAAH”
2020
- Muhammad Arifin. “Strategi Manajemen Perubahan Dalam
Meningkatkan Disiplin Di Perguruan Tinggi.”
Jurnal EduuTech, Vol.03, No.01, 2017
- Nuning Indah Pratiwi. “Penggunaan Media Video Call Dalam
Teknologi Komunikasi,” *Jurnal Ilmiah
Dinamika Sosial* 1, no. 2 2017)
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI. “Kamus
Besar Bahasa Indoensia” Jakarta: Balai Pustaka
2005

- Rosadi Ruslan. “Manajemen Public Relation & Media Komuniasi Konsep & Aplikasi” (*edisi revisi*), Jakarta: Raja Grafindo Persada 2014
- S. Gassing. Suryanto Syarifuddin “Public Relations” Yogyakarta: Andi Offset 2016
- Sahri Rahma Fitri. “STRATEGI *PUBLIC RELATION* SAMAWA TOUR TRAVEL DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN CALON JAMAAH UMRAH” 2019
- Sandra Oliver. “Strategi Public Relation” Jakarta: PT Erlangga 2006
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center “Effective Public Relations” Jakarta: Prenadamedia Group 2006
- Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto. “Dasar – dasar Public Relations” Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2002
- Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif” Bandung: Alfa Beta Bandung 2019
- Wahidin Saputra & Rulli Nasrullah. “Public Relations 2.0 Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber” Jakarta: Gramata Publishing, 2011
- William F Gluek, “Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan” Jakarta: Erlangga 1989