

Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif pada Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) dalam Membangun Citra Organisasi)

ABSTRAK

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) membutuhkan citra positif untuk dapat lebih diterima dan diyakini oleh masyarakat Indonesia, terutama pemeluk Agama Islam, dikarenakan stigmatisasi ajaran sesat yang melekat di tubuh LDII. Dengan citra yang positif masyarakat tidak perlu khawatir lagi akan ajaran Islam yang disebarkan oleh LDII sehingga dapat diterima seluruh masyarakat Indonesia sebagaimana organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam lainnya. Citra LDII belum positif dilihat dari masih banyaknya pemberitaan negatif di internet. Oleh karena itu, untuk membentuk citra positif humas LDII melakukan strategi *public relations*. Penelitian ini membahas bagaimana strategi *public relations* Lembaga Dakwah Islam Indonesia dalam membangun citra positif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui serta mendeskripsikan strategi *public relations* yang digunakan humas LDII dalam membangun citra positif. Penelitian ini menggunakan teori citra untuk mengetahui citra LDII, teori *public relations* dan strategi *public relations* dalam membangun citra organisasi. Semua teori dimaksudkan untuk mengetahui strategi *public relations* di LDII yang digunakan untuk membangun citra positif. Metode penelitian ini adalah studi analisis deskriptif dan penyajian data dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan tiga alur analisis yang diungkapkan Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa *strategi public relations* yang digunakan humas LDII dalam membentuk citra positif adalah dengan tujuh strategi *public relations* yakni Publikasi; Penyusunan program acara; Menciptakan berita; Kepedulian kepada komunitas; Memberitahu dan meraih citra; Lobi dan negosiasi; Serta tanggungjawab sosial. Kesemua strategi tersebut berhasil membuat citra LDII menjadi positif dan LDII telah diterima oleh masyarakat Indonesia. Rekomendasi penulis terhadap LDII agar lebih sering menampilkan seluruh kegiatan tidak hanya melalui media *online*, media cetak, tetapi juga melalui televisi nasional maupun swasta supaya nama baik LDII berikut program-programnya dapat lebih menggema ke seluruh pelosok negeri.

Kata kunci : LDII, Citra, Strategi *Public Relations*

Strategy of Public Relations in Building Image (Descriptive Study at Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) In Building the Organization's Image)

ABSTRACT

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) requires a positive image to be more accepted and believed by the people of Indonesia, especially adherents of Islam, due to the stigmatization of heresy inherent in LDII. With a positive image of the community do not have to worry anymore about the teachings of Islam spread by LDII so it can be accepted by all Indonesian people as other Islam community/ mass organizations. Image of LDII has not been positive because there are still negative news on the internet. Therefore, to form a positive image of LDII, public relations needs the public relations strategy. This study discusses the public relations strategy of Lembaga Dakwah Islam Indonesia in building a positive image. The purpose of this study is to know and describe the public relations strategy used by public relations in building a positive image. This study uses image theory to find out the image of LDII, public relations theory and public relations strategy in building the image of the organization. All theories are meant to find out the public relations strategy in LDII that is used to build a positive image. The methodology of this research is descriptive analysis and presentation of data done with qualitative. Data obtained from the interview, observation and documentation. Data analysis was done with three flow analysis revealed by Miles and Huberman that is data reduction, data presentation and conclusion. The results of this research known that the public relations strategy used public relations of LDII in shaping a positive image is with seven public relations strategies namely Publication; Event; Creating news; Community involvement; Inform or images; Lobbying or negotiation; As well as social responsibility. All of these strategies succeeded in making LDII's image positive and LDII has been accepted by the people of Indonesia. The author's recommendation of LDII is to show more of all activities not only through online media, print media, but also through national and private television so that the image of LDII and its programs can be more echoed throughout the country.

Keywords: LDII, Image, Public Relations Strategy