

## ABSTRAK

**M. Arif Khomaruddin.** 180104030249. *Strategi Public Relation PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru Dalam Merekrut Jemaah*, Pembimbing I Armiah S.IP, MA dan Pembimbing II Sri Anafarhanah SEI., MSI Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. 2023.

**Kata Kunci:** Strategi, *Public Relation*, dan Perekrutan Jamaah

Strategi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh biro travel dalam merekrut jumlah jemaah umrah, setiap instansi atau perusahaan jasa perjalanan Wisata pastinya memiliki strateginya masing-masing dalam upaya merekrut konsumennya, salah satunya ialah PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru. Biro ini menggunakan *Public Relation* sebagai faktor utama dalam upaya perekrutan jemaah yang dilakukan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian lapangan atau *field research* dan teknik selanjutnya analisis deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran berupa kata kata terhadap hasil penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah wakil kepala cabang, staf marketing dan beberapa karyawan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti ialah wawancara dokumentasi dan observasi. Selanjutnya dalam menganalisis data, peneliti menggunakan tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian penulis terkait strategi *Public Relation* di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru, peneliti menyimpulkan : Strategi *Public Relation* yang dijalankan di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru berupa usaha menjalin hubungan baik terhadap orang-orang yang memiliki potensi untuk membantu perekrutan jemaah umrah mereka seperti para tokoh agama, pimpinan pondok pesantren, pengasuh majelis ta'lim, instansi pemerintahan dan orang-orang yang berpotensi memiliki masa untuk dapat diajak menjadi calon jemaah mereka, dengan menjalankan beberapa proses seperti *Fact finding*, *planning*, *communication* dan evaluasi.

*Public Relation* yang telah diterapkan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru saat ini telah memberikan dampak terhadap perekrutan jemaah umrah. Terlihat dari jumlah persentase yang didapat yaitu 95% para jemaah umrah didapatkan melalui agen atau beberapa hubungan yang telah dijalan.

*Public Relation* di harapkan dapat menjadi bagian dari struktur atau staf perusahaan sehingga dapat lebih terencana dan terarah. Serta dapat menjalankan fungsi-fungsi dari *Public Relation* dengan baik dan akan berdampak dengan baik pula.