

## ABSTRAK

**Gita Aminova Gulnora**, NIM. 220104010213, Skripsi Strategi Public Relation

Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri Dalam Membangun Citra Positif pada masyarakat sekitar, Pembimbing I Zainal Fikri, S.Ag., M.A., Ph.D, Pembimbing Skripsi II Armiah S.I.P., M.Si, Pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin 2025

**Kata Kunci: Strategi, Public Relation, Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri, Citra**

Penelitian ini berangkat dari pentingnya peran *public relation* (humas) dalam membangun citra positif lembaga keagamaan di tengah masyarakat. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, keberadaan humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola komunikasi strategis untuk menumbuhkan kepercayaan publik. Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri sebagai lembaga pendidikan Al-Qur'an di Kabupaten Banjar telah menunjukkan perkembangan pesat dan kepercayaan tinggi dari masyarakat, sehingga menarik untuk diteliti bagaimana strategi public relation yang dijalankan dalam membangun citra positif tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) persepsi masyarakat sekitar terhadap Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri sebagai *current image*, (2) pandangan internal tim humas terhadap citra lembaga sebagai *mirror image*, dan (3) strategi *public relation* yang digunakan dalam menyelaraskan kedua persepsi tersebut guna membangun citra positif di masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta pengujian keabsahan data dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri berhasil membangun citra positif di masyarakat sekitar. Masyarakat menilai lembaga ini sebagai tempat pendidikan agama yang berkualitas, terpercaya, dan memberikan dampak sosial yang baik melalui kegiatan pembelajaran serta interaksi yang harmonis. Tim humas memiliki persepsi positif terhadap lembaga dan menjalankan perannya sesuai dengan empat tahap strategi PR menurut Cutlip, Center, dan Broom, yaitu *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*. Keselarasan antara persepsi internal (*mirror image*) dan eksternal (*current image*) menjadi bukti keberhasilan strategi public relation lembaga ini dalam membangun citra positif yang berkelanjutan.