

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri berhasil membangun citra positif di masyarakat sekitar melalui penerapan strategi *public relation* yang terencana, berkelanjutan, dan berbasis pada komunikasi dua arah.

Persepsi masyarakat (*current image*) terhadap Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri tergolong sangat baik. Masyarakat menilai lembaga ini bukan hanya sebagai tempat belajar membaca dan menghafal Al-Qur'an, tetapi juga sebagai pusat pembinaan akhlak dan karakter anak. Kepercayaan masyarakat tercermin dari meningkatnya jumlah santri, prestasi para santri di ajang MTQ dan Pentas PAI, serta partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan lembaga.

Pandangan internal tim humas (*mirror image*) sejalan dengan persepsi masyarakat. Tim humas meyakini bahwa mereka telah menjalankan peran humas dengan baik dalam menjaga reputasi lembaga, menanamkan nilai-nilai keislaman, serta membangun hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar. Keselarasan antara *mirror image* dan *current image* ini menjadi indikator keberhasilan lembaga dalam mencapai citra positif.

Strategi *Public Relation* yang diterapkan mengikuti model empat langkah Cutlip, Center, dan Broom, yakni, *Fact Finding* melalui pengumpulan informasi mengenai persepsi masyarakat dan evaluasi internal, *Planning and*

*Programming* dengan menetapkan tujuan komunikasi untuk membangun kepercayaan dan reputasi Lembaga, *Taking Action and Communicating* melalui komunikasi interpersonal, kegiatan sosial, penggunaan media sosial (Instagram, WhatsApp), serta promosi berbasis prestasi santri, *Evaluating the Program* dengan menilai hasil capaian berupa peningkatan kepercayaan publik dan reputasi lembaga.

Secara keseluruhan, strategi humas Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri terbukti efektif dalam menciptakan keselarasan antara citra internal dan eksternal, yang menghasilkan reputasi positif, kepercayaan publik, dan hubungan sosial yang kuat dengan masyarakat. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa praktik humas di lembaga keagamaan dapat berjalan profesional dengan memadukan komunikasi modern dan nilai-nilai Islam.

## **B. Saran / Rekomendasi**

### 1. Bagi Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri dan Humas

Rumah Qur'an Alwi Al-Bahri disarankan untuk mempertahankan strategi humas yang sudah berjalan efektif, khususnya dalam membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan wali santri. Humas di sarankan memperkuat publikasi melalui media digital, seperti memperluas jangkauan di media sosial (YouTube, dan TikTok) agar citra positif lembaga dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas, tidak hanya di sekitar lingkungan lembaga. Disarankan untuk membentuk tim humas yang lebih terstruktur, dengan pembagian tugas yang jelas antara komunikasi eksternal, dokumentasi kegiatan,

dan publikasi digital. Rumah Qur'an juga dapat mengadakan program sosial dan keagamaan rutin (seperti pelatihan mengaji untuk masyarakat umum, bakti sosial, atau kegiatan kemanusiaan) untuk memperkuat hubungan emosional dan loyalitas masyarakat terhadap lembaga.

Humas diharapkan terus melakukan evaluasi rutin terhadap strategi yang dijalankan, dengan memperhatikan umpan balik dari masyarakat dan wali santri agar strategi yang digunakan tetap relevan dan efektif. Humas dapat mulai membangun jaringan kerja sama eksternal, misalnya dengan lembaga pendidikan Islam lain, media lokal, atau instansi pemerintah daerah, untuk memperluas jangkauan publik dan meningkatkan kredibilitas lembaga.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif atau mixed methods agar dapat mengukur tingkat efektivitas strategi humas secara lebih terukur. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas fokus pada dampak jangka panjang strategi humas terhadap peningkatan jumlah santri, kepercayaan publik, dan reputasi lembaga. Selain itu, menarik pula jika dilakukan studi komparatif dengan lembaga pendidikan Al-Qur'an lain untuk melihat perbedaan strategi komunikasi dan hasil pencitraan di masyarakat.