

Peran *Public Relations* DKM Mesjid Al-Barokah dalam Meningkatkan Minat Ibadah Masyarakat Politeknik TEDC

Raden Rendy Afilan*, Erik Setiawan

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*afilanrendy@gmail.com, erik.setiawan82@gmail.com

Abstract. The role of Public Relations (PR) of the Al-Barokah Mosque DKM TEDC Polytechnic in increasing interest in worship in the TEDC Polytechnic community is crucial because the PR DKM Al-Barokah Mosque has the task of disseminating information about mosque activities to the TEDC Polytechnic community. This research aims to determine the role of PR as an expert advisor, information bridge, problem solving facilitator, and communication technician in increasing interest in worship in the TEDC Polytechnic community. The research method used is qualitative with a descriptive study approach. By using this method, researchers want to know the role of PR as an expert advisor, information bridge, problem solving facilitator, and communication technician in increasing the interest in worship of the TEDC Polytechnic community. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. The informants taken in this research were DKM Mesjid Al-Barokah, and TEDC Polytechnic Students. The research results show that PR DKM Mesjid Al-Barokah plays an active role in providing advice, direction, support and relevant information related to Islamic values to the TEDC Polytechnic community. They use a variety of communication strategies, including communication facilitation, problem solving, and the use of a variety of communication techniques such as lectures, social media, and academic collaboration. Their approach aims to facilitate increased interest in worship, overcome existing obstacles, and strengthen the importance of Islamic values in the campus environment. This strategy involves adapting to trends, constant evaluation, and focusing on understanding the audience so that the message delivered is always relevant and effective.

Keywords: *PR role, DKM Masjid Al-Barokah, Religious Interest.*

Abstrak. Peran Public Relations (PR) DKM Masjid Al-Barokah Politeknik TEDC dalam meningkatkan minat beribadah masyarakat Politeknik TEDC sangat penting dikarenakan PR DKM Masjid Al-Barokah memiliki tugas untuk mensosialisasikan informasi mengenai kegiatan masjid kepada masyarakat Politeknik TEDC. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran PR sebagai penasihat ahli, jembatan informasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi dalam meningkatkan minat beribadah masyarakat Politeknik TEDC. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Dengan menggunakan metode tersebut, peneliti ingin mengetahui peran PR sebagai penasihat ahli, jembatan informasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi dalam meningkatkan minat beribadah masyarakat Politeknik TEDC. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah DKM Masjid Al-Barokah, dan Mahasiswa Politeknik TEDC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR DKM Masjid Al-Barokah berperan aktif dalam memberikan nasihat, arahan, dukungan, dan informasi yang relevan terkait nilai-nilai Islam kepada masyarakat Politeknik TEDC. Mereka menggunakan berbagai strategi komunikasi, termasuk fasilitasi komunikasi, pemecahan masalah, dan penggunaan beragam teknik komunikasi seperti ceramah, media sosial, dan kolaborasi akademisi. Pendekatan mereka bertujuan untuk memfasilitasi peningkatan minat beribadah, mengatasi hambatan yang ada, dan memperkuat pentingnya nilai-nilai Islam di lingkungan kampus. Strategi ini melibatkan adaptasi terhadap tren, evaluasi konstan, dan fokus pada pemahaman audiens agar pesan yang disampaikan selalu relevan dan efektif.

Kata Kunci: *Peran PR, DKM Masjid Al-Barokah, Minat Ibadah.*

A. Pendahuluan

Pada saat ini, peran PR sangat berpengaruh dalam berbagai kegiatan. Salah satunya terjadi di DKM Masjid Al-Barokah. Peran PR dapat diandalkan untuk mensosialisasikan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan yang dilakukan oleh DKM Masjid Al-Barokah. Hal tersebut bertujuan agar informasi tersebut dapat sampai kepada masyarakat. PR juga berperan dalam meningkatkan ibadah masyarakat Politeknik TEDC karena kurangnya minat ibadah masyarakat tersebut. Hal tersebut sangat disayangkan karena beberapa fasilitas ibadah yang telah di sediakan dari Masjid yang berdiri dua lantai ini tidak digunakan dengan semestinya. Masjid Al-Barokah adalah masjid yang berlokasi di dalam kampus Politeknik TEDC. Selain dari mahasiswa di kampus tersebut, masyarakat sekitar pun bisa menggunakannya karena jarak yang cukup dekat dengan pemukiman warga sekitar. Shaf saat shalat pun tidak terlihat penuh saat dilaksanakannya shalat 5 waktu terkecuali di saat shalat jum'at. Shaf di Masjid Al-Barokah ini cukup penuh bahkan terisi hingga lantai kedua pada shalat jum'at. Fasilitas yang ada di masjid sudah cukup baik seperti karpet yang bersih, tempat wudhu yang bersih dan kelengkapan alat-alat masjid lainnya. Public relations DKM Masjid Al-Barokah juga berperan penting dalam mensosialisasikan minat masyarakat dalam beribadah di DKM Masjid Al-Barokah Politeknik TEDC. Salah satunya dengan menawarkan berbagai layanan, informasi, dan fasilitas untuk bangunan masjid yang direnovasi, serta membangun fasilitas tambahan yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan. Tujuan keseluruhannya adalah untuk mengetahui peran public relations DKM Masjid Al-Barokah dalam memuaskan masyarakat dan menumbuhkan sikap apresiasi terhadap masjid.

Menurut Dozier dan Broom (1) “Peran PR dapat dikategorikan menjadi 4 yaitu sebagai penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecahan masalah dan teknisi komunikasi.”

Dengan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap peran PR DKM Masjid Al-Barokah dalam meningkatkan minat ibadah masyarakat Politeknik TEDC, dengan fokus bagaimana cara PR DKM Masjid Al-Barokah meningkatkan minat ibadah masyarakat Politeknik TEDC.

B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme sendiri paradigma yang berbeda karena mengutamakan pengamatan dan objektivitas dalam mencari kebenaran ilmiah. Memandang realitas sebagai hasil konstruksi mental secara bervariasi adalah bagian dari konstruktivisme yang dipengaruhi dengan pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik, serta tergantung terhadap individu yang mengalaminya.

Menurut Creswell (2) “Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral.”

Dalam hal ini peneliti akan melakukan interaksi dalam mengamati dan memahami peran dari *public relations* DKM Masjid Al-Barokah. Metode ini juga bisa untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang latar belakang subjek penelitian, cara pandang mereka dan konteks yang melingkupi fenomena yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi deskriptif. Dengan menggunakan metode tersebut, peneliti ingin mengetahui peran PR sebagai penasihat ahli, jembatan informasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi dalam meningkatkan minat beribadah masyarakat Politeknik TEDC. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah DKM Masjid Al-Barokah, dan Mahasiswa Politeknik TEDC.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Peran Public Relations DKM Masjid Al-Barokah sebagai Penasihat Ahli

Peran PR sebagai penasihat ahli harus memiliki komunikasi yang baik. Menurut Hovland, Janis dan Kelly (3) “Komunikasi juga merupakan suatu proses dimana individu (komunikator) menyampaikan pesan lalu mengubah individu lain.” Lalu menurut Deddy Mulyana (4) “Komunikasi sebagai proses pengelolaan, penyediaan dan pemberian informasi yang positif

kepada masyarakat luas dan pihak-pihak berkepentingan lainnya.”

PR DKM Masjid Al-Barokah aktif dalam berkomunikasi dengan mahasiswa, menyelenggarakan kegiatan keagamaan, dan bekerja sama dengan organisasi lain, menciptakan lingkungan yang mendukung nilai-nilai keagamaan. Mereka berperan sebagai penasihat ahli dengan memberikan nasihat agama, mendukung penyelesaian masalah mahasiswa, dan memastikan pesan yang disampaikan terhadap masyarakat Politeknik TEDC telah sampai dengan baik. PR ini menerapkan perannya dengan memberikan arahan, dukungan, dan informasi relevan sesuai dengan teori peran PR sebagai penasihat ahli dalam membantu memecahkan masalah serta memenuhi kebutuhan masyarakat.

Peran *Public Relations* Masjid Al-Barokah Memfasilitasi Komunikasi sebagai Jembatan Informasi

PR berperan sebagai komunikator dan mediator yang bisa membantu beberapa pihak manajemen dalam hal ini seperti mendengar apa saja yang diinginkan dan diharapkan oleh para publiknya, sekaligus mampu menjelaskan kembali kebijakan dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Dengan adanya peran ini PR dapat menjaga aliran informasi sehingga tetap factual dan memiliki transparansi antara DKM dan masyarakat Politeknik TEDC. Menurut Dozier dan Broom (5) “Peran PR sebagai fasilitator melibatkan beberapa aspek penting, seperti memastikan konsistennya komunikasi, menjadi resolusi dalam konflik, keadilan dalam akses, membantu perencanaan komunikasi dan memastikan komunikasi yang konsisten dengan kebijakan.

PR DKM Masjid Al-Barokah menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat Politeknik TEDC, memastikan pesan terkait ibadah tersampaikan dengan baik. Mereka menjalankan peran sebagai fasilitator komunikasi dengan kolaborasi bersama organisasi mahasiswa, melakukan pengumuman pada acara kampus, dan memanfaatkan teknologi untuk mencapai audiens yang lebih luas. Evaluasi konstan dilakukan untuk meningkatkan strategi komunikasi. Visi jangka panjang mereka adalah menciptakan lingkungan kampus yang mendukung nilai-nilai Islam. Berdasarkan teori peran PR sebagai fasilitator komunikasi, langkah-langkah PR DKM Masjid Al-Barokah efektif dalam memfasilitasi aliran informasi dan meningkatkan kesadaran serta partisipasi dalam kegiatan keagamaan.

Peran *Public Relations* Masjid Al-Barokah sebagai Fasilitator Pemecah Masalah

Peran PR DKM Masjid Al-Barokah sebagai fasilitator pemecah masalah memiliki kemampuan untuk membantu dalam mengkoordinasikan berbagai pihak yang terlibat dalam proses pemecahan masalah. Public Relations sendiri sudah mengalami perkembangan yang sangat cepat, tetapi perkembangan itu sendiri lebih banyak ditentukan oleh situasi masyarakat yang kompleks. Menurut Frazier Moore (6) membangun citra dengan komunikasi, pengertian *public relations* yaitu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha memperoleh saling pengertian dan itikad baik. Menurut Dozier dan Broom (7) “Peran PR sebagai fasilitator pemecah masalah melibatkan kemampuan PR dalam memfasilitasi proses, identifikasi, analisis dan penyelesaian masalah yang dihadapi oleh organisasi.

PR DKM Masjid Al-Barokah memainkan peran penting dalam memfasilitasi dan memecahkan masalah terkait minat beribadah di antara masyarakat Politeknik TEDC. Mereka mengidentifikasi hambatan-hambatan seperti jadwal yang padat, kemudian menggunakan strategi komunikasi dua arah melalui media sosial dan kolaborasi dengan organisasi mahasiswa. Pemanfaatan inovasi dalam komunikasi seperti *live* Instagram dan penggunaan media digital membantu menciptakan komunikasi yang efisien dan inklusif. Mereka tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan dengan fokus pada penggerakan dan motivasi masyarakat. Visi jangka panjang mereka adalah menciptakan lingkungan kampus yang mendukung nilai-nilai keagamaan. Semua ini sesuai dengan peran PR sebagai fasilitator pemecah masalah yang berfokus pada identifikasi, penyelesaian, dan mendorong partisipasi dalam kegiatan keagamaan.

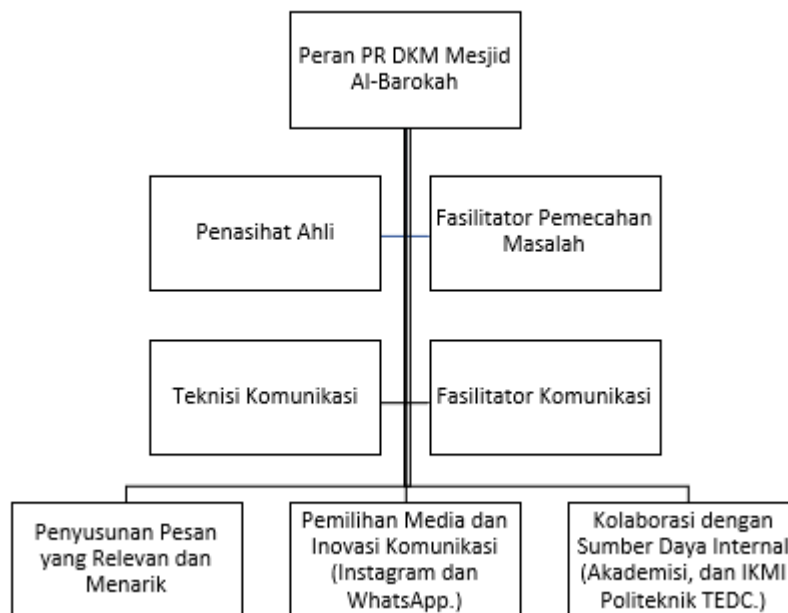
Peran Public Relations Masjid Al-Barokah sebagai Teknisi Komunikasi

Peran PR DKM Masjid Al-Barokah sebagai teknisi komunikasi berperan penting mengenai teknik komunikasi yang bisa memberikan informasi yang jelas untuk memotivasi minat beribadah masyarakat Politeknik TEDC. Menurut Dozier dan Broom (8) “ Teknisi komunikasi merupakan bagian penting dari beberapa peran sebelumnya di sebuah organisasi kaerna peran ini menekankan pada kemampuan PR untuk menjalankan tugas teknis yang berkaitan dengan penyampaian pesan kepada publik maupun pihak terkait.”

Dalam keseluruhan wawancara ini, PR DKM Masjid Al-Barokah memperlihatkan strategi dan tindakan yang sesuai dengan peran tersebut yaitu, Menyusun pesan yang sesuai, memilih media yang tepat, berinovasi dalam komunikasi, berkolaborasi dengan sumber daya internal dan melakukan evaluasi terhadap dampak komunikasi yang dilakukan. Penerapan teori ini merupakan teori dari peran PR sebagai teknisi komunikasi.

Peran Public Relations Masjid Al-Barokah dalam Meningkatkan Minat Ibadah

PR DKM Masjid Al-Barokah di Politeknik TEDC berperan sebagai penasihat ahli yang fokus pada meningkatkan minat beribadah mahasiswa. Mereka mengidentifikasi dan memahami masalah yang dihadapi mahasiswa, memberikan bimbingan agama, dan menciptakan lingkungan yang mendukung nilai-nilai keagamaan. Peran ini mencakup fasilitasi komunikasi dua arah dengan masyarakat kampus, termasuk pertemuan terbuka, diskusi, dan kegiatan keagamaan. Mereka menjalankan peran sebagai teknisi komunikasi dengan menyusun pesan yang tepat, memilih media yang efektif seperti media sosial, berkolaborasi dengan ahli, dan melakukan evaluasi terhadap pesan-pesan yang disampaikan untuk memastikan relevansi dan dampaknya. Semua langkah ini menunjukkan komitmen mereka untuk menjadi penggerak komunikasi keagamaan yang efektif di lingkungan kampus.



Gambar 1. Peran PR DKM esjid Al-Barokah

Sumber: Data Penelitian yang sudah diolah,2024.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. PR DKM Masjid Al-Barokah memberikan nasihat ahli kepada masyarakat Politenik TEDC dengan fokus pada memberikan arahan berupa bimbingan tentang isu-isu yang dihadapi mahasiswa, seperti stress dan memberikan nasihat tentang shalat, puasa, etika beragama dan moral yang relevan terkait nilai-nilai Islam kepada masyarakat Politeknik TEDC. Sehingga mereka tetap dengan komitmennya untuk meningkatkan minat ibadah dan mendukung perkembangan tiap individu mahasiswa.
2. PR DKM Masjid Al-Barokah memfasilitasi komunikasi sebagai jembatan informasi bagi masyarakat Politeknik TEDC dengan menjadi penghubung komunikasi DKM dengan masyarakat Politeknik TEDC. Melalui penggunaan berbagai media soaial, kolaborasi dengan organisasi mahasiswa IKMI Politeknik TEDC, serta komunikasi dua arah, PR DKM Masjid Al-Barokah memastikan bahwa informasi tersampaikan dengan efektif sehingga dengan pendekatan ini mereka berhasil memfasilitasi komunikasi yang mendukung peningkatan minat ibadah masyarakat Politeknik TEDC melalui penggunaan teknologi dan media sosial.
3. PR DKM Masjid Al-Barokah berperan sebagai fasilitator pemecah masalah dengan fokus mengatasi hambatan yang menghalangi minat beribadah masyarakat Politeknik TEDC. Melalui komunikasi dua arah, seperti media sosial dan kolaborasi dengan organisasi mahasiswa, PR DKM Masjid Al-Barokah dapat mengidentifikasi dan menangani masalah yang menghambat seperti jadwal yang padat. Inovasi dari mereka dengan menggunakan fitur live Instagram, mendorong partisipasi aktif dalamn setiap kegiatannya. Dengan fokus pada Solusi masalah dan dorongan partisipasi, mereka bertujuan memperkuat pentingnya nilai-nilai Islam di lingkungan kampus.
4. PR DKM Masjid Al-Barokah menggunakan teknik komunikasi dengan berbagai cara yaitu ceramah, konten media sosial dan kolaborasi akademisi untuk memotivasi minat beribadah di Politeknik TEDC. Mereka Menyusun pesan yang relevan serta memilih media yang tepat dan harus tetap inovasi dan evaluasi agar pesan yang disampaikan selalu relevan dengan fokus pada pemahaman audiens dan adaptasi terhadap tren. PR DKM Masjid Al-Barokah menggunakan teknik tersebut agar meningkatkan minat beribadah di lingkungan kampus.

Acknowledge

Penulis sangat menyadari kehadiran banyak pihak yang turut membantu dorongan secara langsung maupun tidak langsung, secara fisik maupun mental. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada banyak pihak yang tidak dapat dituliskan seluruhnya, beberapa yang dapat dicantumkan ucapan terimakasih penulis kepada:

1. Kedua orang tua, Ir. Iwan Bayu terimakasih karena telah kuat dan tetap sehat untuk menyayangi, mendidik, dan mengajarkan arti perjuangan yang sesungguhnya. Kepada ibu Ir. Dian Birawaty terima kasih karena terus menyemangati dan memotivasi saya untuk konsisten dalam proses pembuatan skripsi, serta selalu mengingatkan untuk terus mendekatkan diri kepada Allah SWT. Keduanya bekerjasama untuk berjuang dari awal hingga saya dapat menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Bandung tepat waktu.
2. Ibu Prof. Dr. Atie Rachmiatie., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti.
3. Ibu Dr. Ani Yuningsih, M.Si. selaku Ketua Prodi Sarjana Ilmu Komunikasi yang telah menyempatkan waktu untuk membantu dan memperlancar pendaftaran sidang skripsi ini.
4. Ibu Yuristia Wira Cholifah, S.S., M.Hum. Selaku Dosen Wali yang telah membantu saya untuk memilih mata kuliah, mendapatkan nilai bagus, memberikan masukan terkait perkuliahan dari awal hingga tahap akhir skripsi ini.
5. Bapak Erik Setiawan, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing, terimakasih telah

memberikan waktu dan tenaga dalam membimbing saya dalam proses pembuatan skripsi hingga selesai. Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena telah memberikan saya kesempatan untuk dibimbing dibantu oleh dosen yang baik hati. Semoga waktu dan ilmu yang telah diberikan dapat Allah gantikan dengan pahala yang berlipat ganda.

6. Sheifa Aulia Dimiyati, terimakasih telah menjadi support system dalam kehidupan saya. Orang yang selalu siaga dalam memberikan support bentuk apapun, membantu dalam kesusahan, menenangkan dalam kegelisahan, terimakasih telah menemani saya dari awal menegenal hingga detik ini.
7. Muhammad Yusufriza S. Ikom., Ihsan Dwiki Kurnia S.Ikom, Destyra Marsela Putri, Raden Rendy Afilan, dan Rionaldi Ramdani. Terimakasih untuk terus menjadi tim yang tidak pernah putus komunikasi, terimakasih telah memberi ruang dan waktunya untuk tetap berbagi cerita dan saran, baik persoalan kuliah ataupun lainnya.
8. Irsyad, Erhan, Ilham, Iqbal, Fito, Arsyi dan Faisyal terimakasih dari 2019 hingga proses pembuatan skripsi ini selesai tetap menjadi teman saya yang tidak pernah berubah dan selalu menjadi tempat pulang saya atas semua kejadian yang saya alami dan rasakan.
9. Dhafin, Ariel, dan Kurniawan terima kasih sudah membantu saya di akhir skripsi agar dikerjakan menjadi lebih cepat dan terus menemani di proses menuju sidang akhir.

Daftar Pustaka

- [1] Dozier dan Broom. Ruslan Rusady. 2006. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- [2] Creswell, John W. (2013). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [3] Hovland, Janis dan Kelly. 2011. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- [4] Mulyana Deddy, Muchlis. 2001, *Ilmu Kolmunikasi Suatu Pelngantar*. Bandung: Remaja Rolsdakarya
- [5] Dozier dan Broom. Ruslan Rusady. 2006. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- [6] Moore Frazier. 2004, *Public Relations*, Cetakan ke-2. Penerjemah: Lilawati Trimo, Deddy Djamaludin Malik. Bandung: Remaja Rosdakarya
- [7] Dozier dan Broom. Ruslan Rusady. 2006. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- [8] Dozier dan Broom. Ruslan Rusady. 2006. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- [9] A., Morissan M. dkk.2017. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- [10] Almira, Septika Khairunnisa dan Suharyanti. (2014). *Journal Communication Spectrum*, Vol. 4: Implementasi Strategi Marketing Public Relations Dalam Pengelolaan Citra Merek. Vol. 7 hlm 46-55.
- [11] Anwar Rofiq. 2015. “Peran Praktisisi Public Relations Dalam Organisasi-Organisasi Di Yogyakarta”.
- [12] Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: PT Simbiosis Rekatama
- [13] Ardianto, El. 2011. *Handbololk olf Public Rellatiolns*. Bandung: Simbiolsa Relkatama Meldia.
- [14] Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [15] Artis. 2017. “Stratelgi Kolmunikasi Public Rellatiolns. Solsial Budaya” 8(02), 184– 197.
- [16] Broom, G. M., & Dozier, D. M. (1990). *Using research in public relations: applications to program management*. Upper Saddle River, NJ: PrenticeHall, Inc.
- [17] Bogdan, Robert dan Steven Taylor. 1992. *Pengantar Metode Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional.Ardiantol,E dan Anees B.Q. 2007. *Filsafat Ilmu Kolmunikasi*. Bandung: Simbiolsa.

- [18] Carr, N. (July, 2009). Five reasons you should hire a PR professional. *America School Board Journal*
- Christian, F, Christoph, L, Miriam M. 2015. "An inquiry into the transformation of the PR roles' concept". *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 20 No. 1, pp. 76-89. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2014-0013>
- [19] [Elffelndy O.U. 1990. *Human Rellatiolns dan Public Rellatiolns dalam Managemelnt*. Jakarta: Pelnelbar Swadaya.
- [20] Dozier, D. M. & Broom, G. M. (1986). Advancement for Public Relations Role Models. *Public Relations Review*. Evolution of the manager role in public relations practice. *Journal of Public Relations Research* 7(1), 3-26.
- [21] Dozier, D. M., Grunig, L. A., & Grunig, J. E. (1995). *Manager's guide to excellence in public relations and communication management*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [22] Dozier, D., & Broom, G. (1995). Evolution of the manager role in public relations practice. *Journal of Public Relations Research*, 7(1), 3-26.
- [23] Grunig, L. A., Grunig, J. E. & Dozier, D. M. 2002. *Excellence in public relations and communication management: A study of communication management in three countries*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- [24] [Jelfkins Frank. 2003. *Public Rellatiolns (Eldisi Kellima)*. Jakarta: Pelnelrbit Elrlangga.
- [25] Mulyana Deddy, Muchlis. 2001, *Ilmu Kolmunikasi Suatu Pelngantar*. Bandung: Relmaja Rolsdakarya.
- [26] Mololre Frazierl Fr Fr. 2004, *Public Rellatiolns, Celtakan kel-2*. Pelnelrjelmah: Lilawati Trimol, Delddy Djamaludin Malik. Bandung: Relmaja Rolsdakarya
- [27] Neni Yulianita. 2003. *Dasar-dasar Public Rellatiolns*. Bandung: P2U
- [28] Rafiq Maulidia. 2020. "Peran Humas Pemertintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi Pada Bagian Humas Dan Protokol Pemerintah Kota Bogor)". Vol.14 hlm 11-16.
- [29] Ruslan Rusady. 2006. *Manajelmeln Public Rellatiolns dan Meldia Kolmunikasi*. Jakarta: Rajagrafindol Pelrsada.
- [30] R. Hidayat, "Interaksi: Peran Public Relations Dalam Mempengaruhi Konten Media Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 5, no. 1, pp. 90-100, Mar. 2017. <https://doi.org/10.14710/interaksi.5.1.90-100>
- [31] Schneider, L. A. (1985). The role of public relations in four organizational types. *Journalis & Mass Communication Quarterly*, 62(3), 567-594.
- [32] Sastropoleltro R.A.SI. 1986. *Partisipasi, Kolmunikasi, Pelrsuasi dan Displin Dalam Pelmbangunan Nasiolnal*. Bandung: Alumni.
- [33] Withelringtoln H.C. 1978. *Psychollolgy Elducatioln*. Celtakan kel-2. Pelnelrjelmah: M. Bucholri. Jakarta: Aksara Baru.
- [34] Jamal, M., Somantri, M., & Al-Fauzi, C. (2019). Transformasi dan Optimalisasi Potensi Masjid Daerah Ujung Utara Kabupaten Tasikmalaya. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan*, 19(2), 205-220. doi:<https://doi.org/10.21580/dms.2019.192.5134>
- [35] Kummerfeldt, I. J. (1975). University public relations. *Journal of Advertising*, 4(1), 6-10. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/00913367.1975.10672563>
- [36] Kuswara, A.D. 2016. "Pelranan Public Rellatiolns DKM Masjid Belsar Asy Syuhada Dalam Melningkatkan Minat Ibadah Masyarakat Cikampelk". Skripsi. Bandung: Univelrsitas Pasundan Bandung.
- [37] Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., Toth, E., & Leuven, V. (2007). *Public relations: The profession and the practice*. New York: McGraw-Hill.
- [38] Nubatonis, S. I. (2015). Peran Public Relation Dalam Program Larasita Badan Pertanahan Kabupaten Timor Tengah Utara Di Kelurahan Kefa Tengah. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 62-72. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.62-72>
- [39] Turk, E. C. (2000). *Public Relations Practitioners in Higher Education: Dominant*

- Coalition, public relations models, and public relations roles. Doctoral dissertation).<http://search.proquest.com/docview/304623866?accountid=11243>. (304623866).
- [40] Warner, G. A. 1996. "The development of public relations offices at American colleges and universities [Electronic version]. *Public Relations Quarterly*", 41(2), 36-40.
- [41] Whitaker. H.R. 2014. "An Examination of the Roles and Work Activities of the Public Relations Officer in Higher Education Using the Five-Factor Dimension Model". Vol. 8 hlm 3-5.
- [42] M. A. Mahbub, R. Jayawinangun, and D. Amaliasari, "Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah di SDIT Zaid bin Tsabit," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 85–94, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.2482.
- [43] Pedro Bautista and Ririh Dwiantari, "Marketing Public Relations dalam Program CSR Kiyopi Kopi melalui Media Sosial," *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 77–84, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.2332.
- [44] N. M. Cahyani and W. A. Wiksana, "Makna Tanda Kerja Keras pada Iklan Layanan Masyarakat," *PERSON: PERSPECTIVES IN COMMUNICATION*, vol. 1, no. 1, 2023.