

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* DAN REPUTASI ORGANISASI

**(Evaluasi Manajemen *Public Relations* Lembaga
Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Mempertahankan
Reputasi)**



TESIS

Oleh

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Ahmad Dimyati
NIM : 55211120303

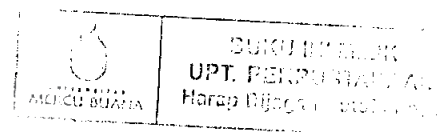
**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI CORPORATE COMMUNICATION
2014**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MAGISTER KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

1. Nama : Ahmad Dimyati
2. NIM : 552111203003
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate Communication
6. Judul : *Manajemen Public Relations dan Reputasi Organisasi (Evaluasi Manajemen Public Relations Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Mempertahankan Reputasi)*



Jakarta, 13 Juni 2014

Pembimbing

DR. Tuti Widiastuti, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MAGISTER KOMUNIKASI

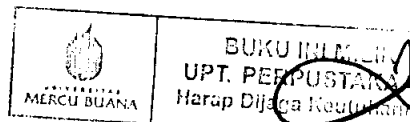
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : *Manajemen Public Relations dan Reputasi Organisasi (Evaluasi Manajemen Public Relations Lembaga Amil Zakat Dompet Dhuafa Dalam Mempertahankan Reputasi)*
2. Nama : Ahmad Dimyati
3. NIM : 55211120303
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate Communication
7. Tanggal : 13 Juni 2014

Jakarta, 13 Juni 2014

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M.Si
2. Penguji Ahli :
Dr. Inge Hutagalung, M.Si
3. Pembimbing :
Dr. Tuti Widiastuti, M.Si



(.....)

(.....)

(.....)

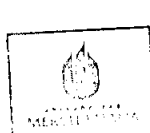
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : *Manajemen Public Relations dan Reputasi Organisasi (Evaluasi Manajemen Public Relations Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Mempertahankan Reputasi)*
2. Nama : Ahmad Dimyati
3. NIM : 55211120303
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate Communication
7. Tanggal : 13 Juni 2014

Jakarta, 13 Juni 2014

Mengetahui,

4. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



BUKU INI MILIK
UPT. PERSIDANG
11/06/2014

(.....)

5. Penguji Ahli :
Dr. Inge Hutagalung, M.Si

(.....)

6. Pembimbing :
Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI ILMU MAGISTER KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Manajemen *Public Relations* dan Reputasi Organisasi (Evaluasi Manajemen *Public Relations* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Mempertahankan Reputasi)
2. Nama : Ahmad Dimyati
3. NIM : 55211120303
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate Communication
7. Tanggal : 13 Juni 2014

Jakarta, 13 Juni 2014
Disetujui dan diterima oleh,
Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

Pembimbing

Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

PERNYATAAN

1. Judul : Manajemen *Public Relations* dan Reputasi Organisasi (Evaluasi Manajemen *Public Relations* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Mempertahankan Reputasi)
2. Nama : Ahmad Dimyati
3. NIM : 55211120303
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate Communication
7. Tanggal : 13 Juni 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa keabsahannya.

Jakarta, 13 Juni 2014



Ahmad Dimyati

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, sholawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasul pilihan-Nya. Berkat rahmat Allah, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul “Manajemen *Public Relations* dan Reputasi Organisasi (Evaluasi Manajemen *Public Relations* Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam Mempertahankan Reputasi).

Penulisan tesis ini merupakan salah satu syarat akademik untuk mendapatkan gelar sarjana S2 pada Fakultas Magister Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Corporate Communication*.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengampai rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan banyak bantuan hingga terselesaikannya tesis ini, terutama penulis sampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada :

1. Ibu dan adik-adikku tercinta yang telah memberikan dorongan moril dan doa yang tak terhingga demi tercapainya sebuah cita.
2. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. Selain sebagai pembimbing utama, yang telah membimbing penulis dengan perhatian penuh, kesabaran, dan keikhlasan, beliau juga motivator bagi penulis dalam penyelesaian tesis ini.
3. Bapak Kamaluddin. Selaku ketua program pendayagunaan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa, yang telah

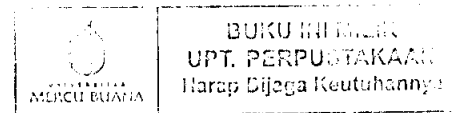
memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi penulis untuk mengadakan penelitian di LAZ Dompot Dhuafa.

4. Bapak Ujang Rusdianto, M.Ikom, sahabat yang telah memberikan banyak masukan dan dorongan dalam rangka terselesaikannya tesis ini.
5. Rekan-rekan di SMA YP-BDN yang telah memberikan kesempatan dan dukungan pada penulis untuk melanjutkan studi di Mercu Buana.
6. Rekan-rekan seangkatan dari *Corporate Communication* dan Komunikasi politik. Mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu. Semua diskusi kita sangat mengesankan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang banyak memberikan limpahan ilmu, pemikiran, ide, gagasan di ruang perkuliahan.
8. Istri dan anakku tercinta, mereka adalah inspirasi dan motivasi tanpa batas.

Jakarta, 13 Juni 2014

Ahmad Dimyati

DAFTAR ISI



JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Teoritis	13
1.4.2. Manfaat Praktis	13

BAB II	KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1.	Kajian Pustaka	14
2.2.	Kajian Teori	22
2.2.1.	Komunikasi Perusahaan	22
2.2.1.1.	Pengertian dan Etimologi	22
2.2.1.2.	Peran dan Fungsi Komunikasi Perusa- sahaan	24
2.2.2.	Komunikasi Organisasi	28
2.2.3.	<i>Public Relations</i>	35
2.2.3.1.	Fungsi <i>Public Relations</i>	36
2.2.3.2.	Publik dalam <i>Public Relations</i>	39
2.2.3.3.	Model Komunikasi <i>Public Relations</i>	40
2.2.3.4.	Manajemen <i>Public Relations</i>	42
2.2.4.	Tinjauan Umum Organisasi Nirlaba	48
2.2.5.	Reputasi Perusahaan	51
2.2.6.	Peran <i>Public Relations</i> dalam Organisasi Nirlaba	58
2.3.	Kerangka Pemikiran	60
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	63
3.1.	Objek Penelitian	63
3.2.	Paradigma Penelitian	64
3.3.	Metode Penelitian	65

3.4. Key Informan	69
3.5. Teknik Pengumpulan Data	70
3.6. Teknik Analisa Data	71
3.7. Teknik Keabsahan Data	73
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	75
4.1. Gambaran Umum Lembaga Amil Zakat (LAZ)	
Dompot Dhuafa	75
4.1.1. Sejarah Berdiri Dompot Dhuafa	75
4.1.2. Visi Organisasi	80
4.1.3. Misi Organisasi	80
4.1.4. Tujuan Organisasi	80
4.2. Program-program LAZ Dompot Dhuafa	81
4.2.1. Layanan Mustahik (Lamusta)	81
4.2.2. Shelter Pasien	82
4.2.3. Darurat Sosial Kemiskinan (Darkim)	83
4.2.4. Bimbingan Rohani Pasien (BRP)	84
4.2.5. Bina Santri Lapas (BSL)	85
4.2.6. Musholla dan Da'l Tapal Batas	85
4.2.7. Dakwah di Kaum Buruh	86
4.2.8. Da'l Samudra	87
4.2.9. Penanganan Pasien Psikiatri	88
4.2.10. Benah Musholla	89

4.2.11. Pejuang Masyarakat	90
4.2.12. Ijazah Untuk Kehidupan	91
4.2.13. Ketahanan Keluarga Berbasis Majelis Taklim	93
4.2.14. Ibu Tangguh	94
4.2.15. Pejuang Keluarga	95
4.2.16. Tunas Keluarga	96
4.2.17. Bedah Rumah	97
4.2.18. Jaminan Makan	98
4.2.19. Bersih Itu Sehat (BIS)	99
4.3. Hasil Penelitian	99
4.3.1. Mendefinisikan Problem (<i>Fact Finding</i>)	99
4.3.2. Perencanaan dan Pemrograman	102
4.3.3. Aksi dan Komunikasi	107
4.3.4. Evaluasi Program	109
4.4. Pembahasan	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1. Kesimpulan	118
5.2. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Table 2.1. : Matriks Penelitian Terdahulu	18
Table 2.2. : <i>Public Relations</i> dan Reputasi	39
Tabel 4.1. : Rekapitulasi RKAT LAZ Periode Januari – Desember 2013	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. : Komunikasi Korporasi Model Strategi	27
Gambar 2.2. : Proses Manajemen	47
Gambar 2.3. : Kerangka Penelitian	57



DAFTAR LAMPIRAN

1. Wawancara terhadap informan satu (General Manager LAZ Dompét Dhuafa)
2. Wawancara terhadap informan dua (Manajer Program LAZ Dompét Dhuafa)
3. Wawancara terhadap informan tiga (masyarakat penerima manfaat)
4. Struktur LAZ Dompét Dhuafa
5. *Key Performance Indicator* Program LAZ Dompét Dhuafa
6. Rekapitulasi Jumlah Dana dan Penerima Manfaat Program LAZ Dompét Dhuafa Periode Januari – Desember 2013
7. Foto-foto Kegiatan Program LAZ Dompét Dhuafa
8. Contoh Profil Penerima Manfaat

UNIVERSITAS
MERCU BUANA