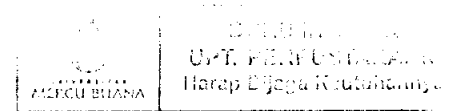


ABSTRACT



DIMYATI, AHMAD. THESIS. "PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT and REPUTATION (EVALUATION OF PUBLIC RELATIONS MANAGEMENT LEMBAGA AMIL ZAKAT DOMPET DHUAFA IN MAINTAINING A REPUTATION) MAGISTER ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA. JAKARTA. 2014.

This study was conducted to determine the Public Relations Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa in maintaining reputation of using the theory of Public Relations Management Cutlip, Center and Broom. Dompot Dhuafa the need to maintain its reputation for maintaining public confidence in the sustainability of the organization. Therefore we need the effective management of Public Relations to establish communication to the public organization.

This research is a constructivist paradigm with a qualitative method through a case study approach. A case study approach is one of the research strategy to develop a thorough analysis of the case or the compound of the contemporary phenomenon with a qualitative approach (Yin, 2008: 1).

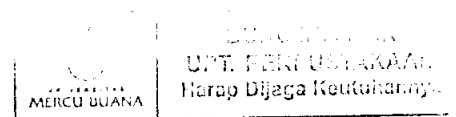
Public Relations function and relation to reputation is the responsibility of a network that is Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa and during this time have a positive impact on the reputation Dompot Dhuafa.

Reputation Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa is crystalizing of the impact of public opinion on the public purse that occurred Dhuafa. Internal and external communications responsibilities LAZ integrated into the Program Manager and Program Coordinator.

Keywords:

Management of Public Relations, Reputation, Nonprofit.

ABSTRAK



AHMAD DIMYATI. THESIS. "MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* DAN REPUTASI ORGANISASI (EVALUASI MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* LEMBAGA AMIL ZAKAT DOMPET DHUAFA DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI." MAGISTER ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA. JAKARTA. 2014.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses manajemen *Public Relations* pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa dalam mempertahankan reputasi dengan menggunakan teori Manajemen *Public Relations* Cutlip, Center and Broom. Dompot Dhuafa dengan reputasi yang dimilikinya perlu mempertahankan kepercayaan publik untuk menjaga keberlangsungan organisasinya. Oleh karena itu diperlukan proses manajemen *Public Relations* yang efektif untuk membangun komunikasi terhadap publik organisasi.

Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis dengan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus merupakan salah satu strategi penelitian untuk mengembangkan analisis mendalam tentang satu kasus atau majemuk dari fenomena kontemporer dengan pendekatan kualitatif (Yin, 2008: 1).

Fungsi *Public Relations* dan kaitannya dengan reputasi merupakan tanggung jawab sebuah jejaring Dompot Dhuafa yaitu IMZ (*Indonesian Magnificence of Zakat*) dan selama ini memberi pengaruh positif terhadap reputasi Dompot Dhuafa.

Reputasi Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa merupakan dampak dari *crystalizing of public opinion* yang terjadi pada publik Dompot Dhuafa. Tanggungjawab komunikasi internal dan eksternal LAZ terintegrasi pada Manajer Program dan Koordinator Program.

Kata kunci:
Manajemen *Public Relations*, Reputasi, Organisasi Nirlaba.