ABSTRAK

Public Relations merupakan fungsi manajemen untuk membangun *image* positif dan membina hubungan antara organisasi dan publik. Organisasi dakwah perlu membina hubungan dengan publiknya. Untuk melaksanakan misi tersebut, organisasi memerlukan dukungan aktif dan toleransi dari berbagai publik. Upaya tersistematis organisasi dakwah untuk memperoleh dukungan dan toleransi dari publik ini disebut dengan strategi *public relations* pada organisasi dakwah. Namun tidak semua organisasi dakwah memiliki *public relations* yang terencana dengan baik. Seringkali dijumpai justru kurang peka dalam menjalin hubungan baik dengan publik. Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya merupakan salah satu organisasi dakwah yang menerapkan perencanaan strategi *public relations.* Hal ini bisa diketahui dari capaiannya yang dinilai mempunyai peran sentral atas terciptanya pembauran etnis Tionghoa dengan masyarakat lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan program Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya dalam membangun *public relations* dengan berbagai elemen masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif. Data dikumpulkan dengan wawancara pengurus yang melakukan proses perencanaan program Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya. Analisa data dengan proses perencanaan strategi hubungan masyarakat organisasi nirlaba Philip Kotler dan Alan Adrearsen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan program *public relations* Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya melalui tahapan menetapkan semua kalangan masyarakat sebagai publik organisasi; menggali informasi seputar kebutuhan dan keinginan publik secara kualitatif; menetapkan tujuan citra yang didasarkan atas pemahaman ajaran Islam para pengurus dan kepentingan publik umum; membuat strategi *public relations* yang didasarkan pada nilai-nilai Islam yang dipahami pengurus, kondisi capaian organisasi, kondisi pengurus, dan kebutuhan masyarakat; menggunakan beberapa sarana untuk menerapkan strategi *public relations*, menetapkan tindakan dengan seleksi pengurus, memantau pelaksanaan strategi serta melakukan rapat evaluasi.

Kata kunci*: *perencanaan program, public relations, Masjid Muhammad Cheng Hoo Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id