

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DIMPET DHUAFU  
REPUBLIKA DALAM MEMPERTAHANKAN *IMAGE*  
(STUDI KUALITATIF DIMPET DHUAFU REPUBLIKA)**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Sri Wahyuni  
201310415154**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

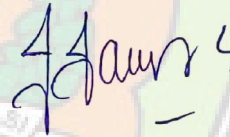
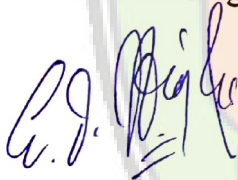
Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dompok Dhuafa  
Republika Dalam Mempertahankan *Image*  
(Studi Kualitatif Dompok Dhuafa Republika)  
Nama Mahasiswa : Sri Wahyuni  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415154  
Program Studi Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Jakarta, 02 Agustus 2018

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Elisabeth Dana Pertiwi, S.Si, M.Si  
NID. 041208013

Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si  
NID. 04150702

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Public Relations* Dompok Dhuafa  
Republika Dalam Mempertahankan *Image*  
(Studi Kualitatif Dompok Dhuafa Republika)

Nama Mahasiswa : Sri Wahyuni

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415154

Program Studi Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Jakarta, 02 Agustus 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si  
NID. 04150702


Penguji I : Astuty Pohan, S.Sos, MM  
NID. 041303022


Penguji II : Mia Meilina, S.IP, M.Comm  
NID. 041509030

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom  
NIP. 1602244

  
Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **“Strategi *Public Relations* Dompok Dhuafa Republika Dalam Mempertahankan *Image*” (Studi Kualitatif Dompok Dhuafa Republika)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Agustus 2018  
Yang membuat pernyataan,



Sri Wahyuni  
201310415154



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT Tuhan seluruh alam, berkat Rahmat dan Karunia-NYA segala urusan dapat terselesaikan dengan baik dan lancar, begitu juga dengan tugas akhir skripsi ini yang berjudul. **“Strategi *Public Relations* Dompot Dhuafa Republika Dalam Mempertahankan *Image*”**.


Dalam penyusunan skripsi ini banyak bimbingan dan bantuan yang telah penulis terima dari semua pihak, baik dari orangtua, keluarga dan teman-teman seperjuangan yang memberikan semangat dan motivasinya, baik secara moral maupun materil kepada penulis. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. (c) Bambang Karsono, SH, MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Elisabeth Dana Pertiwi, S.Si, M.Si, dan Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si, selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing, membantu dan mensupport penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu selama penulis menyelesaikan studi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Lembaga Dompot Dhuafa Philanthropy (Jakarta Selatan), yang telah memberikan izin melakukan penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Mas Bani Kiswanto selaku SPV *Public Relations* dan Mba Ina Listya Widianti selaku Corsec Dompot Dhuafa Republika yang telah membantu penulis melakukan kegiatan penelitian.

8. Ibunda tercinta dan keluarga yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat yang luar biasa kepada penulis.
9. Suami tercinta Krisnawan Utomo, ST (Alumni Bhayangkara), yang selalu setia dan membantu kapanpun penulis membutuhkannya, serta anakku tersayang Kenzie Nagata Al Maher yang selalu penulis tinggal untuk menuntut ilmu demi meraih cita dan cinta.
10. Teman-teman seperjuangan penulis angkatan 2013, khususnya Desy Indah Kurniati yang selalu memberikan semangat, do'a dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga kebaikan kalian semua mendapatkan berkah dan pahala dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih kurang sempurna, semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua.

Jakarta, 02 Agustus 2018



**Sri Wahyuni**

## ***ABSTRACT***

**Sri Wahyuni. 201310415154.** *Strategic Public Relations Dompot Dhuafa Republika in Maintaining Image (Qualitative Study Dompot Dhuafa Republika).*

*In this study the author discusses the strategy of Public Relations Dompot Dhuafa Republika in maintaining the image.*

*This research uses qualitative and descriptive method. The goal is to know the strategy of Public Relations Dompot Dhuafa Republika in maintaining the image.*

*Based on the results of field observations, interviews directly with Public Relations, and some donors Dompot Dhuafa Republika, as well as support documentation, research results show that the strategy undertaken Dompot Dhuafa Republika is to use pencils strategy. One example is the publication, because now the era of sophisticated technology, almost all people use smartphones, so it can be used to update all information or activities undertaken so as to maintain a good image for Dompot Dhuafa Republika.*

**Keywords:** *Strategy, Public Relations, and Image.*

## ABSTRAK

**Sri Wahyuni. 201310415154.** Strategi *Public Relations* Dompot Dhuafa Republika dalam Mempertahankan *Image* (Studi Kualitatif Dompot Dhuafa Republika).

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai strategi *Public Relations* Dompot Dhuafa Republika dalam mempertahankan *image*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan bersifat deskriptif. Tujuannya untuk mengetahui strategi *Public Relations* Dompot Dhuafa Republika dalam mempertahankan *image*.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, wawancara secara langsung dengan *Public Relations*, dan beberapa donatur Dompot Dhuafa Republika, serta dukungan dokumentasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Dompot Dhuafa Republika adalah dengan menggunakan strategi Pencils. Salah satu contohnya adalah dengan publikasi, karena sekarang zamannya teknologi canggih, hampir semua masyarakat menggunakan *smartphone*, sehingga dapat dimanfaatkan untuk mengupdate semua informasi ataupun kegiatan yang dilakukan sehingga bisa mempertahankan citra yang baik bagi Dompot Dhuafa Republika.

**Kata Kunci:** Strategi, *Public Relations*, dan *citra*.



# MOTTO

---

**ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG  
MELAINKAN SESUAI KESANGGUPANNYA.  
(QS. AL BAQAROH 286)**

**SESUNGGUHNYA ALLAH TIDAK AKAN MENGUBAH KEADAAN SUATU  
KAUM, SEHINGGA MEREKA MENGUBAH KEADAAN YANG ADA PADA DIRI  
MEREKA SENDIRI.  
(QS. AR RA'D 11)**

**MAKA SESUNGGUHNYA BERSAMA KESULITAN ITU ADA KEMUDAHAN. SESUNGGUHNYA  
BERSAMA KESULITAN ITU ADA KEMUDAHAN.  
(QS. AL INSYIRAH 5-6)**

**"TIDAK ADA YANG DAPAT MENOLAK TAQDIR (KETENTUAN) ALLAH  
TA'ALA SELAIN DO'A. DAN TIDAK ADA YANG DAPAT MENAMBAH  
(MEMPERPANJANG) UMUR SESEORANG SELAIN (PERBUATAN)  
BAIK."  
(HR. TIRMIDZI 2065)**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Kegunaan Penelitian .....	4
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Strategi <i>Public Relations</i> .....	6
2.1.1 Pengertian Strategi .....	6
2.2.2 Keterkaitan Manajemen Strategi dan <i>Public Relations</i> .....	7
2.2 <i>Public Relations</i> .....	11
2.2.1 Fungsi dan Peran <i>Public Relations</i> .....	11
2.2.2 Tujuan dan Tanggung Jawab <i>Public Relations</i> .....	12

2.2.3	Membangun Hubungan/Keakraban dengan Orang Lain .....	13
2.3	Manajemen <i>Public Relations</i> .....	14
2.4	Teori <i>Pencils</i> .....	16
2.5	Citra ( <i>Image</i> ) .....	16
2.5.1	Pengertian Citra ( <i>Image</i> ) .....	16
2.5.2	Jenis Citra ( <i>Image</i> ) .....	17
2.6	Organisasi <i>Non Profit</i> .....	18
2.7	Kerangka Pemikiran.....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....		20
3.1	Paradigma Penelitian .....	20
3.2	Metode Penelitian .....	21
3.3	Teknik Penentuan Informan .....	22
3.3.1	<i>Purposive Sampling</i> .....	22
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.4.1	Observasi .....	23
3.4.2	Wawancara .....	23
3.4.3	Dokumentasi .....	24
3.5	Teknik Analisis Data .....	24
3.6	Keabsahan Data .....	25
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....		27
4.1	Hasil Penelitian .....	27
4.1.1	Profil Dompot Dhuafa .....	27
4.1.2	Logo Perusahaan Dompot Dhuafa .....	28
4.1.3	Visi dan Misi Dompot Dhuafa .....	28
4.1.4	Struktur Organisasi Dompot Dhuafa .....	29
4.1.5	Pilar Program Dompot Dhuafa .....	30
4.1.6	Peran dan Tanggungjawab <i>Public Relations</i> Dompot Dhuafa .....	33
4.1.7	Profil <i>Informan</i> dan <i>Key Informan</i> .....	34

4.2	Pembahasan .....	36
4.2.1	Strategi <i>Public Relations</i> Dompok Dhuafa Dalam Mempertahankan <i>Image</i> .....	36
4.2.2	Keterkaitan antara Teori Pencils dan Analisis SWOT .....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		54
5.1	Kesimpulan .....	54
5.2	Saran .....	54

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Data Key Informan .....	34
Tabel 3.2. Data Informan .....	34





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Penerima Manfaat .....	2
Gambar 2.1. Model Strategi .....	7
Gambar 2.2. Analisa Swot .....	9
Gambar 3.1. Analisis Data .....	25
Gambar 3.2. Triangulasi Teknik .....	26
Gambar 4.1. Logo Dompot Dhuafa .....	28
Gambar 4.2. Program Pendidikan .....	31
Gambar 4.3. Program Kesehatan .....	31
Gambar 4.4. Program Ekonomi .....	32
Gambar 4.5. Program Sosial .....	32
Gambar 4.6. Program Dakwah .....	33
Gambar 4.7. Event .....	38
Gambar 4.8. Pameran .....	38
Gambar 4.9. Penghargaan .....	40
Gambar 5.0. Program Sosial .....	42
Gambar 5.1. Kendaraan Operasional .....	44
Gambar 5.2. Komentar Masyarakat .....	45
Gambar 5.3. Program Sosial .....	47
Gambar 5.4. Artikel .....	48
Gambar 5.5. Kegiatan Komunitas .....	49
Gambar 5.6. Rumah Sakit .....	50
Gambar 5.7. Komentar Masyarakat .....	50
Gambar 5.8. Komentar Masyarakat & Event .....	53

## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran .....	19
Bagan 4.1. Struktur Organisasi .....	29



## DAFTAR GRAFIK

Halaman

Grafik 1.1. Pertumbuhan Donatur .....	3
---------------------------------------	---

