

**STRATEGI PUBLIC RELATION KANTOR BIMBINGAN  
IBADAH HAJI (KBIH) BAROKTA FINA DESA SUMBER  
KECAMATAN SANAN KULON KABUPATEN BLITAR**

**SKRIPSI**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
Gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I)



**Disusun Oleh :**

**Rosi Amriani**

**9335 008 08**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI ISLAM  
JURUSAN USHULUDDIN  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGRI  
(STAIN KEDIRI)**

**2013**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi  
Kepada  
Yth. Bapak Ketua Sekolah Tinggi  
Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing  
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : ROSI AMRIANI  
NIM : 933500808  
Judul : Peran Public Relation Di KBIH Barokta Fina desa  
Sumber Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing 1

Pembimbing 2

**Dr. M Dimiyati Huda M.Ag**  
NIP : 19740 323 200003 1 003

**Dr. Ropingi, S.Ag, M.Pd**  
NIP: 19720 626 199903 1 002

## ABSTRAKSI

ROSI AMRIANI, Dosen Pembimbing Dr. M DIMYATI HUDA, M.Ag dan Dr. ROPINGI, S.Ag. M. Pd : Peran Public Relation Di KBIH Barokta Fina desa Sumber Kecamatan Sanan Kulon Kabupaten Blitar, Komunikasi Islam, Ushuluddin, STAIN Kediri, 2013.

Kata Kunci : Barokta fina, Strategi Promosi.

Kebutuhan masyarakat terkait pelayanan ibadah umroh sangat besar. Banyak bermunculan KBIH-KBIH di Blitar. Salah satu KBIH yang baru adalah Barokta fina pimpinan Ali Fahat. Barokta fina walaupun baru dari segi umur akan tetapi mampu eksis bahkan dipercaya masyarakat dalam bidang biro perjalanan ibadah umroh.

Keunggulan barokta fina ada pada strategi promosinya. Dengan berbagai strategi antara lain lewat pengajian, *sponsorship*, silaturahmi, dan iklan lewat media cetak maupun elektronik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode wawancara secara mendalam terhadap informan kunci dipergunakan secara maksimal selain observasi dan dokumentasi. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sample* (sampel bertujuan).

Dari penelitian di lapangan yang peneliti temukan, diketahui bahwa strategi promosi yang paling efektif digunakan oleh Barokta fina adalah lewat pengajian-pengajian dan silaturahmi. Walaupun strategi yang lain tetap digunakan. Penggunaan strategi promosi lewat media massa yang paling efektif menggunakan iklan radio karena pendengar terdiri dari semua kalangan dan bukannya kalangan tertentu saja.

Sedangkan komunikasi dan peran PR yang dilakukan oleh KBIH Barokta Fina secara umum dilakukan oleh Ali Fahat karena peran yang dilakukan oleh stafnya kurang begitu signifikan. Walaupun penting dalam menjalankan roda organisasi tetapi tidak intens dalam promosi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
NOTA DINAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DATAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	
DAFTAR TABEL .....	
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Kajian Teori .....	10
2.1.1 Komunikasi .....	10
2.1.2 unsur-unsur komunikasi .....	10
2.1.2.1 Sumber .....	11

2.1.2.2 Pesan .....	12
2.1.2.3 Media .....	12
2.1.2.4 Penerima.....	13
2.1.2.5 Pengaruh.....	14
2.1.2.6 Tanggapan balik.....	14
2.1.2.7 Lingkungan .....	15
2.2 Tujuan Komunikasi.....	16
2.3 Fungsi Komunikasi .....	17
2.4 Ruang Lingkup Komunikasi .....	18
2.5 Definisi Public Relation .....	21
2.6 Sejarah MPR .....	24
2.8 Tugas Public Relation .....	27
2.9 Tujuan MPR.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.2 Metodologi Penelitian.....	32
3.3 Jenis Penelitian.....	34
3.4 Pengumpulan Data .....	34
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	36
3.5.1 Sampling Dalam Penelitian Kualitatif .....	39
3.5.2 Implementasi Data dan Analisis Penelitian Metode Perekrutan Calon Jama'ah Umroh di Barokta Fina .....	41

3.5.2.1 Jenis Sumber Data.....	41
3.5.2.2 Informan Kunci Dalam Penelitian .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.1.1 Gambaran Umum dan Sejarah Pendirian Barokta Fina .....	43
4.1.2 Struktur Organisasi .....	46
4.2 Deskripsi Data .....	47
4.2.1 Perekrutan Tim.....	48
4.2.2 Temuan Penelitian .....	50
4.2.2.1 Promosi Pengajian .....	50
4.2.2.2 Promosi Periklanan.....	52
4.2.2.2.1 Promosi (door to door).....	53
4.2.2.2.2 Promosi Baliho dan Spanduk.....	54
4.2.2.2.3 Promosi Media Cetak dan Elektronik .....	55
4.2.3 Peran PR di KBIH Barokta Fina Terhadap Khalayak.....	56
4.2.3.1 Syarat-syarat Menjadi Praktisi Yang Baik .....	57
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
<b>BAB VI PENUTUP DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

LAMPIRAN-LAMPIRAN