

ABSTRAK

Afdal Deden Zakaria: *Implementasi Public Relations Profetik dalam Membangun Karakter Pemuda di Lembaga Karang Taruna Desa Cijolang.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pembinaan karakter pemuda di tengah tantangan sosial yang semakin kompleks, serta perlunya pendekatan komunikasi yang tidak hanya berorientasi pada pencitraan organisasi, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai moral dan sosial. Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan desa memiliki peran strategis dalam membangun karakter generasi muda melalui berbagai aktivitas sosial dan komunikasi organisasi. Dalam konteks tersebut, pendekatan Public Relations profetik menjadi relevan karena menempatkan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagai dasar dalam praktik komunikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Karang Taruna Desa Cijolang memahami, menginternalisasi, dan menjadikan nilai profetik sebagai landasan dalam merancang program komunikasi, bagaimana strategi komunikasi profetik diterapkan dalam kegiatan organisasi untuk membangun karakter pemuda, serta bagaimana implementasi Public Relations profetik berpengaruh terhadap sikap, perilaku, dan partisipasi pemuda.

Landasan teoritis utama yang digunakan adalah Teori Ilmu Sosial Profetik yang dikemukakan oleh Kuntowijoyo, yang menekankan dimensi humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagai paradigma transformasi sosial. Teori pendukung yang digunakan adalah teori pembentukan karakter Thomas Lickona yang menekankan integrasi antara pengetahuan moral, perasaan moral, dan tindakan moral dalam proses pembinaan karakter.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai profetik telah diinternalisasikan dalam praktik komunikasi Karang Taruna Desa Cijolang meskipun belum dirumuskan secara konseptual dalam dokumen formal organisasi. Strategi komunikasi yang diterapkan bersifat partisipatif, berbasis kegiatan sosial, pendekatan interpersonal, serta pemanfaatan media sosial. Implementasi Public Relations profetik berpengaruh terhadap peningkatan tanggung jawab, kepedulian sosial, solidaritas, dan partisipasi aktif pemuda dalam kegiatan organisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Public Relations profetik berperan dalam membangun karakter pemuda melalui komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai humanis, dan kontekstual sesuai dengan dinamika sosial masyarakat desa.

Kata Kunci: *Public Relations profetik, Ilmu Sosial Profetik, pembentukan karakter, pemuda, Karang Taruna.*