

ABSTRAK

Jajang Rosadi. Strategi Humas Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Barat dalam Membangun Citra Lembaga (Studi Deskriptif pada Humas Baznas Jawa Barat)

Pengelolaan zakat, infak, sedekah di Indonesia dilakukan secara *voluntary system*, dimana tidak terdapat hukum secara langsung terhadap pelanggarnya, karena itu lembaga zakat harus memiliki kepercayaan atau citra lembaga yang positif pada publik-publiknya. Strategi pembentukan citra menjadi hal yang krusial bagi lembaga mengingat untuk mendapatkan simpati publik dalam rangka menghimpun, menyalurkan zakat peranan untuk mendapat kepercayaan sangat diperlukan. Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Barat sebagai lembaga yang mengatur urusan zakat memiliki manajemen dan sistem yang bermutu berimplikasi pada akses kemudahan bagi para *muzzaki* dalam menunaikan kewajibannya, hal ini diwujudkan dengan sejumlah program penyaluran zakat yang beragam, inovatif dan memberi banyak manfaat, karenanya manajemen strategi yang efektif untuk menunjang keberhasilan dibutuhkan oleh Humas Baznas Jawa Barat untuk menumbuhkan kepercayaan publik melalui citra lembaga yang positif.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi yang dilakukan Humas Baznas Jawa Barat dalam membentuk citra lembaga. Teori yang digunakan terkait penelitian mengenai strategi humas yaitu konsep manajemen strategi David Freed dan proses pembentukan citra dari Jhon S. Niempono.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme dimana untuk menjelaskan fenomena berupa deskripsi-deskripsi data secara jelas, tepat, sistematis, faktual, dan akurat yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara semi terstruktur.

Setelah melakukan pengumpulan fakta dan data menghasilkan beberapa kesimpulan terkait dengan Strategi Humas Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Barat dalam Membentuk Citra Lembaga dilakukan dengan tahapan: (1) Perumusan strategi, yang mencakup pada perencanaan strategis, analisis situasi, segmentasi publik sasaran dan operasional dalam membentuk citra, (2) Pelaksanaan strategi, yang merupakan program-program utama dalam membentuk citra dan tahap (3) Evaluasi strategi, yang merupakan tahap akhir dalam membentuk citra lembaga.

Kata Kunci: Strategi, Humas, Citra Lembaga.

ABSTRACT

Jajang Rosadi. *Public Relations Strategy of the Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Barat in Building the Image of the Institution (Descriptive Study on Public Relations of Baznas Jawa Barat)*

The management of zakat, infak, alms in Indonesia is carried out in a voluntary system, where there is no direct law against violators, therefore zakat institutions must have trust or a positive image of the institution in its publics. The image formation strategy is crucial for the institution considering that to gain public sympathy in order to collect, distribute zakat the role of gaining trust is very necessary. Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Barat as an institution that regulates zakat affairs has quality management and systems that have implications for easy access for muzzaki in fulfilling their obligations, this is realized by a number of diverse, innovative and beneficial zakat distribution programs, therefore effective strategic management to support success is needed by Baznas West Java Public Relations to foster public trust through the image of an institution that positive.

The purpose of this study is to find out how the process of strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation carried out by Baznas Jawa Barat Public Relations in building the image of the institution. The theory used related to research on public relations strategy is David Freed's strategy management concept and the image formation process of Jhon S. Niempono.

This study uses qualitative approach research methods and constructivism paradigms where to explain phenomena in the form of clear, precise, systematic, factual, and accurate data descriptions obtained from semi-structured observations and interviews.

After collecting facts and data, several conclusions related to the Public Relations Strategy of the Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Jawa Barat in Shaping the Image of the Institution were carried out in stages: (1) Strategy formulation, which includes strategic planning, situation analysis, target and operational public segmentation in forming an image, (2) Strategy implementation, which are the main programs in shaping the image and stages (3) Strategy evaluation, which is the final stage in shaping the image of the institution.

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