

## ABSTRAK

### **Faisal Abdul Rahman: *PUBLIC RELATIONS* DAKWAH (Studi Kasus Aktivitas Dakwah dalam Kegiatan *Public Relations* di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung)**

Institusi dakwah mempunyai peranan sentral yang tidak dapat dipisahkan dari proses dunia dakwah secara menyeluruh. Dunia dakwah mengalami kemajuan aktivitas hingga berkembang pada kegiatan ekonomi, pendidikan, teknologi komunikasi dan informasi, bahkan sampai pada kegiatan-kegiatan *public relations*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara mendalam tentang: (1) Aktivitas dakwah dalam kegiatan *public relations* di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung; (2) Proses dan aspek manajemen *public relations* dalam kegiatan dakwah di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung; (3) Adaptasi konsep dakwah dalam kegiatan *public relations* di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma konstruktivis dengan metode studi kasus dan pendekatan kualitatif yang diarahkan pada fokus pendekatan ilmu *Public Relations*. Teknik pengumpulan data penelitian dengan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Penentuan informan dan subjek penelitian dilakukan teknik *purposive* dan bersifat *snowball sampling*. Analisis data dilakukan dengan tahapan pengumpulan data, penyempurnaan data, pengolahan data, analisis data, proses analisis data, dan simpulan hasil penelitian.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa: (1) Aktivitas Dakwah dalam Kegiatan *Public Relations* di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung meliputi peran strategis dan taktis, peran strategis dikembangkan dalam visi besar yayasan “menjadi Lembaga Dakwah Tauhid untuk menghasilkan generasi Ahli Dzikir, Ahli Fikir, dan Ahli Ikhtiar, dan pengembangan program taktis melalui penyelenggaraan dakwah berdasarkan program-program ke-PR-an; (2) Proses dan Aspek Manajemen *Public Relations* dalam Kegiatan Dakwah di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung bergantung kepada data riset yang dapat mengukur posisi yayasan, adapun evaluasi merupakan bagian daripada proses yang menentukan pelaksanaan program untuk memastikan kesesuaian dengan konseptualisasi dan desain program yang direncanakan dengan pengembangan dakwah tauhid *rahmatan lil alamin* (3) Adaptasi Konsep Dakwah dalam Kegiatan *Public Relations* di Yayasan Daarut Tauhiid Bandung melalui perannya sebagai fungsi manajemen melalui dukungan memelihara komunikasi yang efektif berdasarkan prinsip kejujuran, seruan kepada kebaikan, mengindahkan kaidah etik bahasa yang tidak menyakiti, dan mengedepankan komunikasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadist.

Kata Kunci: *Public Relations, Aktifitas Dakwah, Dakwah Online, Institusi Dakwah.*