

## ABSTRAK

**Dinny Aviati.** Strategi Kampanye *Public Relations* Wakaf Daarut Tauhiid Bandung ( Studi Kasus pada Humas Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid Bandung)

Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid merupakan lembaga yang berada dibawah Yayasan Daarut Tauhiid yang bertugas mengemban amanah untuk mengoptimalkan dan mengembangkan asset wakaf menjadi lebih produktif, sehingga dapat menunjang kegiatan pendidikan, dakwah dan sosial, dalam proses mengkampanyekan wakaf, lembaga wakaf daarut tauhiid memiliki lima program utama yaitu program Wakaf Ekonomi Produktif, Wakaf Sarana Dakwah, Wakaf Sadar Pendidikan, Wakaf Ketahanan Pangan, wakaf tenaga dan keahlian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi kampanye PR yang dilakukan oleh Humas Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid Bandung yang menggunakan media massa berupa media cetak, media elektronik, dan media online dalam penyebaran informasi wakaf.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kampanye Harwoold Childs. Melalui model tersebut diharapkan strtaegi kampanye yang dilakukan menggambarkan proses berlangsungnya kegiatan kampanye sehingga akan terlihat keterkaitan antara berbagai aspek yang menjadi bagian dari kegiatan kampanye.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus dalam mengungkaplam kejadian atau fakta, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi dengan teknik pengumpulan data dengan observasi dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye PR yang dilakukan oleh Humas Lembaga Wakaf Daarut Tauhiid melalui *strategy publicity dengan* menggunakan media cetak, media elektronik dan media online dalam rangka mengedukasi, mengarahkan dan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai wakaf.

**Kata Kunci :** Strategi Kampanye, Wakaf

## ABSTRACT

**Dinny Aviati.** Daarut Tauhiid Bandung Waqf Public Relations Campaign Strategy (Case Study on Daarut Tauhiid Bandung Public Relations)

The Daarut Tauhiid Wakaf Institute is an institution under the Daarut Tauhiid Foundation whose task is to carry out the mandate to optimize and develop waqf assets to be more productive, so that they can support educational, da'wah and social activities, in the process of waqf campaigning, the Daarut Tauhiid waqf institution has five main programs, namely Productive Economic Waqf, Dakwah Facility Waqf, Education Awareness Waqf, Food Security Waqf, labor and expertise waqf This study aims to describe the PR campaign strategy carried out by the Public Relations of the Daarut Tauhiid Bandung Waqf Institute which uses mass media in the form of print media, electronic media, and online media in disseminating waqf information. The concept used in this study is the Harwood Childs campaign model. Through this model, it is hoped that the campaign strategy will describe the ongoing process of campaign activities so that the linkages between the various aspects that are part of the campaign activities will be seen. The method used in this study is a case study in uncovering events or facts, phenomena, variables and circumstances that occur with data collection techniques by observation and in-depth interviews. The results of this study indicate that the PR campaign strategy carried out by Daarut Tauhiid Waqf Institution Public Relations through a publicity strategy using print media, electronic media and online media in order to educate, direct and provide information to the public about waqf.

**Keywords :** *Campaign Strategy, Waqf*

