

ABSTRAK

Alfiyan Chasanul Muna, 2040210009, “Strategi *Public Relations* NU Care-LAZISNU Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Citra Lembaga”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus, 2024.

Public Relations NU Care-LAZISNU Kudus Kabupaten memiliki peran penting dalam meningkatkan citra lembaga di masyarakat. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* dalam meningkatkan citra lembaga. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengidentifikasi indikator meningkatnya citra lembaga. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Dalam pengumpulan data, penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dan kajian dokumen. Subjek penelitian ini adalah *staff divisi public relations*, ketua LAZISNU Kudus, dan ketua UPZIS Desa Bae. Uji keabsahan data penelitian menggunakan teknik meningkatkan ketekunan, triangulasi (sumber, teknik, dan waktu), serta menggunakan bahan referensi. Adapun analisis data menggunakan model dari Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi yang dilakukan oleh *public relations* LAZISNU Kabupaten Kudus dalam meningkatkan citra lembaga telah sesuai dengan teori Chris Fill yaitu melalui pola komunikasi *pull, push and profile strategy*. *Pull* (menarik) dilakukan dengan mengadakan program yang menyentuh masyarakat, *push* (mempertahankan) dengan memberikan publikasi dan transparansi, kemudian *profile* melalui pemberian apresiasi yang kemudian dikuatkan dengan teori bauran P.E.N.C.I.L.S milik dari Thomas L Harris, yaitu *publications, event, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation, social responsibility*. (2) Indikator dari meningkatnya citra LAZISNU Kudus adalah meningkatnya jumlah penerimaan zakat, adanya kepercayaan berupa zakat Perusahaan, dan kepercayaan menjalankan program berskala nasional.

Kata Kunci: *Strategi, Citra, Public Relations, LAZISNU Kudus*