

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan oleh peneliti pada judul “Strategi *Public Relations* NU Care-LAZISNU Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Citra Lembaga”, maka dihasilkan kesimpulan bahwa *Public Relations* NU Care - LAZISNU Kabupaten Kudus senantiasa mengusahakan mendapatkan citra positif dari masyarakat melalui strategi komunikasi yang efektif, yaitu *Pull Strategy*, *Push Strategy*, dan *Profile Strategy*. *Pull Strategy* dilakukan *public relations* LAZISNU Kudus dengan membuat program mobil layanan umat (MLU) dan bedah rumah untuk menarik perhatian masyarakat dengan menyelenggarakan program-program yang memberikan manfaat secara nyata, *Push Strategy* dilakukan LAZISNU Kudus dengan menjalankan program berskala nasional, melakukan rilis media dan menunjukkan transparansi dalam pengelolaan donasi melalui pelaporan setiap tahunnya. *Profile Strategy*, LAZISNU Kudus senantiasa menjaga hubungan baik dengan stakeholder melalui apresiasi pribadi dan sosialisasi program-program seperti Kaleng Infaq Nahdlatul Ulama Kudus (INUK). Dari ketiga strategi tersebut, *public relations* LAZISNU Kabupaten Kudus menggunakan alat yang merupakan bauran *PENCILS public relations*, yaitu *Publications*, *Event*, *News*, *Community Involvement*, *Image*, *Lobbying and Negotiations*, *Social Responsibility*. Ketujuh alat ini digunakan oleh LAZISNU Kudus, meskipun pada bagian *Lobbying* masih tahap pengembangan.

Indikator yang terlihat dari strategi yang dilakukan oleh *public relations* LAZISNU Kabupaten Kudus adalah meningkatnya jumlah penerimaan zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS), berhasil membangun kepercayaan untuk menyalurkan zakat perusahaan melalui LAZISNU Kudus, dan adanya penyelenggaraan program berskala nasional yang diberikan kepada LAZISNU Kudus. Secara keseluruhan, strategi yang dilakukan oleh *public relations* LAZISNU Kudus telah berhasil menciptakan citra positif yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat dan stakeholder, tetapi juga

memperkuat citra lembaga sebagai pengelola zakat yang profesional dan amanah.

## B. Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap Strategi *Public Relations* NU Care-LAZISNU Kabupaten Kudus dalam Meningkatkan Citra Lembaga, ada beberapa saran yang perlu diperhatikan untuk keberlangsung bagi peneliti maupun objek penelitian sendiri. Adapun saran yang diberikan peneliti untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Saran Teoritis
  - a. Peneliti berharap bisa memberikan kontribusi dengan dijadikan rujukan terkait teori strategi *public relations* bagi penelitian berikutnya yang sesuai dengan bidang kajian. Akan tetapi tidak melupakan nilai keaslian dalam penelitian yang dilakukan ini, terkhusus dalam bidang ilmu komunikasi dan penyiaran Islam.
  - b. Peneliti menyarankan agar kedepannya peneliti lebih baik lagi dalam melaksanakan penelitian, terkhusus dalam persiapan pertanyaan yang bisa dilakukan lebih matang dan terencana. Serta instrumen penelitian dapat disusun dengan sistematis untuk memudahkan penelitian selanjutnya.
  - c. Peneliti berharap penelitian tidak berhenti sampai disini saja, tetapi akan ada keberlanjutan untuk lebih menyempurnakan penelitian terkait teori strategi *public relations*.
2. Saran Praktis
  - a. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi LAZISNU Kudus dalam melakukan strategi *public relations* bisa lebih baik. Selain itu, diperlukan perhatian khusus sebagai evaluasi *public relations* untuk menjalankan perannya lebih baik.
  - b. Diharapkan LAZISNU Kudus untuk lebih baik lagi dalam melakukan *Lobbying* dan Negosiasi, agar kedepannya stakeholder dan jalinan kemitraan lebih meluas lagi karena pada hakikatnya setiap lembaga membutuhkan kolaborasi dan sinergi antar lembaga.
  - c. Diharapkan LAZISNU Kudus dapat mempertahankan serta meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat

khususnya melalui media sosial, sehingga nantinya akan dapat memperkenalkan LAZISNU lebih luas dan akan memperoleh citra positif dari masyarakat.

