

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

banyaknya jumlah pengguna internet maka informasi tentang perusahaan, instansi atau organisasi juga akan dibutuhkan. Maka dari itu PR dituntut untuk bisa menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh public mengenai instansinya.

Untuk itu seorang Public Relations yang merupakan fungsi manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan mutual dan kerja sama antara organisasi dan publik, PR mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. PR membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan PR dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan dini untuk mengantisipasi arah perubahan (*trends*), dan PR menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utamanya.⁴

Menurut Onggo, E-PR atau Elektronik Public Relations, Cyber PR, Online PR atau PR on the net, adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi. Media internet dimanfaatkan oleh PR untuk membangun merek atau Brand dan memelihara kepercayaan publik.⁵ sehingga melalui kegiatan itu dihapkan berdampak baik bagi perusahaan itu sendiri.

Baru-baru ini dalam hubungan publik, PR menggunakan teknologi sebagai alat utama mereka untuk berkomunikasi dengan target audiens. Dengan jaringan sosial, blog, dan bahkan radio internet praktisi PR dapat mengirim pesan langsung melalui media. Metode yang digunakan untuk mengetahui keinginan publik dapat dilakukan dengan menggunakan survei atau bahkan melakukan *Focus Group Discussion*. Taktik adalah cara untuk menarik khalayak target dengan menggunakan media sosial atau teknologi lainnya.⁶ Saat ini banyak perusahaan yang menggunakan internet sebagai media komunikasi dan sebagai alat

<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.penggunainternet.di.indonesia.capai.132.juta>. (Diakses pada tanggal 17 Januari 2017 jam 22.38 Wib)

⁴ Scoot M Cutlip dkk. *Effective Public Relations* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2007), 5.

⁵ Dasrun Hidayat. *Media Public Relations* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014) , 96.

⁶ Firsan Nova. *Crisis Public Relations*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2009), 60.

membangun reputasi. Berbeda dengan media tradisional yang memungkinkan hanya berkomunikasi satu arah, sedangkan media sosial memungkinkan organisasi untuk menjalin komunikasi dua arah, yakni menerima umpan balik dari publik atau khalayak.

Salah satu lembaga yang menyampaikan informasi menggunakan internet sebagai media untuk menyampaikan informasi atau sebagai media publikasi adalah Lembaga Amil Zakat Swadaya Ummah. LAZ Swadaya Ummah merupakan lembaga amil zakat yang sudah berdiri sejak tahun 2003 lalu yang diresmikan oleh gubernur Riau yaitu bapak Rusli Zainal. Semenjak itulah Lembaga zakat ini resmi menjadi salah satu dari lembaga zakat lainnya yang ada di Riau.

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan tidak hanya terjadi dalam usaha dan bisnis saja. Namun persaingan juga terlihat dalam lembaga nonprofit, banyaknya lembaga zakat di provinsi Riau membuat lembaga amil zakat harus mampu memberikan informasi dan memperkenalkan lembaganya kepada khalayak supaya lebih muda mengajak masyarakat agar mau membayarkan zakatnya di lembaga tersebut. Salah satunya melalui media cyber yang ada.

Selain itu sebagai LAZ lokal yang cakupannya Kota Pekanbaru dan terbilang sebagai salah satu lembaga yang sudah lama berdiri untuk itu eksistensi dari lembaga perlu ditingkatkan yaitu melalui media cyber. Pada saat sekarang ini perlu adanya penunjang dari komunikasi langsung yang dilakukan oleh LAZ Swadaya Ummah yaitu dengan mengimplementasikan cyber PR karena pada saat sekarang banyaknya pengguna internet juga menjadi pemacu banyaknya kebutuhan informasi melalui internet. Untuk itu, instansi dituntut untuk menyediakan informasi melalui media-media yang ada, hal itu yang akan mempermudah masyarakat untuk mengakses setiap informasi yang ada sehingga mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain itu, perihal zakat infaq dan sedekah ini, dalam pengolaannya harus betul-betul sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat. Dana yang sudah terkumpul harus terealisasikan dengan baik sehingga tidak memunculkan kecurigaan atau missskomunikasi antara pihak pengelola zakat dengan pembayar zakat. Salah satu upaya mewujudkan keingintahuan masyarakat perihal hasil zakat yang telah diterima lembaga ini dilakukan penyampaian informasi melalui sosial media atau website yang dimilikinya.

Maka dari itu dengan permasalahan tersebut, pengimplementasian cyber PR adalah salah satu cara mudah untuk menyampaikan informasi mengenai hasil zakat, kemana dialirkan zakat tersebut, dan siapa penerima zakat. Untuk itu PR bisa menyampaikan informasi dengan cepat sehingga bisa diakses oleh siapa saja. E-PR yang ada di LAZ swadaya ummah tersebut adalah seperti situs resmi *website*, *email*, dan media sosial seperti *facebook*. Dalam hal ini penyampaian dan membangun kepercayaan masyarakat dilakukan salah satunya melalui pengimplementasian Cyber PR.

Dari pemaparan diatas dalam penelitian yang akan dilakukan ini penulis mengambil judul mengenai, “**Implementasi Cyber Public Relations Lembaga Amil Zakat (LAZ) Swadaya Ummah Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Kota Pekanbaru**”.

B. Penegasan Istilah

Supaya tidak terjadi kekeliruan dari perbedaan pemahaman dalam pengertian atau istilah yang digunakan dalam penelitian ini, perlu adanya defenisi secara operasional dan penegasan istilah, yakni sebagai berikut :

1. Implementasi

Implementasi dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah suatu proses, suatu aktivitas yang digunakan untuk mentransfer ide atau gagasan, program atau harapan-harapan yang dituangkan dalam bentuk kurikulum desain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

(tertulis) agar dilaksanakan sesuai dengan desain tersebut. Implementasi adalah pelaksanaan.⁷

Penerapan disini adalah penerapan dari aktivitas Humas atau pelaksana fungsi Humas dalam bidang internet e-PR atau Cyber PR.

2. Cyber Public Relations

Cyber Public Relations adalah kegiatan PR yang menggunakan internet sebagai media komunikasi.⁸ Dimana seorang PR dituntut untuk piawai dalam menggunakan internet sebagai media komunikasi.

Cyber PR dalam penelitian ini yaitu kegiatan humas di bidang internet seperti gmail, twitter, youtube, facebook, blog dan lain sebagainya. Disini pengelola media itu sendiri adalah bagian divisi media dan komunikasi.

3. Public Relations

Praktik *Public Relations* adalah seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasehati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.⁹

Public relations di Swadaya Ummah adalah pelaksana fungsi humas yang menangani bidang media dan komunikasi.

4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata. Selain itu kepercayaan juga disebut harapan atau keyakinan akan kejujuran, kebaikan dan lain sebagainya.¹⁰

Membangun kepercayaan masyarakat merupakan salah satu upaya Lembaga Amil Zakat Swadaya Ummah dalam menjalankan roda organisasinya, salah satu kegiatan membangun kepercayaan masyarakat adalah melalui media cyber yang dimiliki oleh lembaga ini dengan cara mengekspose kegiatan-

⁷ Wjs Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta : Balai Pustaka, 2007)

⁸ Dasrun Hidayat. *Op Cit*, 96.

⁹ Rosyadi Ruslan, *manajemen Public Relations dan media komunikasi* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), 17.

¹⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2008).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga ini, selain itu juga menyampaikan laporan tahunan, laporan qurban kepada masyarakat secara terbuka.

5. Lembaga Amil Zakat Swadayah Ummah

Lembaga Amil Zakat Swadayah Ummah adalah lembaga yang mengelola dana zakat, infaq atau sedekah maupun waqaf yang kemudian disalurkan kepada masyarakat. LAZ ini diakui semenjak tahun 2003 lalu dan diresmikan oleh Gubernur Riau.¹¹

C. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis mengambil pokok permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimanakah implementasi cyber public relations Lembaga Amil Zakat Swadayah Ummah dalam membangun kepercayaan masyarakat Kota Pekanbaru ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Implementasi Cyber Public Relations Lembaga Amil Zakat Swadayah Ummah dalam membangun kepercayaan masyarakat Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

- 1) Penelitian ini berguna sebagai aplikasi dari teori-teori yang telah didapatkan oleh penulis diperkuliah kemudian melaksanakan perbandingan dengan kenyataan yang terjadi dilapangan. Selain itu juga sebagai sarana untuk mengasah kemampuan penulis dalam menganalisis suatu permasalahan dan berfikir secara sistematis.
- 2) Kemudian kegunaan secara akdemis lainnya yaitu sebagai bentuk sumbangan pengetahuan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi dibidang Public Relations. Selain itu pula, penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi rekan-

¹¹ Diakses di www.swadayaummah.or.id pada hari selasa 10 januari 2017 pukul 24.13 Wib.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rekan yang lain yang ingin melakukan penelitian dibidang penelitian komunikasi, terutama tentang Cyber Public Relations.

b. Kegunaan Teoritis

- 1) Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, program studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
- 2) Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi humas dan pelaksana fungsi humas dalam Implementasi Cyber Public Relations dalam membangun kepercayaan masyarakat terkhusus di LAZ Swadayah Ummah Pekanbaru.
- 3) Sebagai masukan bagi pihak yang membutuhkan pengetahuan dalam membuat kebijakan terkait tema penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Menjelaskan latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Teori dan Kerangka Pikir

Menjelaskan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : Metodologi Penelitian

Menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV : Gambaran Umum Perusahaan

Menjelaskan tentang gambaran umum perusahaan atau instansi tempat penelitian.

BAB V : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : Penutup

Menjelaskan kesimpulan, saran dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRA