



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.

**PERENCANAAN KOMUNIKASI HUMAS PT SAHABAT DUA ARAH
SADAR GRUP DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON
JAMA'AH HAJI DAN UMROH DI KABUPATEN ROKAN HILIR
PROVINSI RIAU**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

OLEH :

ADE SRI ASTUTI

NIM . 12040320218

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERISULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**



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

Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

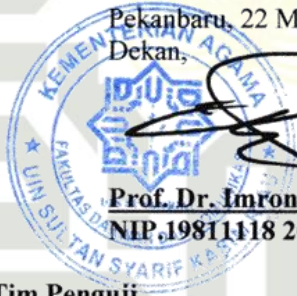
Nama : Ade Sri Astuti
 NIM : 12040320218
 Judul Skripsi : Perencanaan Komunikasi Humas Pt Sahabat Dua Arah Sadar Grup Dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji Dan Umroh Di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jum'at
 Tanggal : 22 Maret 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Maret 2024
 Dekan,



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
 NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. H. Arwan, M.Ag
 NIP. 19660225 199303 1 002

Yantos, S.IP, M.Si
 NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III,

Penguji IV,

Dr. Sudianto, M.I.Kom
 NIP.19801230 200604 1 001

Julis Suriani, M.I.Kom
 NIK.130 417 019



HALAMAN PERS4ETUJUAN PEMBIMBING

Hak Cipta Dimindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**MANAJEMEN HUMAS PT SAHABAT DUA ARAH SADAR GROUP DALAM
MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH**

Disusun Oleh :

Ade Sri Astuti
12040320218

Telah Disetujui Pembimbing pada Tanggal 06 Maret 2024

Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih, M. Si
NIP.1969111819960320011

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

UIN SUSKA RIAU

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.



PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : ADE SRI ASTUTI
NIM : 12040320218
Judul : "Manajemen Humas PT. Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji dan Umroh"

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : RABU
Tanggal : 17 MEI 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Mei 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,

Assyari Abdullah, M. I. Kom

NIP. 130 417 023

Rusyda Fauzana, M. Si

NIP. 19840504 201903 2 011

UIN SUSKA RIAU

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Pekanbaru, 06 Maret 2024

: Nota Dinas
 : 1 (satu) Eksemplar
 : Pengajuan Sidang Sarjana

Yang terhormat,
 Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Tempat.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ade Sri Astuti
 NIM : 12040320218

Skripsi: Manajemen Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Group Dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji Dan Umroh

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih, M. Si
 NIP.1969111819960320011

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
 NIP. 19810313 201101 1 004

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diinstitusikan 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.



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ade Sri Astuti
 NIM : 12040320218
 Tempat/ Tanggal Lahir : Teluk Bano 1, 17 November 2002
 Judul Skripsi : Manajemen Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar
 Group Dalam Membangun Kepercayaan Calon
 Jama'ah Haji Dan Umroh

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa menulis skripsi ini berdasarkan dari hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat dari karya orang lain, saya akan mencantumkan dengan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 12 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Ade Sri Astuti

NIM. 1204032018

Hek cipta Milk UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 Diilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Nama : Ade Sri Astuti
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Judul : **Perencanaan Komunikasi Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Group Dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji Dan Umroh Di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau**

Perencanaan komunikasi humas yang strategis dan adaptif menjadi kunci dalam menciptakan hubungan yang baik sehingga membangun kepercayaan dengan calon jamaah. Dengan memahami strategi perencanaan komunikasi humas yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanannya dan memperkuat posisinya di tengah persaingan industri perjalanan ibadah haji dan umroh. Adapun penulisan penelitian ini menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui perencanaan komunikasi Humas PT Sahabat Dua Arah dalam membangun kepercayaan calon jama'ah Haji dan Umroh di Kabupaten Rokan Hilir. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori perencanaan komunikasi cutlip and center. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa(1) PT Sahabat Dua Arah melakukan perencanaan berupa meningkatkan fasilitas dan pelayanan,membangun personal branding di media sosial dan berencana memperluas mitra cabang (2) Perencanaan akan dikomunikasikan kepada setiap mitra cabang dengan memberikan pelatihan kerja seputar perkembangan PT Sahabat Dua Arah dan memberikan bonus kepada mitra cabang yang berhasil mencapai target yang diberikan. (3) PT Sahabat Dua Arah melakukan evaluasi berupa kunjungan langsung setiap bulannya untuk melihat apakah program perencanaan kerja terlaksana dengan baik.

Kata Kunci : Perencanaan komunikasi, Kepercayaan



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.

ABSTRACT

Name : Ade Sri Astuti
 Study Program: Communication Sciences
 Title : PT Sahabat Dua Arah Sadar Group Public Relations
 Communication Planning in Building Trust in Prospective Hajj and Umrah Pilgrims in Rokan Hilir Regency, Riau Province

Strategic and adaptive public relations communication planning is the key to creating good relationships so as to build trust with prospective congregations. By understanding effective public relations communication planning strategies, companies can improve the quality of their services and strengthen their position amidst the competitive Hajj and Umrah travel industry. The writing of this research uses a descriptive qualitative approach. The aim of this research is to determine the public relations communications planning of PT Sahabat Dua Arah in building the trust of prospective Hajj and Umrah pilgrims in Rokan Hilir Regency. The theory used in this research is the cutlip and center communication planning theory. From the research results it can be concluded that (1) PT Sahabat Dua Arah is planning to improve facilities and services, building personal branding on social media and planning to expand branch partners (2) Planning will be communicated to each branch partner by providing job training regarding the development of PT Sahabat Bidirectional and provides bonuses to branch partners who successfully achieve the given targets. (3) PT Sahabat Dua Arah conducts evaluations in the form of direct visits every month to see whether the work planning program is being implemented well.

Keywords: Communication planning, Trust



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.

KATA PENGANTAR



Bismillah Arrahman Arrahim, puji dan syukur penulis ucapkan Rahmat dan hidayah Allah SWT senantiasa tercurah melingkari hari-hari penuh perjuangan untuk menjadi ada dan berarti, Alhamdulillah Rabbal'alamin menjadi akhir dari setiap doa seorang hamba sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul: **“Perencanaan Komunikasi Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Group Dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama’ah Haji Dan Umroh Di Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau”**. Sholawat dan Salam senantiasa dihanturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, *Allah humma shalli ‘alaa muhammad, a ‘ala ali Muhammad allahumma Aamiin* sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pola pikir yang melekat pada penulis, oleh karena itu berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan yang besar skripsi ini mampu memberi kontribusi yang lebih bermakna.

Teristimewa Kepada Kedua orang tua Ananda, Ayahanda tercinta **Miswadi Ks** dan Ibunda Tersayang **Sumiani** yang tidak pernah putus mendoakan setiap langkah anaknya untuk mencapai kesuksesan serta selalu memberikan motivasi dukungan serta material kepada penulis. Teruntuk Kakak dan Abang terayang yaitu, **Misni ks, Sunartik dan suami, Surya Ks dan istri, Yuliana dan suami, Ronal Deni Setiawan**. Yang senantiasa menjadi tempat penulis bersenda gurau dan banyak melimpah kasih sayang, semangat, motivasi serta nasehat yang diberikan dengan setulus hati.

Dalam penyelesaian skripsi ini, banyak sumbangan ilmu dan jasa yang penulis terima dari beberapa pihak yang sangat membantu dalam menyelesaikan



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyatakan dengan penuh rasa hormat dan ribuan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Kharunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Prof Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Edi Erwan, S.Pt, M.Sc., Ph.D selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku wakil Dekan I Fakultas Dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Dr. H. Arwan, M.Ag selaku wakil dekan II Fakultas Dakwa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Bapak Artis M.I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwa dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Dr. Nurdin, M.A selaku Penasehat Akademik (PA) penulis yang dari awal perkuliahan selalu membimbing, menasehati serta mengarahkan penulis dalam perkuliahan.
11. Dra. Atjih Sukaesih, M. Si selaku pembimbing skripsi yang senantiasa selalu memberikan bimbingan, ilmu, serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Bapak dan ibu dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang selama ini telah memberikan ilmu kepada penulis.

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.

13. PT Sahabat Dua Arah Sadar Group yang telah memberikan informasi yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Teruntuk pemilik NIM 2021043 yang telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini. Yang selalu menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran maupun materi kepada saya, dan memberikan semangat untuk terus meraih impian saya.
15. Sahabat tersayang Amanda Septia Putri dan Alya Fadhilah Zahra yang telah menemani sekaligus menjadi pundak dalam setiap kesulitan terimakasih telah menjadi teman terbaik selama perkuliahan berlangsung.
16. Teman-teman Healing Yuukk, Qentang Squad, Squad Halu-halu Bandung yang selalu memberikan motivasi dan gurauan yang membuat penulis terhibur sehingga semangat dalam menyelesaikan skripsi.

Pekanbaru 5 maret 2024

Ade Sri Astuti
12040320218

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	5
1. Perencanaan.....	5
3. Humas.....	6
4. Kepercayaan	6
5. Haji dan Umroh.....	7
6. PT Sahabat Dua Arah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penellitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	8
1) Secara Akademis.....	8
Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Tedahulu.....	10
B. Landasan Teori.....	18
1. Perencanaan Komunikasi	18
2. Humas.....	21
3. Kepercayaan	24
4 Karangka Berfikir.....	28
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Desain Peneleitian.....	30

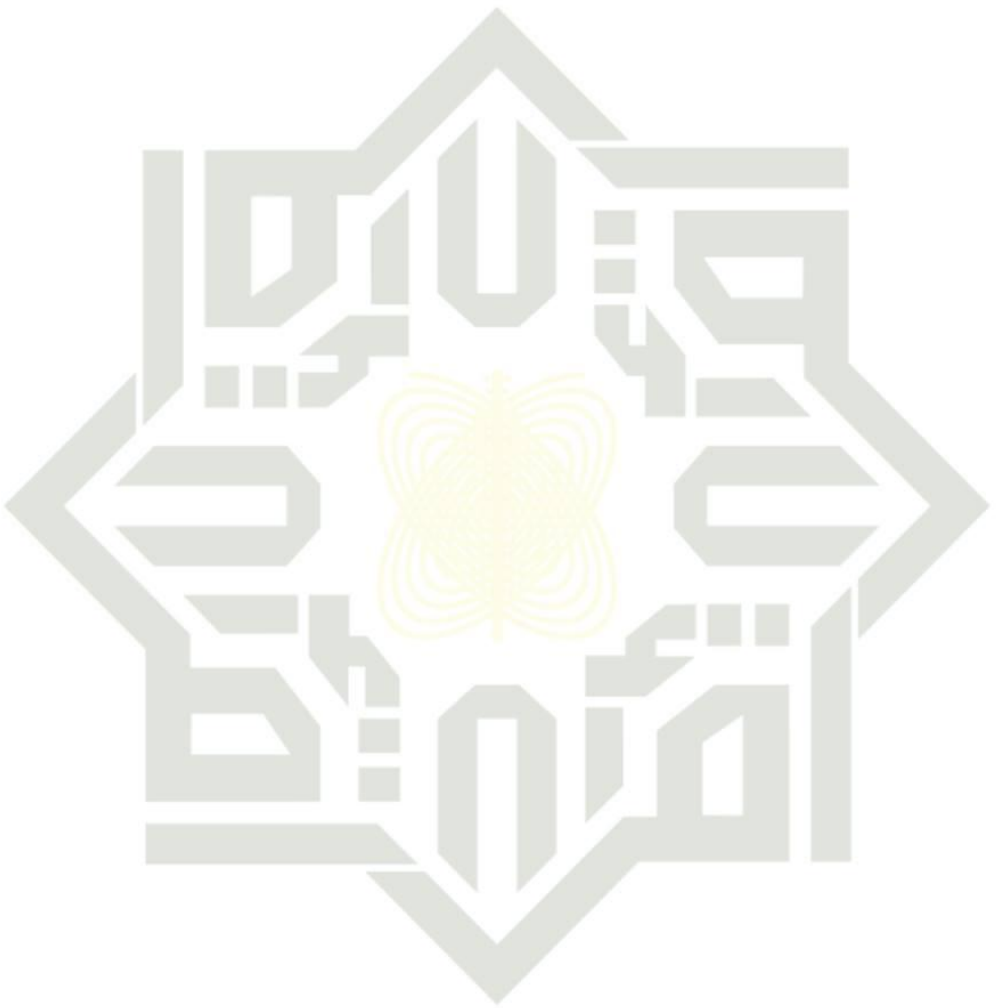


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Lokasi Penelitian.....	30
Sumber Data Penelitian.....	30
Informan penelitian	31
Teknik Pengumpulan Data.....	32
BAB IV	36
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	36
A. Sejarah PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup	36
Deskripsi Logo	36
Visi dan Misi	37
Produk Sadar Grup.....	37
Media sosial	38
h. Struktur organisasi	39
BAB V.....	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil Penelitian	41
1. <i>Fact finding</i> (Penemuan fakta).....	42
2. <i>Planning</i> (Perencanaan).....	44
3. <i>Communication</i> (Komunikasi)	48
4. <i>Evaluation</i> (Evaluasi).....	50
B. Pembahasan.....	55
1. <i>Fact Finding</i> (Penemuan fakta).....	55
2. <i>Planning</i> (Perencanaan).....	56
3. <i>Communication</i> (komunikasi)	57
4. <i>Evaluation</i> (Evaluasi).....	59
BAB VI.....	61
PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67
LAMPIRAN 1	68

Transkrip Wawancara Manajer Humas, Komisaris Utama, Mitra Cabang, dan Pimpinan PT Sahabat Dua Arah Sadar Group	68
LAMPIRAN 3 SURAT IZIN RISET	78
LAMPIRAN 4 SURAT BALASAN RISET	79
LAMPIRAN 5 DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN.....	80



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



BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi Humas memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan calon jamaah haji dan umroh terhadap perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umroh. PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup, sebagai salah satu perusahaan penyedia layanan haji dan umroh di Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau, menghadapi tantangan dalam menjalin hubungan baik dengan calon jamaah di tengah persaingan bisnis yang ketat dan harapan calon jamaah yang semakin tinggi.¹

Kepuasan dan kepercayaan calon jamaah sangat bergantung pada efektivitas komunikasi humas perusahaan. Transparansi informasi, kecepatan tanggapan terhadap pertanyaan dan keluhan, serta penggunaan media sosial untuk berinteraksi dengan calon jamaah menjadi aspek penting dalam membangun citra positif perusahaan. Dalam hal ini, perencanaan komunikasi humas yang strategis dan adaptif menjadi kunci dalam menciptakan hubungan yang baik dengan calon jamaah. Dengan memahami strategi komunikasi humas yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanannya dan memperkuat posisinya di tengah persaingan industri perjalanan ibadah haji dan umroh.

Rukun Islam yang terakhir adalah naik haji ke Baitullah. Artinya mengunjungi tempat suci (Baitullah) untuk menyelesaikan rangkaian ibadah yang sesuai dengan syarat, rukun, dan waktu yang ditentukan. Ibadah haji ditentukan bagi umat Islam yang mampu². Definisi mampu atau kuasa yaitu mempunyai bekal yang cukup untuk pergi dan bekal bagi keluarga yang ditinggalkannya. Ini seperti umrah, mungkin diambil dalam bulan selain bulan Zulhija. Haji dan Umrah adalah satu aktivitas spiritual di dalamnya berkorban, mengungkapkan rasa syukur, membuat kebajikan, melaksanakan perintah Allah, serta menciptakan

¹ PT. Sahabat Dua Arah, "Tentang Sadar Group Travel," 2021.

² Muhammad Noor, "Haji Dan Umrah," *Jurnal Humaniora Teknologi* 4, no. 1 (2018): 38-42, <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>.



- 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.

perjumpaan besar dengan Muslim lainnya di seluruh dunia. Firman Allah swt. Surat Al Baqarah ayat 158.³

﴿ إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ ۖ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا ۚ وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebagian dari syi’ar Allah. Maka barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber’umrah, maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa’i antara keduanya. Dan barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, maka sesungguhnya Allah Maha Menyukuri kebaikan lagi Maha Mengetahui.*”

Perjalanan Haji dan umrah berkembang sangat pesat karena di bidang transportasi memiliki banyak peluang pertumbuhan dan peluang yang besar, khususnya di bidang jasa travel haji dan umrah, hal ini dikarenakan jumlah pendaftar yang semakin meningkat. Kepergian umroh umat Islam kabupaten rokan hilir pada tahun 2022 meningkat.⁴ pertumbuhan ini mengalami kemajuan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Tahun demi tahun, antrean haji reguler semakin panjang. Mengingat daftar tunggu yang panjang untuk menunaikan ibadah haji, umat Islam Indonesia memilih untuk menunaikan ibadah umroh terlebih dahulu. Ini adalah peluang bisnis yang sangat tepat dalam layanan ibadah umrah.⁵ Oleh karena itu, untuk dapat menjangkau konsumen sebanyak-banyaknya, citra perusahaan harus ditingkatkan. Untuk mencapai tujuan ini, banyak perusahaan telah meningkatkan kinerja bisnisnya dan mengembangkan strategi produk dan pemasaran baru untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan yang lebih baik.

³Tommy Maulana, “Ayat Tentang Haji Dan Umroh Dalam Al Quran,” 2019.

⁵ Humas BPKH, “Jumlah Jamaah Umroh 2022 Berkali-Kali Lipat Dibandingkan Jamaah Haji Setiap Tahunnya,” 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Saat ini banyak biro perjalanan haji dan umrah di rokan hilir yang menawarkan harga lebih murah untuk menarik calon jemaah haji dan umrah menggunakan jasa travel tersebut. Namun tingginya kebutuhan jasa penyelenggara perjalanan ibadah umrah, seringkali dimanfaatkan oleh penyelenggara perjalanan ibadah umroh yang tidak bertanggung jawab.⁶ Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa tingginya permintaan pelanggan tidak diimbangi dengan kinerja layanan yang diberikan, seperti perhatian dalam mempertahankan kualitas layanan, keluhan pelanggan, serta kurangnya pihak manajemen dalam mengelola usahanya dengan baik. Sehingga kepercayaan konsumen terhadap perusahaan berkurang. Reputasi perusahaan juga akan mengalami masalah apabila perusahaan tidak dapat melakukan servis yang baik, misalnya kurangnya ketanggapan petugas pada saat umroh terhadap konsumen, kualitas bus yang digunakan misalnya mengalami keterlambatan atau AC yang tidak dingin, makanan yang kurang variasi menyanya sehingga membosankan jamaah dan sebagainya yang apabila tidak diperhatikan akan membuat jamaah mengalihkan perjalanannya kepada travel lain.

Keberhasilan komunikasi yang efektif sangat ditentukan oleh upaya perencanaan komunikasi humas perusahaan untuk mengkomunikasikan dengan baik dan menonjolkan keunggulan produk perusahaan untuk membangun kepercayaan masyarakat sekitar. Menurut penelitian Fatimah Abdillah, kemampuan humas dalam mempertahankan nilai kepercayaan terhadap merek dalam menghadapi berbagai tantangan yang dihadapi perusahaan atau merek menjadikan pendekatan ini lebih baik dari pada periklanan.⁷

Humas memegang peranan penting dalam perusahaan. Tugas humas adalah menciptakan atau mempertahankan citra positif perusahaan di mata publik. Menciptakan atau mempertahankan citra perusahaan yang positif dapat dicapai

⁶ allianz, "Awat Tertipu! Begini Trik Memilih Jasa Travel Umrah Yang Aman," n.d., <https://www.allianz.co.id/explore/awas-tertipu-begini-trik-memilih-jasa-travel-umrah-yang-aman.html>.

⁷ Fatimah Abdillah, "Efektivitas Marketing Public Relation Dalam Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi," *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 1, no. 1 (2017): 1–9.

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



dengan menciptakan kepercayaan antar pemangku kepentingan, yaitu kepada stakeholder kelompok sasaran internal dan eksternal. Dalam membentuk kepercayaan yang baik membutuhkan banyak waktu. Dengan perencanaan komunikasi yang tepat, kepercayaan dapat terlihat atau terbentuk. Proses pembentukan kepercayaan diawali dengan penerimaan fisik (panca indera) menuju filter perhatian dan menghasilkan pesan yang dapat dipahami atau dapat dilihat (perceived message), yang kemudian menjadi persepsi dan akhirnya menjadi citra dan terbangunlah kepercayaan publik.⁸

PT. Sahabat Dua Arah (Sadar Group Travel) merupakan salah satu perusahaan perjalanan ibadah umrah yang didirikan dengan cita-cita untuk kesuksesan dunia dan akhirat. Perusahaan lahir pada tahun 2018. Dengan penuh harapan terhadap kemaslahatan umat bersama. PT Sahabat Dua Arah merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan umroh dan haji. Sebagai perusahaan yang menyediakan layanan yang sangat penting bagi umat muslim yang ingin menunaikan ibadah umroh dan haji, PT Sahabat Dua Arah memastikan bahwa mereka memiliki citra dan reputasi yang baik serta terpercaya di mata calon jamaah.⁹

Adapun PT Sahabat Dua Arah sudah dikenal sebagai travel perjalanan yang nyaman dan khusuk walaupun PT Sahabat Dua Arah ini masih tergolong baru merintis. Sejak tahun 2020 perusahaan ini mengedepankan kualitas pelayanan dan juga keseimbangan antara harga yang ditawarkan dengan kualitas layanan yang diberikan sehingga dapat menjadi pertimbangan calon jamaah haji dan umroh dalam memilih PT Sahabat Dua Arah.¹⁰ Namun PT Sahabat Dua Arah pernah mengalami krisis kepercayaan pada saat covid-19 dan tahun 2022 yaitu jamaah yang kurang yakin dengan legalitas dan fasilitas kesehatan yang diberikan seperti vaksin dan yang lain-lain. Namun PT Sahabat Dua Arah berhasil

⁸ Almayra Cesa Dinnur Fitra, "Peran Media Relations Dalam Membangun Citra Positif PT Tico Agung Indonesia," *Media Communication*, 2022.

⁹ PT. Sahabat Dua Arah, "Tentang Sadar Group Travel," 2021.

¹⁰ Sentral Berita, 'umroh nyaman dan khusuk' <https://sentralberita.com/2022/06/umroh-nyaman-dan-khusuk-bersama-pt-sahabat-dua-arah/>

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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.

mengatasi dengan humas mengkomunikasikan edukasi mengenai vaksin dan mengajak lembaga kesehatan untuk bekerja sama dalam memfasilitasi jama'ah untuk pemeriksaan.¹¹

Membangun kepercayaan merupakan kunci terpenting dalam industri pariwisata, khususnya industri pariwisata haji dan umrah. Calon jamaah haji nantinya bisa dipastikan PT Sahabat Dua Arah mampu memberikan pelayanan terbaik dan memenuhi segala kebutuhannya selama berada di Tanah Suci. Namun, maraknya penipuan di industri pariwisata haji dan umrah beberapa tahun terakhir membuat calon jamaah haji lebih waspada dalam memilih travel agent terpercaya. Oleh karena itu diperlukan Perencanaan komunikasi humas yang baik untuk membangun kepercayaan calon jamaah haji dan umroh kepada PT Sahabat Dua Arah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti dan mendeskripsikan judul tersebut **“Perencanaan Komunikasi Humas PT. Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji dan Umroh Di Kabupaten Rokan Hilir”**

B. Penegasan Istilah

1. Perencanaan

Perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisir, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.¹²

2. Komunikasi

komunikasi adalah proses yang integral dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen secara sistematis, yang ditujukan untuk mencapai sasaran/tujuan organisasi/perusahaan.¹³

¹¹ Wawancara Pra riset dengan Humas PT sahabat dua arah pada hari senin 24 april 2023.

¹² Senmada Widjajanto, “Perencanaan Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi,” *Bandung: Ultimus*, 2013 hlm 55.

¹³ Widjajanto hlm 5.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dilindungi UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Humas

Humas merupakan kegiatan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik lainnya, baik khalayak internal maupun eksternal, untuk mendukung operasi tujuan organisasi dan manajemen dengan meningkatkan pelatihan untuk kerja sama dan realisasi kepentingan bersama berdasarkan prinsip-prinsip umum pengertian dan saling percaya. Sebagian besar organisasi besar memiliki staf humas itu sendiri, dan juga dapat menyebabkan duplikasi. Oleh karena itu, departemen humas harus memiliki manajemen komunikasi yang efektif memenuhi peran dan tanggung jawabnya sendiri untuk mendukung operasi Perusahaan.¹⁴

4. Kepercayaan

Kepercayaan (trust) adalah dasar dari sebuah hubungan. Ada yang lain suatu hubungan antara dua pihak atau lebih yang akan terjadi jika masing-masing pihak menjadi milik pihak lainnya memercayai. Keyakinan ini tidak bisa begitu saja diakui oleh pihak lain, sebaliknya, itu harus dibangun dari bawah ke atas dan dapat dibuktikan. Di dunia ini dalam ilmu ekonomi, kepercayaan telah dilihat sebagai katalisator dalam banyak hal transaksi antara penjual dan pembeli sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai seperti yang diharapkan. Menurut Deutsch, kepercayaan adalah perilaku individu, mengharapkan seseorang untuk membawa manfaat positif. Ada kepercayaan karena orang yang dipercaya dapat memberikan manfaat dan melakukan apa yang diinginkan wali amanat. Dengan demikian, kepercayaan menjadi dasar bagi kedua belah pihak untuk melakukan kerja sama.¹⁵

¹⁴ Universitas Nurul Jadid, Probolinggo and Mifrohatul Musyarrofah, "PERAN HUMAS DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN TINGGI," *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 2, no. 1 (June 2, 2018): 12, <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5122>.

¹⁵ Ratna Devy Winayanti dan Putu Nugrahaeni Widadasavitri, "Hubungan Antara Trust Dengan Konflik Interpersonal Pada Dewasa Awal Yang Menjalani Hubungan Pacaran Jarak Jauh," *Jurnal Psikologi Udayana* 3, no. 1 (2016): 10–19.

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.



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.

5. Haji dan Umroh

Haji (Arab: حج Ḥaǧǧ "ziarah") adalah ziarah Muslim tahunan ke Mekah, kota suci umat Islam, dan merupakan kewajiban Muslim yang harus dilakukan oleh semua orang dewasa Muslim yang mampu secara fisik dan finansial setidaknya sekali seumur hidup mereka. Ini adalah salah satu dari lima rukun Islam bersama dengan syahadat, shalat, zakat dan sawm. Dalam bahasa Lughawi, ziarah berarti "berjalan terarah" atau "berjalan". Menurut etimologi bahasa Arab, kata haji memiliki arti qashd yang berarti tujuan, maksud dan tujuan. Dalam istilah Syara, haji berarti pergi ke Baitullah dan tempat-tempat tertentu untuk menunaikan ibadah tertentu pula di sana. Yang dimaksud dengan tempat-tempat tertentu dalam pengertian di atas, selain Ka'bah dan Mas'a (tempat Sa'i), juga Arafah, Muzdalifah dan Mina. Periode tertentu mengacu pada bulan-bulan haji yang dimulai dari Syawal sampai sepuluh hari pertama bulan Zulhija. Ibadah khusus antara lain tawaf, sa'i, wukuf, mazbit di muzdalifah, lempar yumrah, mabit di mina, dan lain-lain.¹⁶

6. PT Sahabat Dua Arah

PT. SAHABAT DUA ARAH (Sadar Group Travel) merupakan salah satu perusahaan perjalanan ibadah umrah yang didirikan dengan cita-cita untuk kesuksesan dunia dan akhirat. Perusahaan lahir pada tahun 2018. Dengan penuh harapan terhadap kemaslahatan umat bersama.¹⁷

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Perencanaan Komunikasi Humas PT. Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji dan Umroh Di Rokan Hilir?”

¹⁶ Ensiklopedia, “Haji Dan Umroh,” 20 mei 2023, <https://id.wikipedia.org/wiki/Haji>.

¹⁷ PT Sahabat Dua Arah, “Tentang Sadar Group Travel.”



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.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan komunikasi humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam membangun kepercayaan calon jama'ah haji dan umroh di Rokan Hilir.

E. Kegunaan Penelitian

1) Secara Akademis

Untuk dapat memberikan partisipasi dan wawasan mengenai konsep pengemasan strategi manajemen Humas dan perannya dalam membangun citra perusahaan dan menjaga kepercayaan.

- Untuk pengembangan kajian komunikasi khususnya bidang kajian humas
- Untuk menjadi literatur referensi bagi penulis selanjutnya
- Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2) Secara Praktis

- Diharapkan ini menjadi masukan dan bahan evaluasi serta saran dunia perjalanan Haji dan Umrah di Indonesia
- Penelitian ini diharapkan menjadi temuan baru dan informasi bagi peneliti, praktisi dan masyarakat kepada pembaca secara umum tentang studi strategi manajemen humas dalam meningkatkan pelayanan haji dan umroh

F. Sistematika Penulisan

Untuk dapat memudahkan penyusunan penelitian ini, maka penulis menetapkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan. Uraian dimulai dari hal-hal yang bersifat umum menuju hal yang berhubungan dengan topik yang dibahas.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

BAB II

: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisi tentang uraian kajian terdahulu, landasa teori, dan kerangka pemikiran.

BAB III

: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian di PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup. yang meliputi : sejarah berdirinya PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup, visi dan misi PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup, produk dan fasilitas umroh PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup, dan struktur organisasi PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup.

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang uraian hasil penelitian dan analisis data tentang ” Manajemen Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam kepercayaan calon jamaah haji dan umroh ”

BAB VI

: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Tedahulu

Kajian terdahulu ini merupakan bagian yang akan menjadi perbandingan. Bahan acuan dan tolak ukur peneliti untuk melakukan penelitiannya. Berikut ada beberapa kajian terdahulu yang dianggap relevan dengan permasalahan penelitian “Manajemen Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam kepercayaan calon jamaah haji dan umroh”.

1. Jurnal Penelitian Siti Aminatun, Ahyar tahun 2019 “*Kontribusi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Wali Siswa Kepada SDIT Bias Giwangan Yogyakarta*” Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa efektif peranan humas SDIT BIAS Giwangan Yogyakarta” dalam rangka meningkatkan kepercayaan wali siswa kepada sekolah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Untuk menjamin keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik dan waktu.¹⁸ Adapun persamaan dengan penelitian saya terletak pada subjek nya yaitu membangun kepercayaan, dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian
2. Jurnal Penelitian ismaulidina tahun 2019 “*Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji Dan Umrah PT. Siar Tour Medan*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humastravel PT. Siar Tour dalam membangun citra perusahaan serta bagaimana seorang humas menjaga kepercayaan calon jamaah haji dan umroh. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran pada objek dan subjek penelitian. Strategi yang

¹⁸ Siti Aminatun and Ahyar, “Kontribusi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Wali Siswa Kepada Sdit Bias Giwangan Yogyakarta,” *AL-FAHIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (March 11, 2019): 24, <https://doi.org/10.54396/alfahim.v1i1.48>.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

diterapkan sesuai dengan teori humas menurut ruslan yang disingkat PENCILS.¹⁹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitian yakni membangun kepercayaan calon jama'ah haji dan umroh. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitiannya yaitu pada penelitian terdahulu subjek nya adalah strategi komunikasi humas PT Siar Tour Medan dan teori yang digunakan berbeda dengan penelitian penulis yaitu teori humas menurut ruslan yang disingkat PENCILS

3. Jurnal penelitian Puji Rahayu Tahun 2022 dengan Judul "*Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat humas dalam meningkatkan citra positif dan kepercayaan publik selama pandemi COVID-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi SMK IPIEMS dalam keberhasilannya meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat selama ini pandemi COVID-19 gencar disosialisasikan melalui berbagai cara, salah satunya melalui program-program unggulan yang melibatkan eksternal, media sosial, selain meningkatkan loyalitas mahasiswa dan alumni untuk merekomendasikan sekolah. Faktor pendukungnya adalah Pertama Kesadaran akan peran penting teknologi dalam pendidikan jauh sebelumnya pandemi COVID -19, Kedua Dukungan yang harmonis dan sinergis dari kepala sekolah dan rekan-rekan (wakasek dan kaproli) dalam merencanakan pelaksanaan program kehumasan. Faktor penghambat untuk pencapaian tujuan humas merupakan masalah umum yang dialami oleh hampir semua sekolah.²⁰

¹⁹ Isma Ismaulidina, Effiati Juliana Hasibuan, and Taufik Wal Hidayat Wal Hidayat, "Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji Dan Umroh," *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIKOM)* 2, no. 1 (2020): 12–17, <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.175>.

Puji Rahayu and Novi Trisnawati, "Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Pendidikan*



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Adapun persamaan dengan penelitian saya terletak pada subjek nya yaitu membangun kepercayaan, dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaanya terletak pada objek penelitian, tahun penelitian dan teori yang digunakan.

4. Jurnal Penelitian Hary Rahmadika tahun 2022 berjudul **“Manajemen Corporate Social Responsibility GraPari Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat”**. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu program tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas program CSR GraPari Smart Officer dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan dalam penelitian merupakan karyawan tetap di GraPari Telkomsel Kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dilakukan sosial mapping dengan mengikutsertakan masyarakat, menjalankan program-program sesuai dengan perencanaan, melakukan kerja sama dengan yayasan yang bergerak dalam bidang yang sama dan menurunkan pendamping di lapangan serta membangun citra perusahaan.²¹ Adapun persamaan dengan penelitian saya terletak pada subjek nya yaitu membangun kepercayaan, dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaanya terletak pada objek penelitian, tahun penelitian dan teori yang digunakan.
5. Penelitian oleh Saskia R Talib tahun 2021 dengan judul penelitian **“Kajian Peran Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Vaksin Sinovac”** Penelitian ini membahas tentang Kajian Peran Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan masyarakat Terhadap Vaksin Sinovac.

Administrasi Perkantoran (JPAP) 10, no. 2 (August 8, 2022): hal 124, <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p124-139>.

²¹ Hary Rahmadika and Muhd Ar Imam Riauan, “Manajemen Corporate Social Responsibility GraPari Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat” 1, no. 1 (2022).



Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling dan menggunakan landasan teori humas Edward L. Bernays. Dari penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan antara lain: Humas memberikan penerangan kepada masyarakat mengenai vaksin Sinovac, Usaha-usaha pengintegrasian sikap dan tindakan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap vaksin Sinovac, Upaya-upaya yang dilakukan Humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Pesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada meningkatkan kepercayaan masyarakat, metode yang digunakan sedangkan perbedaan penelitian terletak pada subjeknya yaitu pada penelitian ini adalah orang yang ingin di vaksin dan teori yang digunakan,

6. Penelitian oleh Ismaulidina, Effiati Juliana Hasibuan & Taufik Wal Hidayat tahun 2020 "*Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji dan Umroh*" Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi komunikasi humas dalam membangun citra Kepercayaan calon jemaah haji dan umrah di PT. Siar Tur Medan. Karena sebelumnya, menunaikan ibadah haji dan umrah dinilai kurang efektif dan efisien. Itu juga sehingga mempengaruhi kualitas pelayanan dan perlindungan jemaah haji kepercayaan dan citra perusahaan melemah di mata pelanggan. metode penelitian yang digunakan bersifat kualitatif dan menggunakan teknik analisis deskriptif. Teori yang digunakan penelitian ini adalah teori tindakan publik RUSLAN, yang menggunakan singkatan KYNÄ dan gambarnya terdiri dari empat komponen menurut buku Dasar-Dasar Humas karya Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, yaitu Persepsi, Kognisi, Motivasi dan Sikap.²² Pesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitiannya yaitu membangun citra dan kepercayaan calon jemaah haji dan umroh serta metode dan teknik yang digunakan sedangkan perbedaan

²² Ismaulidina, Hasibuan, and Hidayat, "Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji Dan Umroh."

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.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

penelitian ini dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian yaitu PT Siar Tur Medan dan teori yang digunakan.

7. Penelitian oleh RA. Putri Mustika Sari tahun 2020 berjudul *“Strategi Public Relations Dalam Upaya Membangun Citra PT. Prudential Life Assurance”* Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai metode penelitian yang tidak menggunakan rumus atau angka statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Prudential Life Humas Assurance memilih strategi manajemen dalam membangun citra dengan cara mencari dan mengumpulkan data tentang kebutuhan pelanggan. Mereka juga membantu memenuhi kebutuhan pelanggan yang ditargetkan dengan teknik win solution, membangun kepercayaan dengan pelanggan mereka dalam mengkomunikasikan apa yang pelanggan butuhkan. Pendukung Humas faktor dalam rangka membangun citra perusahaan melalui penerapan true selling, kunjungan hotel, sekolah kunjungan untuk mengenalkan siswa pada asuransi, dan sedekah untuk membantu masyarakat kurang mampu agar masyarakat bersimpati dan mengenal Perusahaan Prudential lebih baik. Itulah hal utama dari perencanaan kehumasan, yaitu komunikasi pemasaran.²³ Pesamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek penelitiannya yaitu membangun citra serta metode dan teknik yang digunakan sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah subjek penelitian yaitu PT. Prudential Life Assurance dan teori yang digunakan.

8. Judul penelitian Fatih Muhammad Tahun 2019 *“Implementasi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah (Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponogoro)”* Tujuan penelitian ini merupakan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen public relation pada membentuk gambaran madrasah, mengetahui faktor-faktor pendukung, penghambat pada manajemen public relation & internal forum sanggup berkompetensi

²³ RA Putri Mustika Sari, “STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM UPAYA MEMBANGUN CITRA PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE” 3, no. 2 (2020).



menggunakan forum lainnya. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi sinkron pengamatan pada lapangan. Hasil penelitian ini menyampaikan bahwa strategi yang diterapkan manajemen public relation pada membentuk gambaran madrasah merupakan mengetahui keadaan internal juga eksternal forum, memperbaiki syarat fisik, non fisik forum, mengenali madrasah pada warga dan menjalin kolaborasi antara instansi lainnya. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat manajemen public relation pada membentuk gambaran madrasah sebagai akibatnya membentuk respon positif menurut kalangan warga dan menerima gambaran yang baik di mata warga baik internal juga eksternal. Terwujudnya madrasah yang berkualitas bisa memenuhi kebutuhan pendidikan warga sekitar, meningkatnya kualitas pendidikan warga, berakibat madrasah menjadi pendorong primer sentra aktivitas keagamaan dan meningkatnya agama terhadap eksistensi madrasah terhadap respon positif menurut kalangan warga dan menerima gambaran yang baik di mata warga baik internal juga eksternal.²⁴

persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah keduanya mengkaji implementasi manajemen humas atau humas dalam membangun citra dan kepercayaan publik terhadap suatu lembaga dan keduanya memfokuskan penelitian mengenai strategi yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada sasaran dan target audiens, lingkup dan kompleksitas, jenis program dan strategi yang digunakan.

9. Judul penelitian Luthfi Khorotunniswah, Samsul Ma'arif, Muhammad Nuril Huda tahun 2020 "*Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga*" Citra diperlukan bagi lembaga agar masyarakat menyampaikan apresiasi dan reputasi serta prestasi yang baik. Untuk menjangkau dunia PR. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menunjukkan manajemen kehumasan. Dalam membangun citra kelembagaan yang

²⁴ Fatih M, "Implementasi Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah (Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Negeri 2 Ponorogo)," 2019, 38–39.

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.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Pelajaran ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu wawancara, observasi dan dokumenter. Meliputi manajemen Publik Relation dalam membangun citra Beriklan melalui brosur, website, media sosial, bazaar dan kontes atau olimpiade. Bahkan dengan usaha untuk meningkatkan madrasah dalam proses belajar mengajar, merekrut guru, merekrut siswa dan perempuan.²⁵

persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah keduanya mengkaji manajemen humas dalam membangun citra dan kepercayaan publik terhadap suatu lembaga, keduanya memfokuskan penelitian mengenai strategi yang digunakan, menggunakan teknik dan metode yang sama yaitu deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada sasaran dan target audiens, lingkup dan kompleksitas, jenis program dan strategi yang digunakan.

10. Jurnal Penelitian Fitri Rahmadani , Susi Andrini tahun 2021 yang berjudul **“Strategi Humas dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (IIMS)”**. Penelitian ini mendeskripsikan bahwa Praktisi humas harus memiliki keahlian dan inovasi untuk membangun rencana strategis untuk membangun citra perusahaan. sebuah fungsi humas yang dilakukan, merupakan acara khusus dalam bentuk program Indonesia International Motor Show (IIMS) adalah sebuah pameran produk mobil dan motor yang terkenal adalah KTM & Husqvarna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi humas dalam membangun citra perusahaan melalui pameran IIMS. menggunakan tahap perencanaan strategis hubungan masyarakat yang disarankan oleh cutlip, center dan broom. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang menggambarkan realitas ada tanpa mencari hubungan antar variabel. Pengumpulan data dilakukan melalui

²⁵ Luthfi Khorotunniswah, “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga,” *Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 2 (2020): 176–89, <https://doi.org/10.15642/jkpi.2020.10.2.176-189>.



observasi partisipan, wawancara mendalam, dokumen, dan internet untuk mendapatkan informasi atau data yang relevan dan mendalam mempelajari. Analisis data dilakukan melalui langkah reduksi data, disajikan dan diverifikasi atau disimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap tahap proses perencanaan strategis Mendukung hubungan masyarakat penelitian ini dalam membangun citra perusahaan. dibuktikan oleh banyak orang Pengunjung stan KTM & Husqvarna, media juga melaporkan memenangkan penghargaan dalam kategori peserta pameran. Riset merupakan strategi komunikasi yang terintegrasi.²⁶

Persamaan dari kedua penelitian tersebut adalah keduanya membahas tentang strategi humass atau manajemen humas dalam membangun citra atau kepercayaan terhadap suatu entitas, baik itu perusahaan otomotif atau perusahaan travel. Keduanya juga berfokus pada bagaimana strategi dan program humass dapat membantu membangun citra atau kepercayaan yang positif. Namun, terdapat beberapa perbedaan antara kedua penelitian tersebut, diantaranya: Sasaran atau target audience, Penelitian strategi humass dalam membangun citra melalui pameran Indonesia International Motor Show difokuskan pada membangun citra atau branding perusahaan otomotif di Indonesia dan mungkin juga di pasar internasional. Sementara itu, penelitian manajemen humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup difokuskan pada membangun kepercayaan calon jamaah haji dan umrah terhadap perusahaan travel tersebut. Jenis program atau strategi: Kedua penelitian menerapkan strategi dan program yang berbeda dalam membangun citra atau kepercayaan publik. Penelitian strategi humass dalam membangun citra melalui pameran Indonesia International Motor Show melibatkan kegiatan promosi produk dan layanan, pameran produk, dan peluncuran produk baru. Sementara itu, penelitian manajemen humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup lebih fokus pada program eksternal, seperti

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.

²⁶Fitri Rahmadani and Susi Andriani, "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (Iims)," *Jurnal Audience* 4, no. 01 (2021): 38–59, <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4203>.



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.

promosi dan kampanye publik, serta peningkatan kualitas layanan dan pengalaman calon jamaah haji dan umrah.

B. Landasan Teori

Pada bagian landasan teori ini, peneliti menerapkan landasan teori yang akan dijadikan sebagai acuan yang bersifat mendukung penelitian dan memudahkan peneliti dan memudahkan peneliti mengkaji pembahasan pada penelitian ini yang berjudul “Perencanaan Komunikasi Humas PT Sahabat Dua Arif Sadar Grup dalam Membangun Citra dan Kepercayaan Calon Jama’ah Haji dan Umroh di Rokan Hilir”.

1. Perencanaan Komunikasi

a. Pengertian Perencanaan Komunikasi

Perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi.²⁷

Melihat pengertian perencanaan komunikasi terdapat dua unsur penting yaitu perencanaan dan komunikasi. Menurut Waterston mendefinisikan perencanaan adalah usaha yang sadar, terorganisasi, dan terus-menerus guna memilih alternatif yang terbaik untuk mencapai tujuan tertentu.²⁸

Menurut Robin Mehall Perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan yang berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang

²⁷ John Middleton, “STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR BAHASA PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM MEMPERTAHANKAN BAHASA DAERAH,” 2021 hlm 45.

²⁸ Hafied Cangara, “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi,” *Jakarta: Raja Grafindo Persada*, 2013, 33 hlm 22.



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.

dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bias dicapai, bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut.²⁹ Perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang perlu diperlukan dalam suatu kegiatan-kegiatan apapun, utamanya dalam memperkenalkan atau memasarkan produk, ide, dan gagasan. Setelah memahami proses perencanaan dan elemen-elemen komunikasi dalam suatu organisasi dapat ditemukan beberapa hal yang dapat merupakan masalah dalam perencanaan komunikasi.³⁰

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi sangat penting dilakukan. Perencanaan Komunikasi bisa digunakan dalam merancang sebuah program maupun memasarkan produk. Perencanaan komunikasi merupakan hal mendasar yang diperlukan dalam suatu kegiatan-kegiatan apapun, utamanya untuk memperkenalkan atau memasarkan produk, ide dan gagasan.

Dengan demikian, sebuah perencanaan komunikasi yang telah dibuat dalam bentuk blue print seharusnya :³¹

1. Memberi fokus terhadap pekerjaan yang akan dilaksanakan
2. Membantu untuk menentukan prioritas
3. Menjadi pegangan untuk selalu berada dalam tataran perencanaan dan pengendalin
4. Membantu dalam mendapatkan sumber daya manusia untuk mendukung implementasi program.
5. Memproteksi dari kebiasaan mengerjakan hal hal yang bersifat mendesak pada saat saat terakhir.

²⁹ Hafied Cangara, "Pengantar Ilmu Komunikasi," 2011 hlm 20.

³⁰ Amri Syarif Hidayat, "Perencanaan Komunikasi Hakekat Dan Implementasinya," *Solo: Pusaka Iltizam*, 2015 hlm 20.

³¹ Cangara, "Perencanaan Dan Strategi Komunikasi" hlm 50.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Perencanaan komunikasi harus mengacu pada konsep dasar perencanaan jangka panjang. Perencanaan jangka panjang yang dibuat dalam rentan waktu antara 10-25 tahun. Karena itu perencanaan komunikasi strategik selama jangka waktu tersebut harus mampu menempatkan suatu cita cita yang dilandasi filosofi,nilai,dan budaya organisasi dalam mencapai tujuan.³²

b. Model Perencanaan Komunikasi Cutlip dan Center

Model yang dibuat oleh cutlip dan center adalah model proses public relations dalam perencanaan komunikasi dengan melalui langkah langkah yaitu dimulai dengan penemuan fakta (*fact finding*), kemudian perencanaan (*planning*) selanjutnya komunikasi(*communication*),evaluasi (*evaluation*)³³

1) Penemuan fakta (*fact finding*)

Langkah ini harus dilakukan dengan riset untuk mengetahui bagaimana pendapat(opini) publik terhadap suatu masalah yang dihadapi organisasi,lembaga atau perusahaan. Langkah pertama ini melibatkan pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Langkah menentukan “Apa yang sedang terjadi sekarang?” dan berfungsi sebagai dasar acuan untuk melakukan pelaksanaan yang akan dilakukan.³⁴

2) Perencanaan (*planning*)

Perencanaan Informasi yang dikumpulkan pada langkah pertama digunakan untuk mengambil keputusan mengenai publik, tujuan, tindakan dan strategi komunikasi, taktik dan tujuan program. Langkah kedua ini menjawab, “Kami telah mempelajari situasi ini berdasarkan apa, apa yang harus diubah, dilakukan atau dikatakan”. Memiliki perencanaan yang baik untuk meminimalisasi kegagalan program kehumasan. Tahapan perencanaan dan penyusunan merupakan

³² Cangara “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi” hlm 54.

³³ Cangara “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi” hlm 72.

³⁴ Cangara “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi” hlm 73.

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.

upaya yang dilakukan untuk menentukan langkah selanjutnya yang sejalan dengan kepentingan publik³⁵

3) Komunikasi (*communication*)

Komunikasi Langkah ketiga melibatkan pelaksanaan program tindakan dan komunikasi yang telah dirancang untuk mencapai tujuan tertentu bagi setiap masyarakat untuk mencapai tujuan program. Pertanyaan pada langkah ini adalah, “Siapa yang akan melaksanakan dan memberi tahu Anda tentang program ini, serta kapan, di mana, dan bagaimana” Komunikasi yang dimaksudkan tidak semata berupa komunikasi verbal yang menuntut adanya tatap muka, tetapi bisa juga melalui komunikasi di ranah digital³⁶

4) Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi Tahap akhir proses meliputi kesiapan penilaian, pelaksanaan, dan hasil program. Penyesuaian dilakukan sejak program dilaksanakan, berdasarkan umpan balik evaluasi bagaimana program tersebut berhasil atau tidak. Program dapat dilanjutkan atau dihentikan berdasarkan pertanyaan "Bagaimana kami mengerjakannya atau bagaimana kami mengerjakannya". Usaha atau kegiatan untuk menentukan nilai suatu program atau kegiatan. Evaluasi berguna untuk memberikan pertimbangan terhadap program kehumasan.³⁷

2. Humas

a. Pengertian Humas

Menurut Onong U. Effendy humas adalah suatu organisasi yang berfungsi menyuarakan pesan-pesan yang seseorang percaya akan menciptakan, memelihara atau memperbaiki citra suatu organisasi dan bagaimana ia di wujudkan.³⁸ Dengan demikian, Humas merupakan suatu proses yang berfokus pada interaksi antara

³⁵ Cangara “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi” hlm 73.

³⁶ Cangara “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi” hlm 74.

³⁷ Fajrina Margareth Viruliana and Musliamin Musliamin, “CULTIP AND CENTER COMMUNICATION PLANNING MODEL IN DA’WAH PERSPECTIVE,” *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 8, no. 1 (2022): 113–22 hlm 24.

³⁸ Effendy, Onong Uchjana. KAMUS KOMUNIKASI. Bandung : PT. Mandar Maju. 1982.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

organisasi dan publiknya yang bertujuan agar hubungan baik jangka panjang antara kedua belah pihak dan juga merupakan kegiatan komunikatif yang unumapakah antara organisasi dan publiknya atau audiensnyakhalayak internal dan eksternal.³⁹

Humas adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan⁴⁰. John E. marston, public relation is planned, persuasive designed to influence significant public (humas adalah kegiatan komunikasi persuasive dan terencana yang didesain untuk memengaruhi publik yang signifikan).⁴¹ Jadi berdasarkan definisi-definisi tadi terdapatlah di dalam Humas itu suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, goodwill, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik suatu badan, khususnya masyarakat umumnya.

Penjelasan mengenai definisi Humas, penulis coba merumuskan secara lebih sederhana yaitu, Humas (PR) adalah fungsi manajemen komunikasi yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik antara suatu organisasi atau individu dengan berbagai stakeholder atau pemangku kepentingan, seperti pelanggan, media massa, karyawan, masyarakat umum, dan pemerintah. Tujuan utama dari humas adalah untuk memperoleh pemahaman dan dukungan dari publik, sehingga organisasi atau individu tersebut dapat mencapai tujuan mereka secara efektif dan berkelanjutan. Dalam melakukan kegiatan humas, biasanya dilakukan berbagai strategi komunikasi, seperti penerbitan berita, konferensi pers, acara publik, dan kampanye media sosial. Humas juga dapat membantu organisasi atau individu untuk membangun citra yang positif, mengelola krisis, dan meningkatkan reputasi mereka di mata publik.

³⁹ T.E. Ardhojo, "Peran Strategi Humas (Public Relation) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan", *Jurnal Ilmiah WIDYA*, Vol. 1, No. 1, 2013, h. 16.

⁴⁰ Rosady Ruslan, *Kiat Strategi Kampanye Humas*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), h. 5

⁴¹ Fullchis Nurtjahjani dan Shinta Maharani, *Humas Citra & Praktek*, (Malang: Polinema Press, 2018), h. 11.

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.



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.

b. Tugas Humas

Kegiatan Humas adalah tentang memastikan komunikasi timbal balik (komunikasi dua arah) antar lembaga masyarakat yang berusaha menciptakan kondisi untuk itusaling pengertian dan saling mendukung untuk mencapai tujuan, kegiatan produksi, politik, promosi lembaga atau citra positif kantor Kegiatan Humas sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap khalayak. Oleh karena itu, pekerjaan humas memiliki peran sangat penting untuk pelaksanaan tanggung jawab publik mereka yang memiliki hak untuk mencapai kondisi umum merangkul. Humas juga perlu mendapat perhatian transparan dan jujur kepada masyarakat yang membutuhkan informasi. Dengan transparansi atau keterbukaan, harus dapat mengembangkan dan membentuk umpan balik publik dan memberikan saran masukan untuk bisnis dan peserta menyampaikan citra organisasi secara tepat dengan realitas yang adadengan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu tugas Humas meliputi beberapa hal sebagai berikut:

1. Membangun citra positif perusahaan atau organisasi: seorang humas bertanggung jawab untuk membangun citra positif perusahaan atau organisasi di mata publik dan media. Ini dilakukan dengan mempromosikan pencapaian, kegiatan positif, dan meningkatkan pemahaman publik tentang visi, misi, dan nilai perusahaan.
2. Menjalin hubungan dengan media: seorang humas juga bertanggung jawab untuk menjalin hubungan yang baik dengan media. Ini termasuk memberikan informasi yang relevan dan akurat, menjawab pertanyaan media, dan mengatur konferensi pers atau acara media lainnya.
3. Membangun dan memelihara hubungan dengan pemangku kepentingan: seorang humas juga harus membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, seperti pelanggan, investor, pemerintah, dan masyarakat. Ini dilakukan dengan memastikan bahwa kepentingan mereka dipertimbangkan dalam kegiatan perusahaan dan komunikasi.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4. Menangani isu-isu yang muncul: Ketika perusahaan menghadapi isu-isu yang muncul, seorang humas bertanggung jawab untuk mengelola situasi tersebut. Ini termasuk mengembangkan strategi komunikasi yang tepat dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meminimalkan dampak negatif.
5. Mengembangkan materi humas: seorang humas juga harus mengembangkan materi humas, seperti siaran pers, brosur, materi presentasi, dan konten digital lainnya. Ini termasuk memastikan bahwa materi tersebut sesuai dengan citra dan pesan perusahaan.
6. Mengukur efektivitas humas: Akhirnya, humas juga bertanggung jawab untuk mengukur efektivitas kampanye humas. Ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan menganalisis kinerja kampanye untuk memastikan bahwa tujuan dan sasaran yang ditetapkan tercapai.

Profesi humas berperan sentral sebagai agen perubahan, bukan hanya disebabkan faktor kebijakan perusahaan yang menempatkan posisinya yang kurang strategis dalam manajemen, namun juga disebabkan beberapa faktor yang ada dalam diri/personal humas tersebut. Antara lain personal di bidang profesi humas harus memiliki: wawasan yang luas di bidang manajemen; pertimbangan yang matang untuk dapat mengambil keputusan secara matang; memahami dunia bisnis secara utuh; menguasai lingkungan sosial politik; dan memahami para stakeholder. Hal ini disebabkan beberapa masalah manajemen tidak hanya membutuhkan strategi komunikasi, melainkan membutuhkan perubahan manajemen yang lebih komprehensif.

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang atau kelompok terhadap suatu hal, ide, atau nilai yang diyakini benar dan dapat diandalkan. Kepercayaan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman, keyakinan agama, budaya, dan pendidikan. Beberapa ahli yang memberikan definisi mengenai kepercayaan antara lain:



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.

- a) Emil Durkheim, seorang sosiolog Prancis, menyatakan bahwa kepercayaan adalah suatu sistem simbolis yang terdiri dari tanda-tanda dan praktek-praktek yang menyatukan orang-orang dalam suatu komunitas.⁴²
- b) Clifford Geertz, seorang antropolog Amerika, mengemukakan bahwa kepercayaan adalah suatu sistem makna yang dipegang oleh masyarakat dalam menjelaskan makna hidup dan orientasi pada dunia.⁴³
- c) William James, seorang psikolog Amerika, menggambarkan kepercayaan sebagai suatu keyakinan yang ditujukan pada hal-hal yang tidak dapat dipastikan atau dibuktikan secara empiris.⁴⁴
- d) Martin Seligman, seorang psikolog positif, mengatakan bahwa kepercayaan adalah suatu keyakinan dalam kemampuan kita untuk mengatasi rintangan dan tantangan dalam hidup.⁴⁵

Kepercayaan sangat penting, terutama bagi penyedia jasa, karena mereka berjanji kepada pelanggan bahwa mereka akan membeliproduk tidak berwujud, dan konsumen akan membayar di muka mereka merasakannya. Kepercayaan penting untuk bisnis karena sebuah perusahaan tidak dapat membangun hubungan yang nyatatanpa ada kepercayaan. Dengan adanya kepercayaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena pelanggan cenderung memilih perusahaan jasa yang mereka percayai untuk memberikan layanan atau produk. Jika perusahaan dapat membangun kepercayaan dengan pelanggan, maka pelanggan akan lebih cenderung kembali menggunakan layanan atau produk perusahaan di masa depan. Tidak hanya itu dengan kepercayaan dapat meningkatkan reputasi. Perusahaan jasa dengan reputasi yang baik akan lebih mudah memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi reputasi

⁴² Durkheim, *The Elementary Forms of Religious Life* (Oxford: Oxford University Press, 1985).

⁴³ Clifford Geertz, *The Interpretation of Cultures: Selected Essays* (New York: Basic Books, 1973).

⁴⁴ William James, *The Varieties of Religious Experience* (New York: Longmans, Green, and Co, 1902).

⁴⁵ Martin Seligman, *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life* (New York: Pocket Books, 1998).



perusahaan jasa. Dengan demikian, kepercayaan menjadi sangat penting bagi perusahaan jasa dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis, serta meningkatkan reputasi dan produktivitas perusahaan.

Morgan dan Hunt dalam penelitiannya tentang hubungan bisnis dan pemasaran mengemukakan bahwa kepercayaan memiliki manfaat bagi kedua belah pihak dalam suatu hubungan bisnis. Berikut adalah beberapa manfaat kepercayaan menurut Morgan dan Hunt:⁴⁶

- a) Mengurangi ketidakpastian: Kepercayaan dapat mengurangi ketidakpastian yang mungkin muncul dalam suatu hubungan bisnis. Dengan mempercayai mitra bisnis, pihak yang terlibat dapat merasa lebih yakin dan tenang dalam melakukan transaksi bisnis.
- b) Meningkatkan kerjasama: Kepercayaan dapat meningkatkan kerjasama antara kedua belah pihak dalam suatu hubungan bisnis. Kedua belah pihak akan lebih cenderung bekerja sama dan saling membantu untuk mencapai tujuan bersama.
- c) Meningkatkan kualitas hubungan: Kepercayaan dapat meningkatkan kualitas hubungan antara kedua belah pihak. Dengan mempercayai mitra bisnis, kedua belah pihak dapat membina hubungan yang lebih harmonis dan saling menghormati.
- d) Meningkatkan kepuasan pelanggan: Kepercayaan dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan karena pelanggan akan lebih cenderung memilih perusahaan yang mereka percayai untuk memberikan layanan atau produk.
- e) Meningkatkan efisiensi dan efektivitas: Kepercayaan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu hubungan bisnis karena kedua belah pihak akan lebih cenderung bekerja dengan lebih efisien dan efektif.

⁴⁶ Morgan and Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing* 58, no. 3 (1994): 20–38.

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.



Menurut teori kepercayaan Mayer, kepercayaan terdiri dari tiga dimensi utama yaitu:⁴⁷

1. Kemampuan (*ability*): Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk melakukan tugas atau tanggung jawab yang diberikan. Orang akan lebih cenderung mempercayai individu yang dianggap memiliki kemampuan yang cukup untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan dengan baik.
2. Kebaikan (*benevolence*): Dimensi ini berkaitan dengan sifat baik hati, kejujuran, dan niat baik seseorang. Orang akan lebih cenderung mempercayai individu yang dianggap memiliki niat baik dan sifat baik hati dalam bertindak.
3. Integritas (*integrity*): Dimensi ini berkaitan dengan konsistensi dan kejujuran seseorang dalam bertindak. Orang akan lebih cenderung mempercayai individu yang dianggap konsisten dalam bertindak dan memiliki integritas yang tinggi dalam memegang nilai dan prinsip mereka.

Ketiga dimensi ini saling terkait dan mempengaruhi tingkat kepercayaan seseorang terhadap individu atau kelompok. Semakin tinggi kemampuan, kebaikan, dan integritas seseorang, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang diberikan oleh orang lain.

Faktor Pembentukan Kepercayaan Saat mengukur kepercayaan terhadap suatu merek, perlu ditentukan atribut dan manfaat merek tersebut. Dengan menjelaskan ketiga komponen sikap tersebut, pembahasan mengenai kepercayaan merek akan lebih lengkap, diantaranya yaitu:

- a. Kepercayaan sebagai Komponen Kognitif Kepercayaan konsumen terhadap suatu merek merupakan karakteristik yang diberikan oleh konsumen terhadap merek tersebut. Pemasar harus mengembangkan

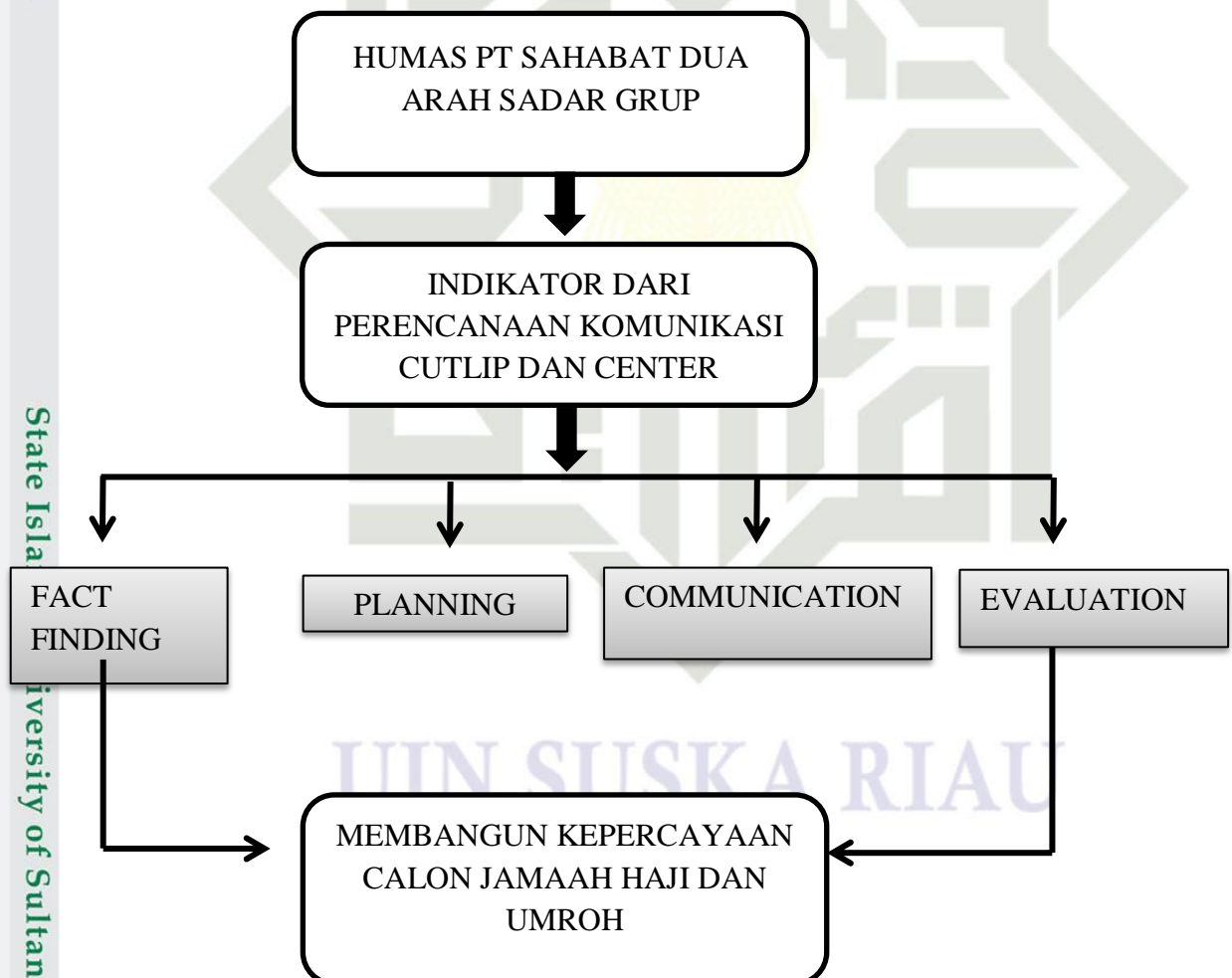
⁴⁷ F. David Schoorman Roger C. Mayer, James H. Davis, "An Integrative Model of Organizational Trust," *The Academy of Management Review* 20, no. 3 (1995): 709–34.

atribut dan keunggulan produk untuk membangun kepercayaan pada merek.

b. Komponen Afektif Evaluasi merek. Sikap konsumen yang kedua adalah evaluasi merek. Komponen ini mewakili evaluasi keseluruhan konsumen terhadap merek. Kepercayaan konsumen terhadap merek sangat beragam dimensional karena hal itu diterima dibenak konsumen.

c. Komponen Konatif. Niat membeli, komponen ketiga dari sikap adalah dimensi intensional, yaitu kecenderungan perilaku konsumen terhadap objek yang diukur dengan niat beli

2.4 Karangka Berfikir



Gambar 2.1 : Karangka berfikir

Sumber : Olah data peneliti 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

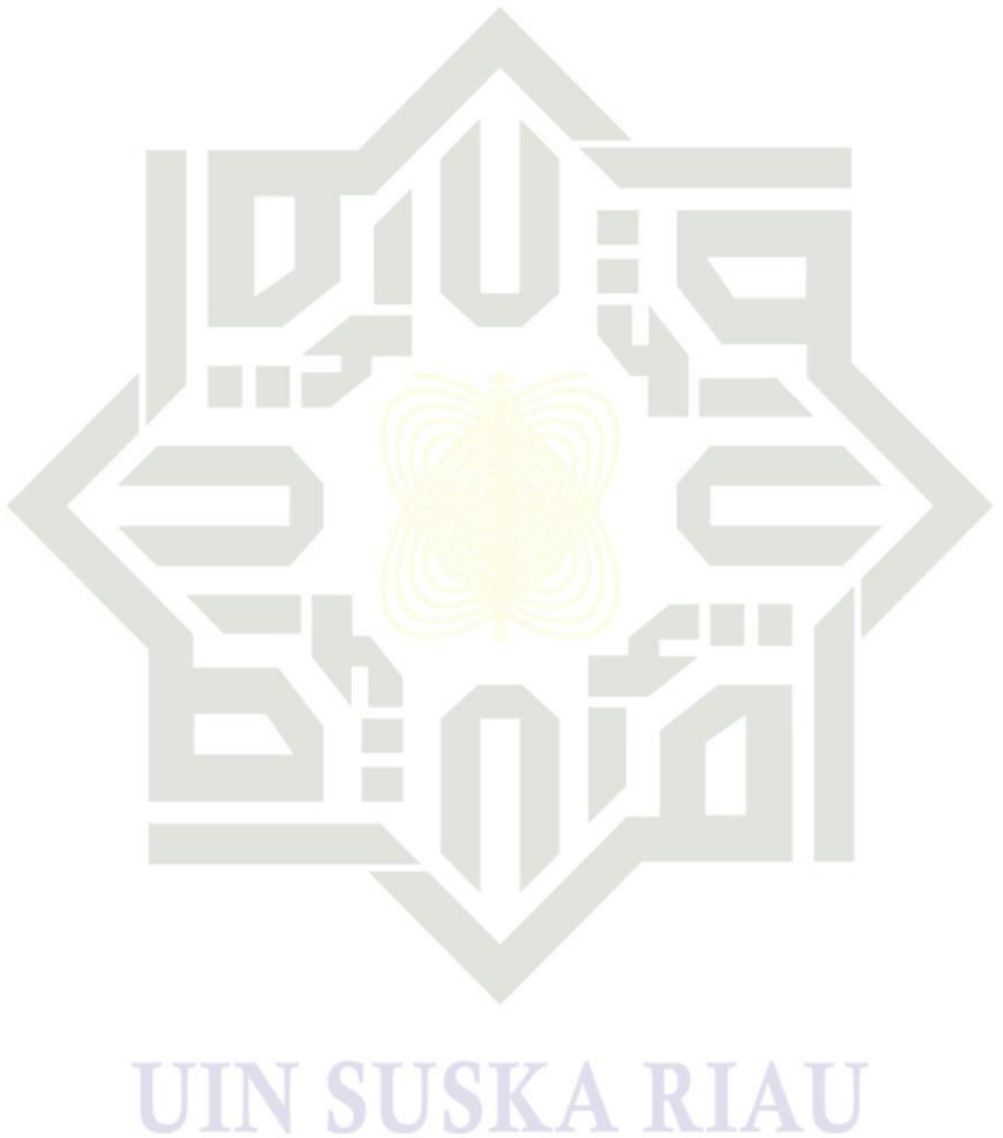
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini merupakan manajemen humas yang menjadi kerangka utama yang digunakan oleh peneliti sehingga peneliti dapat melihat bagaimana perencanaan komunikasi humas membangun kepercayaan jamaah di rokan hilir. menggunakan teori perencanaan komunikasi model cultip dan center.



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.



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.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian kualitatif deskriptif analisis. Penelitian kualitatif deskriptif analisis adalah sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena atau kejadian dalam sebuah konteks tertentu dengan tujuan untuk memahami atau mengungkapkan makna dari pengalaman atau perspektif individu atau kelompok. Penelitian kualitatif deskriptif analisis berfokus pada pengumpulan dan analisis data yang berkualitas dan mendalam dari informan atau partisipan penelitian. Data yang dikumpulkan biasanya berupa wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, dan rekaman audio atau video. Selanjutnya, data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan induktif atau deductive untuk menghasilkan temuan-temuan atau hasil penelitian.⁴⁸

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup yang berlokasi di Jl. Sungai segajah makmur Kec. Kubu kabupaten Rokan Hilir.. Adapun waktu penelitian dilakukan 17 sampai 20 Februari 2024.

C. Sumber Data Penelitian

Data yang dikumpulkan melalui penelitian ini adalah data yang sesuai menjadi dua jenis sebagai berikut :

1. Data Primer

Sumber data premier adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya baik itu perorangan, kelompok maupun organisasi, bisa berbentuk opini, hasil observasi dan kejadian. Adapun sumber data premier dalam penelitian ini diperoleh dari informan hasil wawancara peneliti, selain itu peneliti juga akan melakukan observasi secara langsung

⁴⁸ Lexi J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. 25 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

yang bertujuan untuk memahami focus penelitian terhadap objek penelitian.⁴⁹

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada dikeluarkan oleh PT Sahabat Dua Arah, umumnya berbentuk catatan atau laporan dokumen, rekaman, foto atau video yang diperoleh secara tidak langsung sebagai bahan pelengkap.

D. Informan penelitian

Informan penelitian ialah pelaku atau subjek yang bertindak sebagai profesional di dalam bidangnya dalam penelitian ini yang menjadi informan penelitian adalah pihak manajemen humas di PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup.

Pemilihan informan dalam penelitian menggunakan teknik purpose sampling yaitu cara penentuan informan yang ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Sampel yang dipilih adalah informan yang mampu memahami permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini serta dapat memberikan informasi yang luas dan dapat digunakan sebagai sumber data penelitian.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
1	Fani Patriani	Humas	Informan kunci
2	Lahmudin Lubis, S.Pd.I	Komisaris Utama	Informan pendukung
3	Suwanti	Mitra cabang	Informan pendukung
4	Pandawa	Jamaah	Informan pendukung

⁴⁹ Muchtar Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar* (Semarang: Wacana Press, 2009). Hal 165



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah metode mengumpulkan informasi tentang objek atau peristiwa yang ada terlihat atau dirasakan secara sensual. Dalam beberapa faktanya adalah bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui observasi memiliki tingkatan akurasi dan keandalan data yang lebih baik diperoleh melalui wawancara. Wawancaranya adalah kecenderungan informan untuk memberikan jawaban normatif Pada saat yang sama melalui pengamatan pengamat(pengamat) dapat langsung mengetahui keberadaan benda atauperistiwa yang diamatinya.⁵⁰ Dalam hal ini, penulis hadir langsung dalam pengajian bersama dan melakukan pengamatan pada website dan media sosial PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup.

2. Wawancara

Wawancara adalah Teknik ini dilakukan dengan bertanya langsung kepada informan atau partisipan penelitian untuk mendapatkan data berupa pandangan, pengalaman, dan pengetahuan mereka terkait topik penelitian. Selain itu, wawancara dapat digunakan untuk melacak fenomena tertentu dari perspektif orang yang terlibat (aktor) dan melacak penilaian atau pendapat orang.⁵¹ Dalam hal ini, penulis mewawancarai bapak hadi selaku humas PT Sahabat Dua Arah, Ibu wanti selaku General Manager Sales Departemen PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup dan Bapak miswadi serta bapak jumair selaku jemaah PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan menganalisis isi dokumen yang berhubungan dengan masalah yang

⁵⁰ Atwar Bajari, "Metode Penelitian Komunikasi", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hlm 97.

⁵¹ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif, Cet. Ke 1* (Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007).

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ditelepon.⁵² Yaitu dalam bentuk company profile, pdf, website, arsip-arsip, dan gambar yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen catatan peristiwa yang sudah beredar. Peneliti melihat arsip data jamaah yang menaruh kepercayaan perjalanannya pada PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup.

F. Validitas data

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif maka penemuan yang digunakan harus valid dan mempunyai bukti-bukti yang kuat serta tidak rekayasa. Uji validasi data penelitian kualitatif disebut juga dengan keabsahan data sehingga instrument atau alat ukur yang digunakan kurat dan dapat dipercaya. Untuk kevaliditasan data peneliti menggunakan analisis triangulasi data yang menganalisis jawaban dan meneliti kebenarannya dengan data empiris. Untuk mendapatkan data dan meningkatkan kevaliditasan data maka peneliti akan menggunakan pengambilan data yang akan menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi⁵³. Dengan demikian, triangulasi merupakan bukan untuk mencari kebenaran, akan tetapi meningkatkan pemahaman peneliti terhadap fakta dan data yang didapatkan.

G. Teknik analisis data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya.⁵⁴ Analisis data menurut Sugiyono adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat

⁵² Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Pustaka Belajar, 2016).

⁵³ Syaodih Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Karya, 2005), hal.121

⁵⁴ Moh Zamili., "Menghindari Dari Bias: Praktik Triangulasi Dan Kesahihan Riset Kualitatif". 02 (2015): 7.

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hakimia Stambik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain⁵⁵. Sedangkan menurut Moleong analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data⁵⁶

1. Reduksi data

Teknik analisis yang pertama dilakukan yaitu reduksi data. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemustan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka konseptual penelitian, permasalahan studi, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti⁵⁷.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.⁵⁸

3. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Alfabeta, 2018). Hal 482

⁵⁶ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 280-281.

⁵⁷ Ahmad Rijali, "ANALISIS DATA KUALITATIF," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* no. 33 (January 2, 2019): 91, <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.

⁵⁸ Rijali, 94.

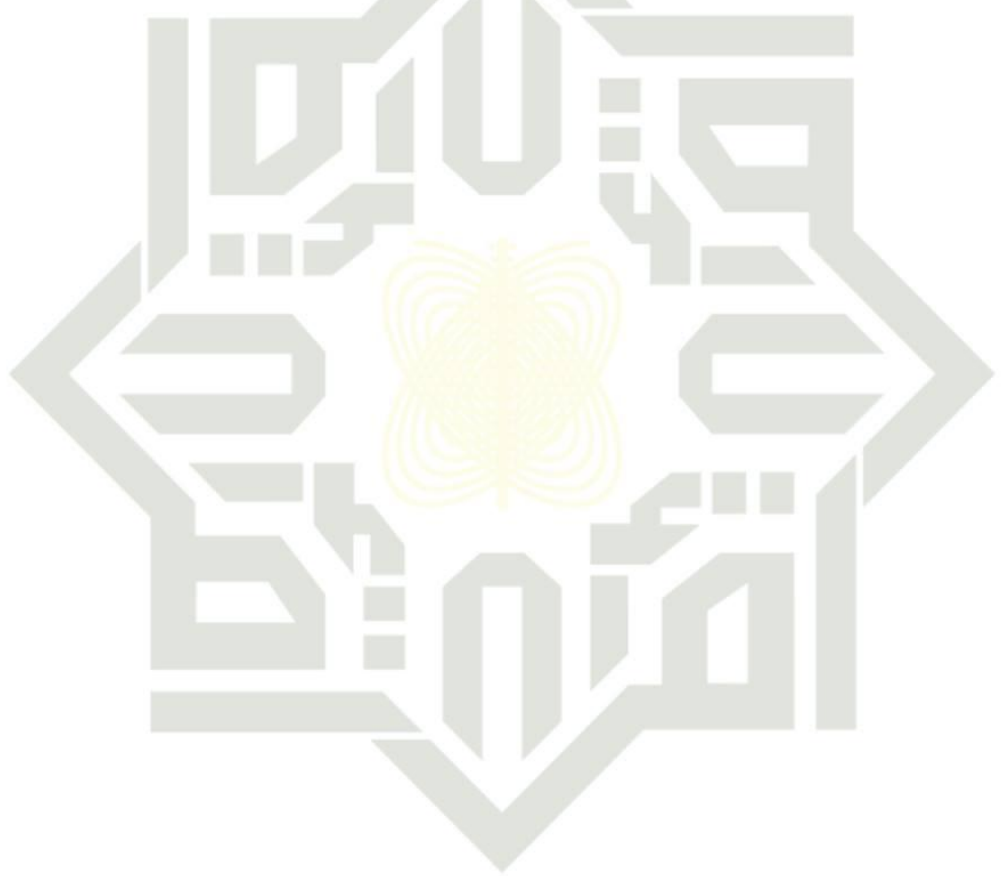
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang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

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



teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi.⁵⁹

Hasil reduksi data diolah sedemikian rupa supaya terlihat sosoknya secara lebih utuh. Ia boleh berbentuk sketsa, sinopsis, matriks, dan bentuk lainnya; itu sangat diperlukan untuk memudahkan pemaparan dan penegasan kesimpulan. Prosesnya, tidak sekali jadi, melainkan berinteraksi secara bolak balik. Baru kemudian data disajikan, dan kemudian disimpulkan dan diverifikasi.



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

⁵⁹ Rijali, 95.

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.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup

PT. Sahabat Dua Arah (Sadar Group Travel) adalah perusahaan travel umrah yang didirikan dengan cita-cita sukses dunia dan akhirat. Perusahaan ini lahir pada tahun 2018. Pada 02 Agustus 2021 sadar Group telah mengantongi izin operasi resmi dari kementerian agama. Dengan penuh harapan untuk kemaslahatan umat Islam. Perusahaan juga menawarkan berbagai pilihan destinasi liburan menarik domestik dan internasional, tentunya tergantung budget dan kebutuhan anggota. Akomodasi dan transportasi didukung penuh sepanjang perjalanan.

Salah satu keunggulan dari PT Sadar Grup ini sebagai biro perjalanan ialah benar benar membimbing jamaah untuk melaksanakan ibadah umrah sesuai tuntunan Al-Quran dan sunnah. Direktur PT Sadar Grup ikut menemani dan melepaskan keberangkatan jamaah bersama perwakilan dari kemenag sehingga ini membuat jamaah merasa terkesan.⁶⁰

d. Deskripsi Logo



Gambar 4.1 logo PT sadar group

Sumber : Dokumentasi

Logo PT Sadar Grup memiliki kombinasi warna kuning dan biru. Menurut psikologi warna, kuning melambangkan kegembiraan, harapan, optimisme, kreativitas, dan keceriaan sedangkan biru melambangkan stabilitas, kejelasan, dan

⁶⁰ “Company Profile PT Sahabat Dua Arah Sadar Group,” . halaman 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

kepercayaan. Warna juga memberikan kebahagiaan dan kejayaan sehingga warna ini dipilih untuk harapan dapat meningkatkan branding PT Sadar Grup. Dengan kombinasi warna kuning dan biru pada logo dapat menciptakan kesan yang segar, dinamis, dan menarik.⁶¹

e. Visi dan Misi

PT Sadar Grup memiliki visi yaitu menjadi penyelenggara umroh, Haji, dan Wisata halal diseluruh dunia dengan kualitas pelayanan yang terbaik sesuai bimbingan al-quran dan sunnah shahih. Memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh pelanggan dengan harga terjangkau serta berilmu, Beramal, dan Bertaqwa sukses dunia akhirat.

PT Sadar Grup memiliki misi yaitu komitmen dalam kualitas dan pelayanan hingga memberi manfaat dan kenyamanan masyarakat dalam kegiatan wisata religi, ibadah umroh dan haji. Menjadikan PT Sadar Grup sebagai media silaturahmi, berbagi ilmu pengetahuan dalam mengembangkan kreatifitas dan usaha yang menjadi solusi perekonomian umat dengan tujuan menjadi manusia yang bersyukur dan bertaqwa kepada allah SWT.⁶²

f. Produk Sadar Grup

Paket umroh dan haji adalah produk utama yang dijual oleh PT Sadar Grup setiap musimnya dapat memberangkatkan ribuan jamaah. PT Sadar Grup juga memiliki produk Wisata halal (Domestik dan internasional), PT Sadar Grup menjual visa umroh untuk memudahkan proses perjalanan umroh, PT Sadar Grup menjual tiket keberangkatan umroh hingga wisata halal untuk memudahkan proses perjalanan umroh, dan Produk PT Sadar Grup yang menjual berbagai macam oleh oleh khas saudi arabia seperti kurma, coklat, zam zam, dan lainnya sehingga memudahkan jamaah untuk membelikan oleh oleh keluarga.

⁶¹ wawancara dengan bapak Dwi selaku Departemen IT Media hari jumat, 26 januari 2024.

⁶² "Company Profile PT Sahabat Dua Arah Sadar Group" halaman 03.

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



Gambar 4.2. Produk PT sadar group

Sumber : Documentasi

g. Media sosial

PT Sadar Grup memiliki website yang dapat memudahkan calon jamaah haji dan umroh membooking online pembelian produk PT Sadar Grup dan juga perusahaan memberikan layanan informasi terbaru seputar PT Sadar Grup maupun edukasi perjalan unroh. Didalam website juga terdapat testimoni jamaah yang menarik kepercayaan perjalan ibadah dengan PT Sadar Grup. Adapun website nya yaitu: <https://sadartravel.com/>.

PT Sadar Grup memiliki media sosial instagram yang dapat mempermudah khalayak dalam melihat testimoni jama'ah yang pernah diberangkatkan oleh PT Sadar Grup, kemudian dengan media sosial instagram juga khalayak dapat melihat fasilitas dan pelayanan yang diberikan serta terdapat edukasi mengenai haji dan umroh pada media sosial instagram PT Sadar Grup yaitu :

	
<p>Instagram</p>	<p>Website</p>

Gambar 4.3. Media PT sadar group

Sumber : Documentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

h. Struktur organisasi

Struktur organisasi sebuah travel umroh terdiri dari beberapa departemen yang bertanggung jawab atas berbagai aspek penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh. Departemen tersebut meliputi departemen operational, departemen keuangan, Reservasi hotel, Humas, IT Media. Departemen dalam struktur organisasi travel umroh memainkan peranan penting dalam menyelenggarakan perjalanan ibadah umroh. Setiap departemen bekerja secara terintegrasi untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu memberikan layanan terbaik kepada jamaah. Dengan adanya struktur organisasi yang solid dan terpercaya diharapkan perjalanan umroh dapat berjalan lancar sesuai harapan.

Adapun peranan struktur organisasi travel umroh PT Sahabat Dua Arah (Sadar Grup) terdiri dari :

1. CEO & Diektur Utama Sadar Group
2. Departemen Operational

Merupakan penyelenggara dan mengelola aspek operational perjalanan , serta menanamkan rasa aman dan nyaman. Bertanggung jawab atas berbagai atas berbagai aspek teknis dan logistik perjalanan, termasuk manajemen transportasi, akomodasi,dan logistik lainnya.departemen ini juga terlibat dalam penyusunan prosedur standar operational (SOP), Melalui penerapan SOP yang ketat,departemen operational berperan dalam memastikan bahwa perjalanan umroh lancar, aman,dan sesuai standar yang ditetapkan.

3. Departemen Keuangan

Merupakan pengelola aspek keuangan perusahaan, termasuk laporan keuangan, audit,dan kelayakan finansial.

4. Staff Reservasi Hotel

Merupakan pengelola travel haji dan umroh yang bertanggung jawab melakukan reservasi kamar hotel di Mekah dan Madinah untuk memenuhi kebutuhan jamaah selama perjalanan. Selain itu, staff reservasi hotel juga

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.



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 dan tinjauan umum yang sah.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

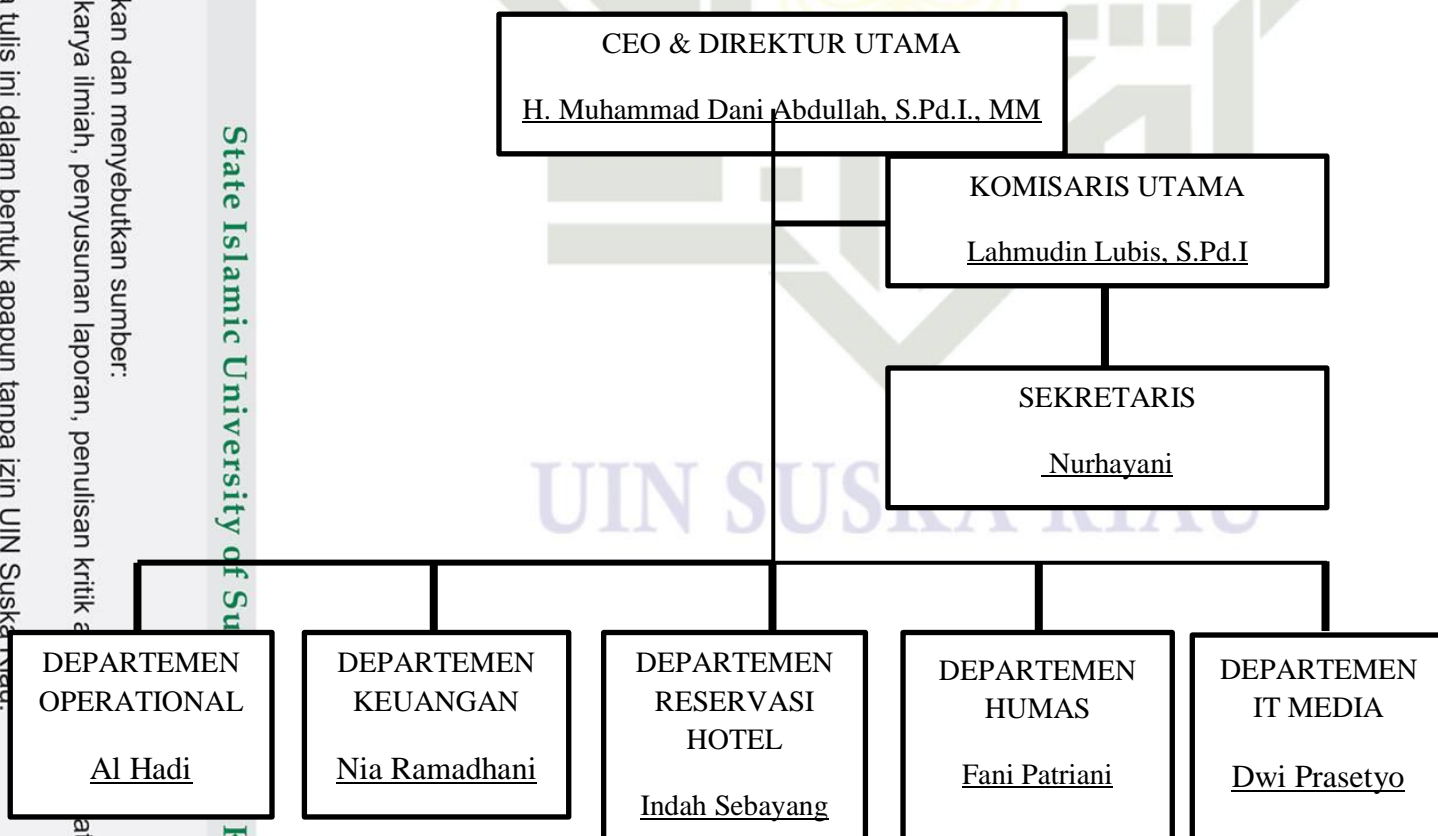
State Islamic University of Sumatra

Kasim Riau

harus memperhatikan kebijakan pembatalan dan perubahan jadwal yang berlaku di hotel yang di pesan.

5. Departemen humas
Merupakan departemen yang memiliki peran penting dalam membangun citra positif perusahaan. Departemen ini bertanggung jawab atas komunikasi dengan masyarakat, termasuk jamaah, media, dan pihak-pihak terkait lainnya. Humas juga memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat itu akurat dan transparan serta memperhatikan etika bisnis yang berlaku.
6. Staff IT Media
Merupakan departemen yang memiliki peran penting dalam bertanggung jawab atas pengelolaan teknologi informasi, pengembangan dan pemeliharaan situs web, manajemen media sosial serta penerapan strategi pemasaran digital.

STRUKTUR ORGANISASI PT SAHABAT DUA ARAH SADAR GROUP



**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.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menyimpulkan bahwa perencanaan komunikasi Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Group dalam membangun kepercayaan calon jama'ah Haji dan Umroh sudah terencana dengan baik dengan melihat fakta di masyarakat yaitu kekhawatiran mengenai agen travel berbahaya yang tidak bertanggung jawab sehingga membuat masyarakat resah dan meragukan agen travel umroh lainnya yang memang sudah berlegalitas resmi. Maka dari itu PT Sahabat Dua Arah melakukan perencanaan berupa meningkatkan fasilitas dan pelayanan, membangun personal branding di media sosial dan berencana memperluas mitra cabang. Perencanaan akan dikomunikasikan kepada setiap mitra cabang dengan memberikan pelatihan kerja seputar perkembangan PT Sahabat Dua Arah dan memberikan bonus kepada mitra cabang yang berhasil mencapai target yang diberikan, sehingga setiap mitra cabang akan lebih berupaya dalam menyampaikan keunggulan PT Sahabat Dua Arah. Selanjutnya PT Sahabat Dua Arah melakukan evaluasi berupa kunjungan langsung setiap bulannya untuk melihat apakah program perencanaan kerja terlaksana dengan baik.

Dalam membangun kepercayaan calon jama'ah haji dan umroh diperlukan keterlibatan masyarakat dimana PT Sahabat Dua Arah Sadar Group melibatkan masyarakat dalam agenda edukasi mengenai Haji dan Umroh bukan hanya pada saat manasik saja melainkan ada jadwal tersendiri untuk agenda tersebut. Dengan adanya agenda tersebut PT Sahabat Dua Arah Sadar Group dapat membangun kepercayaan jama'ah untuk mendaftar haji atau umroh menggunakan jasa travel Sadar Goup.

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.

B. Saran

Dalam pengawasan penulis dilapangan tentang manajemen Humas PT Sabat Dua Arah Sadar Group dalam membangun kepercayaan calon jama'ah haji dan umroh ada hal yang menjadi saran penulis :

1. Diharapkan Humas lebih siap menghadapi potensi krisis dan memiliki rencana yang jelas dalam mengelola krisis tersebut. Respons cepat, transparan dan bertanggung jawab dalam menghadapi situasi sulit dapat memperkuat kepercayaan jamaah.
2. Diharapkan Humas dapat mengembangkan media sosial bukan hanya di website dan instagram saja melainkan bisa dengan menambah media sosial lain yang sekiranya khalayak lebih cenderung membuka media sosial tersebut. Hal tersebut dapat membangun kepercayaan jama'ah.
3. Diharapkan Humas melakukan pendekatan personal dan empati dengan merespon kebutuhan individual, dan menunjukkan perhatian yang tulus hal ini dapat memperkuat hubungan kepercayaan calon jama'ah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Fatimah. “Efektivitas Marketing Public Relation Dalam Membangun Citra Merek Perusahaan Jasa Telekomunikasi.” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis* 1, no. 1 (2017): 1–9.
- allianz. “Awat Tertipu! Begini Trik Memilih Jasa Travel Umrah Yang Aman,” n.d. <https://www.allianz.co.id/explore/awat-tertipu-begini-trik-memilih-jasa-travel-umrah-yang-aman.html>.
- Arah, PT. Sahabat Dua. “Tentang Sadar Group Travel,” 2021.
- BPKH, Humas. “Jumlah Jamaah Umroh 2022 Berkali-Kali Lipat Dibandingkan Jamaah Haji Setiap Tahunnya,” 2022.
- Cangara, Hafied. “Pengantar Ilmu Komunikasi,” 2011.
- . “Perencanaan Dan Strategi Komunikasi.” *Jakarta: Raja Grafindo Persada*, 2013, 33.
- “Company Profile PT Sahabat Dua Arah Sadar Group,” n.d.
- Durkheim. *The Elementary Forms of Religious Life*. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- Fatih M. “Implementasi Manajemen Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah (Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Neger 2 Ponorogo),” 2019, 38–39.
- Fazli, Muchtar. *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Fita, Almayra Cesa Dinnur. “Peran Media Relations Dalam Membangun Citra Positif PT.Jico Agung Indonesia.” *Media Communication*, 2022.
- Geertz, Clifford. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New York: Basic Books, 1973.
- Hiayat, Amri Syarif. “Perencanaan Komunikasi Hakekat Dan Implementasinya.” *Solo: Pustaka Iltizam*, 2015.
- Hunt, Morgan and. “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing.” *Journal of Marketing* 58, no. 3 (1994): 20–38.
- Ibu Fani Patriani. “Wawancara,” n.d.
- Indonesia, CNN. “Penipu Ratusan Jamaah Umrah Ditangkap Di Bogor, Kerugian Rp1,8 Miliar,” 2023.

- Hak Cipta Diindungi 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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Ismaulidina, Isma, Effiati Juliana Hasibuan, and Taufik Wal Hidayat Wal Hidayat. "Strategi Komunikasi Public Relation Dalam Membangun Citra Dan Kepercayaan Calon Jemaah Haji Dan Umroh." *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)* 2, no. 1 (2020): 12–17. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i1.175>.
- Jamen, William. *The Varieties of Religious Experience*. New York: Longmans, Green, and Co, 1902.
- Kherotunniswah, Luthfi. "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga." *Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 2 (2020): 176–89. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2020.10.2.176-189>.
- Maulana, Tommy. "Ayat Tentang Haji Dan Umroh Dalam Al Quran," 2019.
- media center. "156 Jemaah Asal Rokan Hilir Akan Berangkat Ke Tanah Suci, Yang Tertua Berumur 65 Dan Termuda 19 Tahun," n.d. <https://mediacenter.rohilkab.go.id/view/156-jemaah-asal-rokan-hilir-akan-berangkat-ke-tanah-suci-yang-tertua-berumur-65-dan-termuda-19-tahun>.
- Meleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet. 25*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Middleton, John. "STRATEGI KOMUNIKASI KANTOR BAHASA PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM MEMPERTAHANKAN BAHASA DAERAH," 2021.
- Moh Zamili. "Menghindari Dari Bias: Praktik Triangulasi Dan Kesahihan Riset Kualitatif." 02 (2015): 7.
- Meleong, Lexi J. *Metode Penelitian Kualitatif*, 280AD.
- Noor, Muhammad. "Haji Dan Umrah." *Jurnal Humaniora Teknologi* 4, no. 1 (2018): 38–42. <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif, Cet. Ke 1*. Yogyakarta: Pelangi Aksara, 2007.
- Rahayu, Puji, and Novi Trisnawati. "Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* 10, no. 2 (August 8, 2022): 124–39. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p124-139>.
- Ramadani, Fitri, and Susi Andriani. "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Pameran Indonesia International Motor Show (Iims)." *Jurnal Audience* 4, no. 01 (2021): 38–59. <https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4203>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

- Rahmadika, Hary, and Muhd Ar Imam Riauan. "Manajemen Corporate Social Responsibility GraPari Kota Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat" 1, no. 1 (2022).
- Rizali, Ahmad. "ANALISIS DATA KUALITATIF." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17, no. 33 (January 2, 2019): 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>.
- Roger C. Mayer, James H. Davis, F. David Schoorman. "An Integrative Model of Organizational Trust." *The Academy of Management Review* 20, no. 3 (1995): 709–34.
- Sari, RA Putri Mustika. "STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM UPAYA MEMBANGUN CITRA PT. PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE" 3, no. 2 (2020).
- Seligman, Martin. *Learned Optimism: How to Change Your Mind and Your Life*. New York: Pocket Books, 1998.
- Siti Aminatun and Ahyar. "Kontribusi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Wali Siswa Kepada Sdit Bias Giwangan Yogyakarta." *AL-FAHIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (March 11, 2019): 24–47. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v1i1.48>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, and Mifrohatul Musyarofah. "PERAN HUMAS DALAM PENGEMBANGAN PENDIDIKAN TINGGI." *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan* 2, no. 1 (June 2, 2018): 11–23. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5122>.
- Violiana, Fajrina Margareth, and Musliamin Musliamin. "CULTIP AND CENTER COMMUNICATION PLANNING MODEL IN DA'WAH PERSPECTIVE." *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 8, no. 1 (2022): 113–22.
- Wawancara dengan bapak Dwi selaku Departemen IT Media hari jumat, 26 januari 2024, n.d.
- Wawancara dengan Bapak Lahmudin selaku Komisaris Utama hari Minggu 4 Februari 2024, n.d.
- Wawancara dengan Bapak Pandawa Hari Rabu 23 Februari 2024, n.d.
- Wawancara Dengan Ibu Fani Patriani Selaku Humas Hari Rabu, 7 Februari 2024, n.d.



Wawancara dengan Ibu Suwanti selaku mitra cabang PT Sadar Group, February 10, 2024.

Wawancara Pra riset dengan Humas PT sahabat dua arah pada hari senin 24 april 2023, n.d.

Widiasavitri, Ratna Devy Winayanti dan Putu Nugrahaeni. “Hubungan Antara Trust Dengan Konflik Interpersonal Pada Dewasa Awal Yang Menjalani Hubungan Pacaran Jarak Jauh.” *Jurnal Psikologi Udayana* 3, no. 1 (2016): 10–19.

Widajanto, Kenmada. “Perencanaan Komunikasi: Konsep Dan Aplikasi.” *Bandung: Ultimus*, 2013.

Widoyoko. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Pustaka Belajar, 2016.

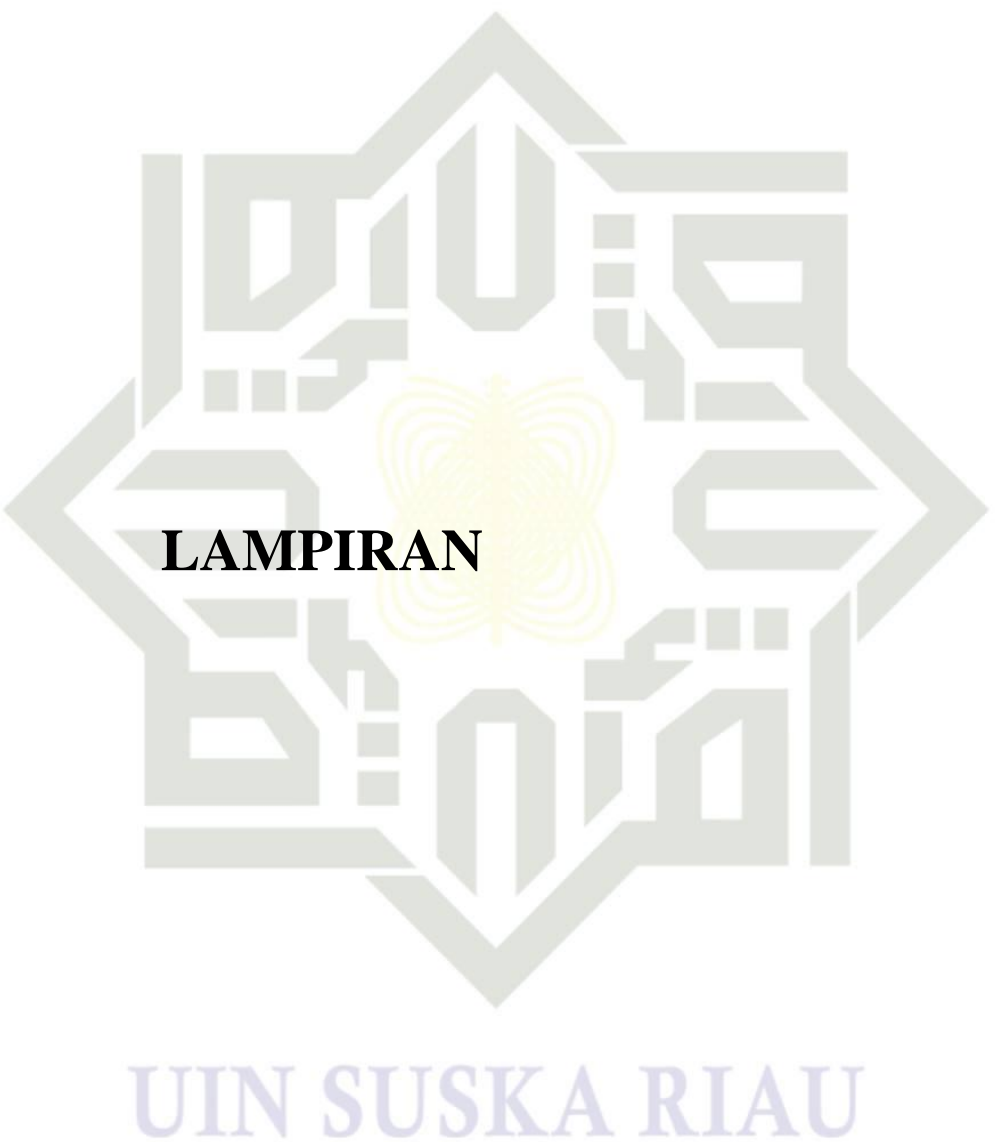
wikipedia. “Haji Dan Umroh,” mei 2023. <https://id.wikipedia.org/wiki/Haji>.

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.



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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

LAMPIRAN 1

Transkrip Wawancara Manajer Humas, Komisaris Utama, Mitra Cabang, dan Jama'ah PT Sahabat Dua Arah Sadar Group

PEDOMAN WAWANCARA

Manajemen Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup dalam membangun Kepercayaan Jama'ah Haji dan Umroh

Hari : Rabu, 7 Februari 2024

Lokasi : Melalui telepon dan Whatsaap

Humas (Fani Patriani)

Informan 1

1. Apakah PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup pernah mengalami krisis kepercayaan? Jika pernah bagaimana upaya mengalami masalah tersebut?

“ ya dek pernah mengalami krisis kepercayaan itu saat covid kemaren alhamdulillah bisa diatasi dengan berbagai upaya salah satunya meningkatkan fasilitas dan pelayanan kesehatan dikantor pusat dan bekerja sama dengan paa tenaga kesehatan juga ”

“kalau penipuan emang kerap terjadi de apalagi industri ini kan emang lagi marak maraknya dimasyarakat jadi banyak yang memanfaatkan situasi ini dengan persaingan harga murah biasanya masyarakat akan lebih tergiur untuk daftar”

“kalau kami memang harga mahal tapi kualitas yang kami berikan bukan main main de mulai dari fasilitas sampai pelayanan yang kami berikan emang mantap.”

2. Bagaimana upaya perencanaan yang humas lakukan dalam membangun kepercayaan jama'ah?

“perencanaan yang cukup matang. Untuk itu ada yang namanya perencanaan jangka pendek,jangka menengah dan jangka panjang. Perencanaan jangka pendek yang dilakukan PT Sahabat Dua Arah Sadar Group dalam waktu dekat ini ialah lebih meningkatkan kualitas pelayanan kita dari pada kemarin-kemarin. Untuk

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.

membangun kualitas pelayanan lebih baik lagi, lebih terdepan lagi, dan lebih unggul lagi dari pada sebelumnya. Karena dengan adanya kualitas layanan yang lebih baik pasti dapat meningkatkan kepercayaan khalayak. Untuk jangka menengah yaitu membuat program yang beredukasi haji dan umroh untuk calon jamaah sehingga travel kita bukan hanya dikenal terhadap kualitas pelayanan aja yang baik namun juga memiliki pelayanan edukasi yang baik dan Ustadz yang memberikan materi juga yang telah berpengalaman. Program edukasi ini juga dilakukan pada media sosial instagram sehingga dapat meningkatkan branding di media sosial. Sementara untuk jangka panjang nya travel sadar ingin membuka cabang di seluruh Indonesia namun untuk saat ini kantor representatif nya yang aktif ada di Batam dan di Jakarta namun untuk rekan kerja sudah menyebar hampir seluruh Indonesia termasuk diriau kan sudah ada.

3. Bagaimana komunikasi pada PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup apakah sudah sesuai dengan kinerja masing-masing divisi?

“Berhubungan dengan organisasi PT Sahabat Dua Arah Sadar Group saat ini posisi penempatan kerja atau fungsi masing-masing karyawan sudah cukup bagus dikarenakan sudah pada tugas masing-masing dan tidak ada istilah double job lagi itu membuat karya lebih fokus untuk meningkatkan citra dan reputasi Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Group sebelum kami menerima karyawan juga ada yang namanya seleksi berkas guna melihat bagaimana pengalaman mereka dan latar belakang pendidikannya”

“Upaya yang dilakukan oleh PT Sahabat Dua Arah dalam memotivasi karyawan untuk membangun kepercayaan jama'ah selama 2 tahun ini biasanya dilakukan dengan melakukan seminar yaitu pelatihan kerja yang baik kepada setiap departemen maupun mitra yang tersebar di setiap cabang sehingga dapat meningkatkan

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.

**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.

kualitas pelayanan dan kepercayaan dan pengembangan mitra usaha juga dilakukan agar dapat memperluas jangkauan promosi dan pelayanan kepada jamaah diluar kota bukan itu saja pengembangan peran tour leader juga dapat memberikan pendampingan yang baik kepada jamaah sehingga jama'ah dapat merasa nyaman ketika didampingi tour leader yang berpengalaman”

4. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Humas?

“Biasanya dalam sebulan sekali direktur bersama dengan saya rajin tu keliling untuk memeriksa cabang-cabang meminta saran-saran dari mereka, menanyakan apa kendala kendala mereka. Dan pastinya sudah terjadwal biasanya disetiap cabang kota sampai 4 atau 5 hari dalam berbincang mengenai kendala dan saran yang dibutuhkan. Tentunya juga ada masukan yang diberikan oleh mitra cabang dalam mengatasi setiap permasalahan yang ada”

Hari : Minggu, 4 Februari 2024

Lokasi : Masjid manasik Tanah Putih, Whatsaap, Telpon

Komisaris Utama(Lahmudin Lubis, S.Pd.I)

Informan 2

1. Apakah PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup pernah mengalami krisis kepercayaan? Jika pernah bagaimana upaya mengalami masalah tersebut?

“Secara kasat mata pernah terjadi penurunan kepercayaan calon jama'ah yaitu pada saat Covid 2019 saat itu PT Sadar baru di bangun. Banyak calon jama'ah yang menghawatirkan keberangkatan dan kesehatan dikarenakan covid sedang marak-maraknya namun alhamdulillah pada saat itu berhasil ditangani dengan perencanaan fasilitas pelayanan vaksinasi dengan melayani proses vaksinasi calon jamaah yang akan berangkat dan kami menyediakan tempat dikantor untuk jama'ah yang belum melakukan vaksin bukan hanya itu saja tetapi juga tes kesehatan



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.

lainnya sehingga jama'ah yakin dan percaya bahwa akan selamat.”

2. Bagaimana upaya perencanaan yang dilakukan dalam membangun kepercayaan jama'ah?

“Untuk perencanaan itu lebih pada manajemen yang bagus dan branding. Menurut saya branding itu ada dua yaitu sarana dan prasarana termasuk akreditasi, kualitas hotel, bus, pesawat, makanan dan lain-lain. Yang kedua adalah figur. Figur itu adalah ustadz yang dianggap berpengaruh terhadap kepercayaan jama'ah”

3. Bagaimana pengkomunikasi pada PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup apakah sudah sesuai dengan kinerja masing-masing divisi?

“Dalam penempatan posisi kerja itu dibutuhkan orang yang telah berpengalaman dan yang pasti bersinergi serta melihat dari posisi apa yang dibutuhkan. Misalnya perusahaan membutuhkan IT Media Maka orang yang mengisi posisi tersebut merupakan orang yang berpengalaman dalam mengelola media dan alhamdulillah untuk saat ini setiap departemen sudah menguasai pekerjaannya sesuai fungsi mereka”

“Dalam menjalankan bisnis travel umroh ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi stimulasi karyawan dalam membangun kepercayaan calon jamaah salah satunya adalah persaingan yang ketat di industri travel yang membuat motivasi karyawan menurun sehingga menurunnya semangat karyawan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik. Kalau menurut ustadz dalam menstimulasi anggota tim lebih cenderung bonus khususnya bagi personil yang sudah kenal di beberapa travel. Kalau rekan baru dampak seminar sedikit lebih cenderung kepada bonus yang ada”

4. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Humas?

“Mengenai pengawasan saya lebih kepada melihat kendala setiap mitra cabang dalam mengedukasi calon jama'ah misalnya saya



diundang oleh mitra cabang untuk langsung memberikan materi mengenai umroh saat manasik nah pada saat itu biasanya mitra cabang selalu membicarakan mengenai kendala dalam membangun kepercayaan khalayak untuk melakukan perjalanannya menggunakan travel kita”

Hari : Hari Sabtu, 10 February 2024

Lokasi : kantor cabang Rokan Hilir

Komisaris Utama(Suwanti)

Informan 3

1. Apakah PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup pernah mengalami krisis kepercayaan? Jika pernah bagaimana upaya mengalami masalah tersebut?

“ kalau dirok hilir itu ndok banyak sekali masuk agen travel yang ga bertanggung jawab dari ibuk tau daerah rokan hilir itu tahun 2019 ibuk cuma sedikit orang yang daftar. Masyarakat disana itu wes ditipu ada yang duit nya ga balik ada yang berangkat dengan harga murah tapi ga dapet pelayanan yang bagus ada yang hotelnya jauh harus naik bus dan bayar bus lagi. Itu membuat masyarakat takut untuk percaya degan travel umroh kita. Ya jadi PR buat sadar grup meyakinkan jamaah supaya percaya”

“bahkan ada yang cerita dengan ibuk bahwa uda daftar dan berangkat sampe di malaysia malah jamaahnya dibiarkan rupanya kata agennya uda habis uangnya. Kalau untuk nama travelnya ibuk ga mau ngasih tau ya ndok.”

2. Bagaimana upaya perencanaan yang humas lakukan dalam membangun kepercayaan jama'ah?

“Saya selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada jamaah yang saya bawa mulai dari saya datang kerumah calon jamaah dengan memberikan edukasi mengenai Umroh dan Haji dikarenakan banyak orang berfikir bahwa pergi ketanah suci itu hanya untuk orang yang punya uang saja padahal pada dasarnya pergi ketanah suci merupakan rukun islam yang ke lima dan orang yang pergi kesana merupakan panggilan dari Allah SWT. Untuk itu saya sebagai orang yang memberikan jalan kepada

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.



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.

jamaah yang ingin berangkat ketanah suci saya harus bertanggung jawab penuh atas mereka mulai dari perlengkapan, fasilitas sampai dengan keselamatan mereka menjadi prioritas saya”

3. Bagaimana pengkomunikasian pada PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup apakah sudah sesuai dengan kinerja masing-masing divisi?

“saya rasa pengorganisasian sudah bagus karna sekarang saya selaku mitra cabang ikut merasakan bagaimana pekerjaan itu sudah dihandle oleh orang berpengalaman contohnya bagian IT Media sekarang sudah bisa membagikan konten yang akan dipost oleh setiap rekan”

“Selama saya menjadi mitra PT Sadar Group saya sering menghadiri seminar yang diadakan biasanya topik nya membahas strategi pemasaran, komitmen dan motivasi, binaan sosial ini biasanya berhubungan dengan anak yatim dan muaf karna kita punya yayasan nya sendiri. PT Sadar Group juga memberikan bonus berupa fee atau free sehingga dapat memotivasi saya dalam berupaya membangun kepercayaan calon jama'ah untuk menggunakan jasa travel Sadar Group. Untuk sejauh ini alhamdulillah sudah banyak bonus yang saya dapatkan. bukan hanya kami sebagai mitra namun jama'ah yang pernah menggunakan jasa Travel Sadar juga diberikan kesempatan untuk mendapatkan bonus”

4. Bagaimana pengawasan yang dilakukan Humas?

“Biasanya kalau pengawasan itu selalu ada disetiap jadwal keberangkatan biasanya saat manasik, seminar, bahkan terkadang Direktur dan komisaris yaitu ustadz dani dan ustadz lahmudin ikut menemani keberangkatan jama'ah dari bandara kualanamo sampai dengan di mekah dan kembali lagi ke indonesia beliau kebersamai jama'ah ya tujuannya supaya benar benar menyaksikan dan merasakan bagaimana kualitas fasilitas yang diberikan nah dengan adanya beliau juga membuat jama'ah lebih



yakin dan percaya dengan PT Sadar”

Hari : Hari Jum'at, 23 February 2024

Lokasi : Rumah jama'ah di Teluk Bano 1

Jama'ah (Pandawa)

Informan 4

1. Apa yang menjadi alasan bapak untuk memilih travel Sadar Group menemani perjalanan umroh bapak?

“Beberapa travel umroh sering menawarkan saya untuk berangkat ketanah suci dengan berbagai harga yang ditawarkan tapi saya lebih suka dengan travel sadar group karena saya dilayani dengan fasilitas terbaik mulai sejak mendaftar menyusun perlengkapan, manasik, sampe mau berangkat”

2. Bagaimana pelayanan yang diberikan Sadar Group? apakah memuaskan?

“sangat memuaskan, Buk wanti itu dateng kerumah untuk ngecek barang yang kurang supaya saya ga kesusahan disana. Sampe di bus makanan saya di perhatiin juga dan yang saya paling suka ustadz yang menjelaskan itu sangat jelas cerita sejarah nya. Sampe dirumah juga masih di tanyakan kabar nya saya. sampe sangking saya percaya sama travel ini anak saya ke 3 nya uda daftar umroh sama buk wanti”

3. Apakah bapak mendapat penawaran bonus yang diberikan oleh Sadar Group

“Saya mendapatkan penawaran oleh PT Sadar untuk mendapatkan bonus ketika saya berhasil memiliki jama'ah yang ditargetkan. Alhamdulillah saya berhasil maka dari itu saya dapat umroh gratis. Saya berhasil mencapai target itu dikarenakan memang fasilitas dan pelayanan di PT Sadar ini memang TOP sekali cukup dengan saya bercerita pengalaman saya disana orang dikampong ini percaya dengan travel ini.”

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.



LAMPIRAN 2 REDUKSI DATA

No	Indikator	responden	Hasil wawancara
1.	<i>Fact Finding</i> (Penemuan Fakta)	1.Fani Patriani 2.Lahmudin Lubis, S.Pd.I 3.Suwanti 4.Pandawa	penemuan fakta di Rokan Hilir oleh PT Sahabat Dua Arah Sadar Group, Rokan Hilir merupakan tempat yang menjadi masuknya agen travel umroh yang tidak bertanggung jawab yaitu uang masyarakat yang mendaftar tidak dikembalikan atau bahkan tidak ada keberangkatan oleh travel agen tersebut. Kemudian juga ada agen travel yang tidak bertanggungjawab mengenai kualitas pelayanan yang diberikan seperti bus yang harus membayar lagi, jarak hotel yang jauh, fasilitas hotel yang kurang memadai, tidak ada tour leader, makanan yang tidak diperhatikan. Melihat jamaah yang mendaftar kebanyakan orang tua maka ada kekhawatiran tersendiri yang dimiliki jamaah yaitu ketidakmampuan memahami apa yang dilakukan saat umroh, apa yang dipersiapkan saat berada di tanah suci.
2.	<i>Planning</i> (perencanaan)		Perencanaan yang dirumuskan oleh Humas dalam membangun kepercayaan yaitu dalam bentuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

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.

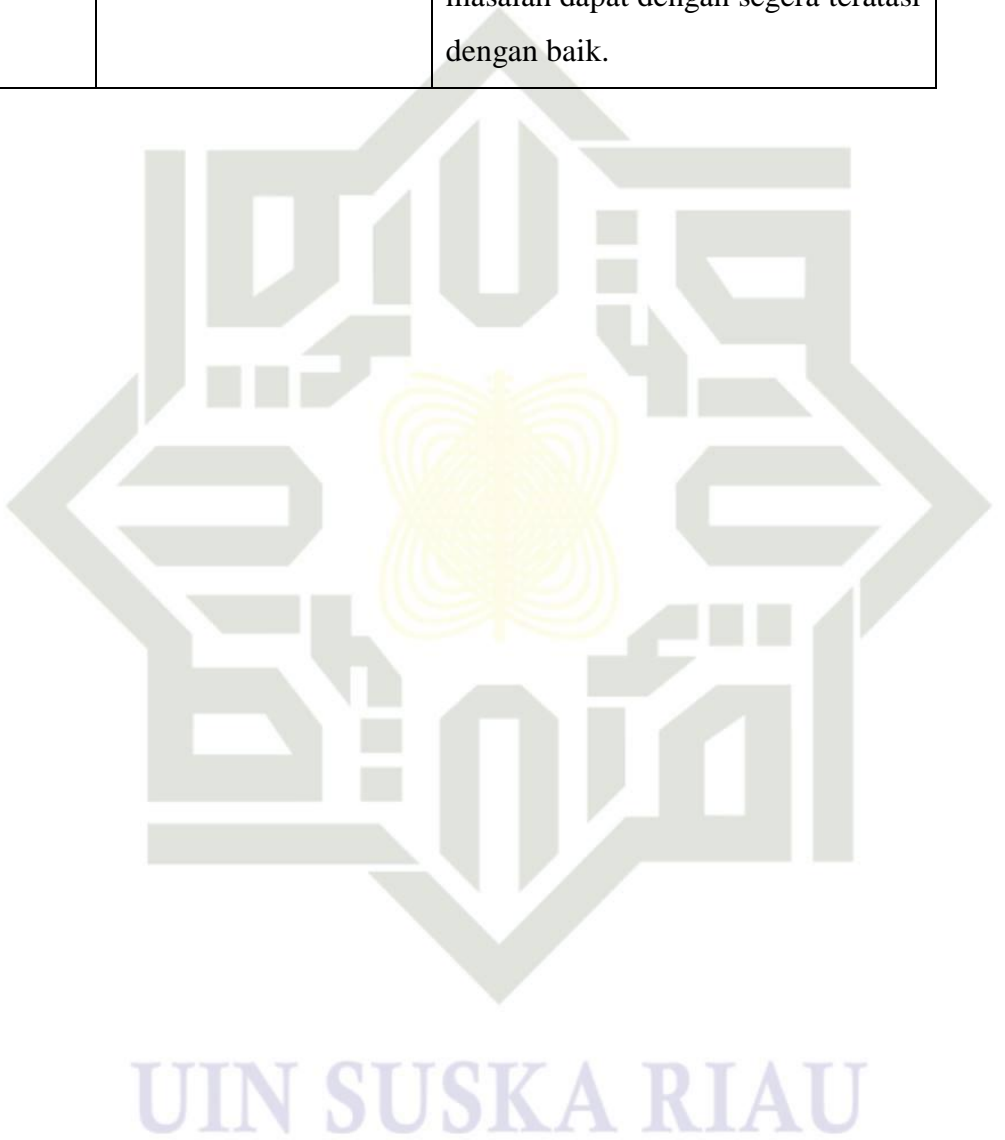
© Hak cipta milik UIN Suska Riau			meningkatkan dan mengembangkan fasilitas dan pelayanan PT Sadar Group, mengembangkan program edukasi haji dan umroh dengan tour leader berpengalaman, dan membuka cabang diseluruh indonesia serta menambah rekan mitra disetiap cabangnya.
2	<i>Communication</i> (Komunikasi)		Komunikasi yang dilakukan Sesuai dengan perencanaan PT Sadar Group yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas dilakukan pelaksanaan berupa seminar dan bonus kepada setiap mitra cabang sehingga mitra cabang dapat dengan sempurna menyampaikan perkembangan kualitas PT Sadar Group kepada calon Jama'ah. Kemudian dengan adanya bonus dapat menambah motivasi kerja terhadap rekan dalam membangun kepercayaan calon jama'ah.
4	<i>Evaluation</i> (evaluasi)		Pengawasan dilakukan dalam sebulan sekali disetiap cabang nya bahkan sampai ikut kebersamai keberangkatan umroh ketanah suci, pengawasan dilakukan oleh Humas, Komisariss Utama bersama dengan Direktur Utama

mengunjungi setiap cabang untuk berdiskusi mengenai kendala kekuatan dan kelemahan PT Sadar Group baik itu pelayanan, fasilitas, dan keuangan. Sehingga setiap masalah dapat dengan segera teratasi dengan baik.

© Hak cipta milik 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 3 SURAT IZIN RISET

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.



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jln. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani - Pekanbaru 28229 PO Box. 1974
Telepon (0761) 562051 ; Faksimili (0761) 562052
Web : <https://fdk.uin-suska.ac.id>, E-mail: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B- 93/Un.04/F.IV/PP.00.9/01/2024 Pekanbaru, 15 Januari 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Kepada Yth,
Pimpinan PT Sahabat
Dua Arah Sadar Grup
Provinsi Sumatera Utara
Di

Medan

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: ADE SRI ASTUTI
N I M	: 12040320218
Semester	: VII (Tujuh)
Jurusan	: Manajemen Dakwah
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:
"Manajemen Humas PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup Dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama'ah Haji Dan Umroh"

Adapun Sumber Data Penelitian Adalah :

"PT Sahabat Dua Arah Sadar Grup."

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Prof. Dr. H. H. Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 19811110 200901 1 006

Tembusan:

1. Mahasiswa yang bersangkutan

LAMPIRAN 4 SURAT BALASAN RISET

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.



Nomor : 002/OGL-SDR/II/2024
Perihal : Surat Keterangan Penelitian

Kepada Yth.
Rektor UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Di
Tempat

Yang bertanda tangan dibawah ini Direktur PT. Sahabat Dua Arah menerangkan bahwa :

Nama : Ade Sri Astuti
NIM : 12040320218
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Telah melaksanakan penelitian Karya Tulis Ilmiah sejak bulan Januari dengan tema “**Manajemen Humas PT. Sahabat Dua Arah (Sadar Group) Dalam Membangun Kepercayaan Calon Jama’ah Haji dan Umroh**”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan seperlunya.

Medan, 21 Februari 2024
PT. Sahabat Dua Arah



Irna Dani Lbs
Direktur Utama

LAMPIRAN 5 DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN

© Hak cipta milik 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Kegiatan Manasik sekaligus pengajian pemberian edukasi Umroh



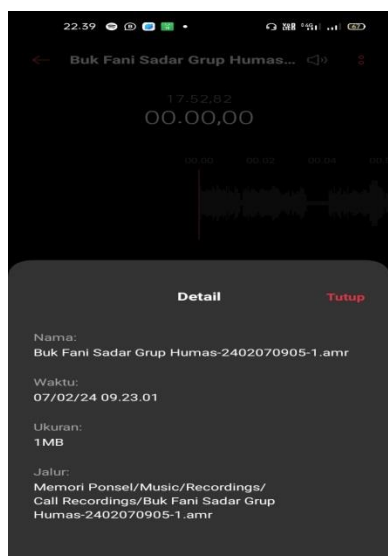
Kegiatan Manasik bersama jama'ah PT Sadar Group

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

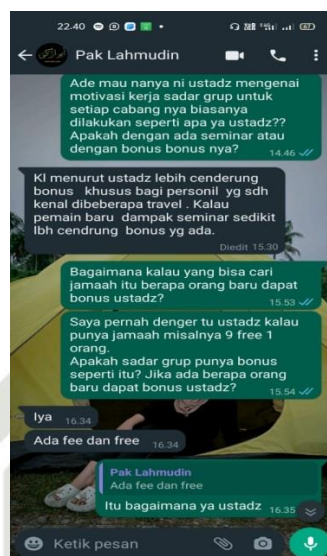
© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Wawancara melalui telepon dengan ibu fani selaku Humas



Wawancara dengan ibu wanti



Wawancara dengan ustadz Lahmudin melalui Whatsapp



Wawancara dengan jama'ah



RIWAYAT HIDUP

Ade Sri Astuti lahir di Teluk Bano Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau pada tanggal 17 November 2002. Lahir dari pasangan Miswadi Ks dan Sumiani serta anak bungsu dari 6 bersaudara. Pada tahun 2007 menempuh pendidikan kanak-kanak di TK AL-Aziziah lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 019 Sei Labu lulus pada tahun 2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di SMPN 05 Bangko Pusako dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di SMAN 05 Bangko Pusako dan lulus tahun 2020. Pada tahun 2020 melanjutkan pendidikan di Universitas Sultan Syarif Kasim Riau dengan jurusan Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Publik Relations. Penulis melaksanakan praktik Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Teluk Makmur Kota Dumai pada tahun 2023 serta penulis melakukan Praktik Kuliah Kerja Lapangan (job training) di PT Angkasa Pura II yaitu Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru di Unit Terminal Lanside of Sevice pada tahun 2023. Pada tanggal 22 Maret 2024 dinyatakan lulus melalui Sidang Akhir dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dengan Prediket Cum laude.

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.