PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA MASJID SEBAGAI RUANG PUBLIK BARU

(Studi Kasus di Masjid Raya Al-Jabbar)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana pada Fakultas Ekonomi Dan Komunikasi Bisnis Program Studi Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Ilmu Hubungan Masyarakat Universitas Islam Nusantara Bandung

SYIFA DZIKRI ANNISA

41033732221008

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM NUSANTARA

BANDUNG

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA MASJID SEBAGAI RUANG PUBLIK BARU

(Studi Kasus di Masjid Raya Al-Jabbar)

Diajukan oleh
Syifa Dzikri Annisa
41033732221008

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji Skripsi

Bandung, 4 Juni 2026

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Akhmad Yani Surachman, S.Sos., M.I.Kom.	**Amiruddin Setiawan, S.Sos., M.Si.**
NIDN 0401067607	NIDN 0029046801

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Rifqi Zaeni Achmad Syam, S.Pd., M.Pd

NIDN 0415079103

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA MASJID SEBAGAI RUANG PUBLIK BARU
(Studi Kasus di Masjid Raya Al-Jabbar)

Diajukan oleh

Syifa Dzikri Annisa
41033732221008

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguju Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis
Universitas Islam Nusantara
Tanggal : 16 Juli 2026

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Waska Warta, M.M.
   NIDN. 0425076201 (.....)
2. Anggota : Dr. Asih Handayanti, Dra., M.I.Kom., M.H.
   NIDN. 0417016602 (.....)
3. Anggota : Tansah Rahmatullah, S.T., M.H.
   NIDN. 0428028102 (.....)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Komunikasi bisnis
Universitas Islam Nusantara

Rifqi Zaeni Achmad Syam, S.Pd., M.Pd.
NIDN 0415079103

Disahkan Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis
Universitas Islam Nusantara

Dr. Yoyok Prasetyo, S.T., M.Sy.
NIDN 0410077607

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Syifa Dzikri Annisa
NIM	: 41033732221008
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ekonomi dan Komunikasi bisnis
Judul Skripsi	:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM OLEH HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA MASJID SEBAGAI RUANG PUBLIK BARU
(Studi Kasus di Masjid Raya Al-Jabbar)

Dengan ini menyatakan, bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasilkarya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi inimerupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis,



Syifa Dzikri Annisa
NIM. 41033732221008

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Bandung, 19 April 2026

Nomor : 046/S-IZIN/DKM-AlJabbar/IV/2026
Lampiran : -
Perihal : *Surat Izin Kegiatan*

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Bisnis Universitas Islam Nusantara
Di
Tempat

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, memerhatikan Surat Saudara No: 338/Dek/FEKOM-UIN/IV/2026 tanggal 7 April 2026 perihal Permohonan Izin Penelitian, pada prinsipnya DKM Masjid Raya Al Jabbar memberikan persetujuan kepada mahasiswa dengan atas nama Syifa Dzikri Annisa dari Program Studi Ilmu Komunikasi untuk melaksanakan kegiatan Penelitian di lingkungan Masjid Raya Al Jabbar Bandung, Jl. Cimencrang No.14, Cimenerang, Kec. Gedebage, Kota Bandung, selama mengikuti ketentuan sebagai berikut:

1. Kegiatan merupakan observasi akademik yang memberikan *feedback* dan dampak positif bagi perkembangan Masjid Raya Al Jabbar.
2. Mematuhi tata tertib dan peraturan yang telah ditetapkan berlaku di area Masjid Raya Al Jabbar.
3. Menjaga Etika, Keamanan, Ketertiban serta Kebersihan Lingkungan Masjid Raya Al Jabbar.
4. Masa pelaksanaan PPM menyesuaikan dengan kesepakatan dan kebutuhan lembaga.
5. Melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan pelaksanaan kegiatan; untuk komunikasi dan koordinasi lebih lanjut, Bapak/Ibu dapat menghubungi **Sekretariat Masjid Raya Al Jabbar 0857-2377-0070.**

Demikian surat ini disampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wasalaamu'alaikum Wr. Wb.

DKM Masjid Raya Al-Jabbar
Ketua Umum,

Dr. Ir. H. Tata Sukayat, M.Ag.

@masjidrayaaljabbar
aljabbar.jabarprov.go.id
DKM Masjid Al J
Jl. Cimincrang No. 14, Cim
Kec. Gedebage, Kota B
Jawa Bara

ABSTRAK

Perkembangan fungsi masjid menunjukkan bahwa masjid tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang yang mendukung aktivitas sosial, edukatif, dan rekreatif masyarakat. Di era digital, humas memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi, membangun interaksi, serta memperkenalkan berbagai aktivitas dan fasilitas masjid kepada masyarakat. Pemanfaatan Instagram tersebut menarik untuk dikaji karena berperan dalam membentuk pemaknaan masyarakat terhadap keberadaan Masjid Raya Al-Jabbar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana humas Masjid Raya Al-Jabbar memanfaatkan Instagram dalam membentuk makna sosial masyarakat serta mendukung pembangunan citra masjid sebagai ruang publik baru. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus tunggal. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas humas Masjid Raya Al-Jabbar dan masyarakat sebagai audiens Instagram yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan teknik pattern matching dan explanation building dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas memanfaatkan Instagram melalui publikasi konten visual, penyampaian informasi kegiatan, dan interaksi digital dengan audiens. Konten yang dipublikasikan menampilkan aktivitas keagamaan, sosial, edukatif, serta fasilitas publik masjid yang membentuk pemahaman masyarakat bahwa Masjid Raya Al-Jabbar tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang sosial yang terbuka bagi masyarakat. Proses tersebut berlangsung melalui tahapan eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang menghasilkan makna sosial mengenai fungsi masjid. Makna sosial tersebut kemudian mendukung pembangunan citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru di tengah masyarakat digital.

Kata Kunci: Humas Masjid Raya Al-jabbar, Instagram, Citra, Konstruksi Sosial, Ruang Publik Baru.

ABSTRACT

The evolving function of mosques shows that they are no longer merely used as places of worship, but also as spaces that support social, educational, and recreational activities. In the digital era, people utilize Instagram as a communication tool to convey information, build interactions, and introduce various mosque activities and facilities to the public. This use of Instagram is interesting to study because it plays a role in shaping the public's understanding of the Al-Jabbar Grand Mosque. This study aims to determine how people at the Al-Jabbar Grand Mosque utilize Instagram to shape the community's social meaning and support the formation of the mosque's image as a new public space. This study uses a constructivist paradigm with a qualitative approach and a single case study design. Data were obtained through observation, in-depth interviews, and documentation. The research informants consisted of the public relations staff of the Al-Jabbar Grand Mosque and the community as the Instagram audience, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using pattern matching and explanation building techniques, based on Berger and Luckmann's social construction theory. The results show that people utilize Instagram through publishing visual content, conveying activity information, and digital interaction with audiences. The published content showcases the mosque's religious, social, and educational activities, as well as its public facilities, fostering an understanding that the Al-Jabbar Grand Mosque serves not only as a place of worship but also as a social space open to the community. This process, through externalization, objectification, and internalization, generates social meaning regarding the mosque's function. This social meaning then supports the formation of the Al-Jabbar Grand Mosque's image as a new public space within the digital society.

Keywords: *Al-Jabbar Grand Mosque Public Relations, Instagram, Image, Social Construction, New Public Space.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN ..... **v**

ABSTRAK ..... **vi**

ABSTRACT ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Identifikasi Masalah 4

C. Perumusan Dan Pembatasan Masalah 5

1. Perumusan Masalah 5

2. Pembatasan Masalah 5

D. Tujuan Penelitian 5

E. Kegunaan Penelitian 5

1. Manfaat Teoritis 5

2. Manfaat Praktis 6

F. Pertanyaan Penelitian 6

G. Asumsi 6

H. Metodologi Penelitian 7

BAB II **9**

KAJIAN TEORI **9**

A. Penelitian Terdahulu 9

B. Kajian Teori 11

C. Kajian Konseptual 14
1. Citra 14
2. Humas 16
3. Instagram 17
4. Ruang Publik 18
BAB III 20
METODOLOGI PENELITIAN 20
A. Paradigma dan Pendekatan Penelitian 20
1. Paradigma Penelitian 20
2. Pendekatan Penelitian 20
3. Desain Penelitian 21
4. Metode Penelitian 23
B. Waktu dan Lokasi Penelitian 24
C. Jadwal Penelitian 24
D. Objek dan Subjek Penelitian 24
1. Objek Penelitian 24
2. Subjek Penelitian 25
E. Informan Penelitian 26
F. Pengumpulan Data 27
1. Data Primer 27
2. Data Sekunder 27
G. Analisis Data 28
H. Kisi-kisi Penelitian 30
BAB IV 33
HASIL DAN PEMBAHASAN 33
A. Hasil 33

1. Temuan Umum Penelitian 33
2. Temuan Khusus 35
B. Pembahasan 56
BAB V 78
KESIMPULAN DAN SARAN 78
A. Kesimpulan 78
B. Saran 79
DAFTAR PUSTAKA 80
LAMPIRAN 83
Lampiran 1 Dokumentasi wawancara 83
Lampiran 2 Pedoman Wawancara 84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian 24
Tabel 3. 2 Informan Penelitian 27
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Penelitian 30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 19
Gambar 4. 1 Logo Masjid Raya Al-Jabbar..... 33
Gambar 4. 3 Komentar Di Postingan Instagram 38
Gambar 4. 4 Postingan konten Aktivitas publik pada instagram Masjid Raya Al-Jabbar 48
Gambar 4. 5 komentar instagram pada konten aktivitas publik..... 48
Gambar 4. 6 Pengambilan keputusan publikasi oleh Humas 54