**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul “Peranan Public Relations DKM Masjid Besar As-Syuhada Dalam Meningkatkan Minat Ibadah Masyarakat Cikampek”. Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran public relations dkm masjid besar as-syuhada dalam meningkatkan minat ibadah masyarakat apakah sudah baik atau belum, bagaimana cara public relations mengatasi masalah-masalah yang ada dilingkungan public internal maupun public eksternal masjid.

Penelitian ini berdasarkan teori hubungan manusia yang memandang bahwa komponen manusia sangat penting dalam organisasi atau perusahaan, tanpa manusia sebagai anggota organisasi atau perusahaan tidak akan ada. Karena itu teori ini menekankan pentingnya individu dan hubungan sosial dalam kehidupan organisasi atau perusahaan. Dalam menjalin hubungan tersebut dibutuhkan komunikasi yang baik dan program-program atau kegiatan yang baik untuk dapat meningkatkan minat ibadah masyarakat.

 Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, dimana metode ini merupakan suatu penelitian yang menggambarkan suatu karakteristik objek yang diteliti seperti individu, status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi dan merupakan bentuk studi pendekatan dari deskriptif analisis karena peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis ataupun membuat prediksi tertentu. Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling (pengambilan sampel bertujuan), yaitu penentuan sampel dari populasi yang ada berdasarkan kriteria tertentu. Penentuan kriteria sampel ini diperlukan untuk menghindari timbulnya miss-spesifikasi dalam penentuan sampel penelitian yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap hasil analisa. Apabila dilihat dari banyaknya populasi, maka peneliti menentukan dan membatasi populasi yang ditarik sampel yaitu 50 sampel. Maka jumlah sampel **n**=50.

 Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Public Relations Masjid Besar As-Syuhada mempunyai peranan penting bagi masjid dan masyarakat. Dimana proses public relations sudah berjalan dengan baik, namun masih terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan sehingga fungsi public relations dalam meningkatkan minat ibadah masyarakat terganggu dan kurang efektif.

 Saran yang peneliti ingin rekomendasikan sebagai bahan masukan untuk memperbaiki kekurangan yang terjadi dalam kegiatan public relations yaitu Sebaiknya pimpinan *Public Relations* lebih mendekatkan diri kepada masyarakat, Sebaiknya pimpinan *Public Relations* lebih bersosialisasi dengan masyarakat dan melakukan kunjungan serta ajakan agar masyarakat senantiasa menuntut ilmu agama.