

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komponen dari *corporate responsibility* mengenai peraturan diwajibkan atau tidak, tidak ada aturan terkait pelaksanaannya perusahaan tentunya terus menjalankan kegiatan CSR yang bermanfaat untuk masyarakat lokal. Perusahaan memiliki potensi besar untuk mengubah masyarakat baik secara positif maupun negatif. Perusahaan harus menghindari dampak negatif karena dapat menyebabkan konflik dengan masyarakat yang mampu dan dapat menghambat jalannya perusahaan serta aktivitas masyarakat

Setiap masyarakat memiliki kearifan lokal yang unik sehingga program tanggung jawab sosial perusahaan harus sesuai dengan situasi masyarakat sekitar karena perusahaan berfungsi sebagai *agent of development* di tengah masyarakat. Oleh karena itu sangat penting bagi instansi untuk mengetahui keadaan sosial budaya masyarakatnya. Oleh karena itu kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan membutuhkan pemahaman yang baik mengenai masyarakat setempat dimana program tersebut akan dilaksanakan dimana kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan tersebut dijalankan. Dalam pelaksanaan program CSR peran masyarakat dan *stakeholder* sangat penting.

Sumber daya masyarakat yang saat ini mulai dimanfaatkan secara maksimal oleh instansi/perusahaan dikenal sebagai kegiatan CSR bagi masyarakat awal mula menerapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility*

adalah melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal. Pendekatan *Corporate Social Responsibility* menekankan pada kegunaan kata “*public*” daripada “*Social*”, guna menunjukkan bahwa pentingnya proses publik dalam menentukan luasnya tanggung jawab, terlepas dari kepentingan kelompok tertentu atau moralitas pribadi saja. ¹berpendapat bahwa kerangka kebijakan publik yang relevan dapat digunakan untuk menentukan aturan yang sesuai untuk mengadili pelaku manajerial, bahwa kebijakan publik tidak hanya terdiri dari undang-undang dan aturan tetapi juga terdiri dari pola sosial yang sangat luas yang berasal dari opini publik, masalah yang muncul, dan kebutuhan.

Pengertian CSR cenderung terfokus pada pemahaman komitmen perusahaan untuk memastikan keberlanjutan dengan fokus pada pencapaian yang kuat dengan finansial dan hubungan yang kuat dengan nilai kebiasaan, budaya, dan lingkungan lokal. Menurut undang-undang nomor 25 tahun 2007 setiap perusahaan yang menanamkan modal bertanggung jawab untuk menciptakan hubungan yang seimbang, serasi, dan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Program “*KUA Goes to School*” adalah kegiatan yang dijalankan oleh Kantor Urusan Agama (KUA) di Indonesia untuk memperkenalkan dan menjalankan pendidikan agama, khususnya Islam, ke dalam lingkungan sekolah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang prinsip agama, pendidikan karakter, dan etika kepada siswa di sekolah dasar dan

¹ Garriga, E & Mele, D. 2004. Corporate Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* 53: 51-71

menengah guna meningkatkan pemahaman siswa tentang pengetahuan islam dan nilai moral yang diwajibkan. Membentuk karakter siswa yang baik melalui pendidikan agama dan etika serta mendorong siswa untuk mengamalkan ajaran islam dalam pada kehidupannya. Mengadakan ceramah atau penyuluhan tentang ajaran agama, akhlak, dan nilai-nilai moral. Menyelenggarakan pelatihan bagi guru dan siswa tentang cara mengajarkan dan mengimplementasikan prinsip agama juga membuka forum diskusi untuk membahas isu-isu keagamaan dan sosial yang sesuai dengan keadaan siswa. Program ini tentunya memerlukan kerjasama dengan sekolah ataupun pihak terkait. Program *KUA Goes to School* ini meliputi banyak kegiatan didalamnya mulai dari sosialisasi pendidikan karakter, Hal-hal yang terkait larangan ataupun perintah dalam agama islam yang tidak hanya terfokus pada pernikahan saja, dalam program ini juga ada pelatihan dan bisa juga melakukan konseling secara individu

Untuk membangun hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat citra lembaga sangat penting. Memahami dan mengelola citra lembaga dengan baik dapat membantu lembaga mencapai tujuan mereka, meningkatkan kepercayaan publik, dan menciptakan dampak positif pada masyarakat. Citra lembaga merujuk pada persepsi, pandangan, atau gambaran yang dimiliki oleh masyarakat atau publik kepada suatu lembaga, organisasi, atau institusi. Citra ini terbentuk dari berbagai faktor baik dari pengalaman, interaksi, komunikasi, dan informasi yang diterima oleh individu atau kelompok mengenai lembaga tersebut. Citra merupakan pengetahuan tentang diri kita dan sikap-sikap kepada

kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda. Hal ini memperlihatkan bahwa citra yaitu bagaimana dunia sekeliling kita melihat kita².

Kantor Urusan Agama (KUA) adalah lembaga utama departemen agama yang menjalankan fungsi pemerintahan islam pada wilayah kecamatan. Kantor urusan agama memiliki hubungan langsung dengan masyarakat oleh karena itu KUA menjadi unit kerja terdepan jadi wajar jika keberadaan Kantor Urusan Agama dianggap sangat penting, selain itu juga ada cerita fakta bahwa kelahiran KUA hanya sepuluh bulan sebelum perkembangan departemen agama tepatnya tanggal 21 November 1946. Ini adalah bukti bahwa peran Kantor Urusan Agama sangat strategis karena berhubungan secara langsung dengan masyarakat terutama mereka yang membutuhkan layaman agama islam. Dengan hal tersebut tentunya KUA harus memiliki kemampuan untuk mengelola lembaganya sendiri melalui manajemen kearsipan, administrasi, surat menyurat, statistik dan dokumentasi.

Kantor Urusan Agama (KUA) adalah bagian dari lembaga pemerintah daerah yang ditugaskan untuk memberikan layanan kepada masyarakat. Sebagai lembaga yang melaksanakan tugas umum pemerintahan, khususnya di bidang urusan agama, KUA telah berusaha semaksimal mungkin dengan kemampuan dan fasilitas yang tersedia untuk memberikan layanan terbaik. Meskipun demikian, perlu dilakukan upaya terus menerus untuk

² Fitri Arfilia and others, 'PROSES PUBLIC RELATIONS DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL TWITTER
The Process of Public Relations in Managing Social

mempublikasikan peran, fungsi, dan tugas Kantor Urusan Agama (KUA). Pada kenyataannya, ada beberapa orang yang belum memahami tugas dan fungsi Kantor Urusan Agama (KUA). Akibatnya, tidak mengherankan bahwa fungsi dan tanggung jawab Kantor Urusan Agama (KUA) terbatas pada membaca doa dan menikahkan.

Kantor Urusan Agama (KUA) harus memiliki kemampuan untuk melakukan pencatatan nikah dan rujuk dengan benar. Pelayanan ini merupakan tanggung jawab utama Kantor Urusan Agama (KUA) karena membentuk kehidupan beragama dan menciptakan keluarga sakinah, mawadah, dan warahmah. Kantor Urusan Agama (KUA) tidak hanya melakukan pencatatan nikah dan rujuk tetapi juga melakukan tugas-tugas tambahan dalam bidang urusan agama Islam ini. Tugas-tugas ini termasuk menjaga dan membangun tempat ibadah umat Islam seperti masjid, langgar, dan mushalla; pengalaman agama islam seperti zakat, wakaf, baitul mal, dan ibadah sosial, pangan halal, kemitraan umat Islam dalam kependudukan dan pengembangan keluarga sakinah sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

Tetapi pada kenyataannya citra kantor urusan agama pada *public* masih sangat terbatas. Penyelenggaraan pernikahan pada kantor urusan agama yang bisa dikatakan selalu ada disetiap harinya menimbulkan pemahaman pada masyarakat sangat terbatas bahwa fungsi dari kantor urusan agama hanya menikahkan hal itu membuat pelayanan lain yang ada pada kantor urusan agama kurang diketahui oleh masyarakat. kantor urusan agama oleh masyarakat hanya dikenal sebagai tempat untuk melaksanakan pernikahan dalam agama islam

terlepas dari hal tersebut ada program penyuluhan agama perwakafan tanah pelatihan bimbingan dan masih ada program program lain seperti program pelatihan ataupun pendidikan karakter untuk mencegah pernikahan dini tidak banyak di ketahui oleh masyarakat terutama dikalangan pelajar Masalah tersebut tentunya perlu segera ditangani oleh pihak kantor urusan agama kecamatan kutoarjo agar masyarakat dan harapannya dapat meningkatkan citra positif kantor urusan agama kutoarjo. Atas adanya kesenjangan informasi pada masyarakat Kantor Urusan Agama mengadakan program *KUA Goes to School* dalam upaya mensosialisasikan pelayanan apa saja yang ada pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Kutoarjo dimana dalam kegiatan ini sasarannya adalah remaja ataupun pelajar. Program *KUA Goes to School* sendiri meliputi kegiatan sosialisasi, pendidikan karakter, bimbingan konseling dan juga pelatihan.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini adalah upaya untuk mengidentifikasi masalah yang ada pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Kutoarjo yaitu: bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* kantor urusan agama kecamatan kutoarjo dalam program *KUA Goes to School* uuntuk meningkatkan citra lembaga

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan citra kantor urusan agama kecamatan kutoarjo melalui program *KUA Goes to School*

1.4. Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh mahasiswa pada bidang ilmu komunikasi khususnya komunikasi organisasi dan komunikasi publik mengenai teori dalam implementasinya secara nyata

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Temua dalam penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh kantor urusan agama kecamatan kutoarjo untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk berinteraksi dengan pemangku kepentingan.
- b. Analisis ini akan membantu memperkuat relasi masyarakat dengan kantor urusan agama dan menghadirkan komunikasi yang lebih baik guna menumbuhkan kepercayaan bersama.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif, dikarenakan data serta informasi yang diteliti tidak berfokus pada jumlah dalam satuan tertentu, melainkan lebih mengedepankan data yang mendalam guna menjelaskan permasalahan yang akan dibahas kemudian Penelitian ini biasanya bersumber dari aktivitas sehari-hari yang terjadi di sekitar.

Paradigma yang diterapkan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretivisme. Pendekatan interpretivisme menekankan pentingnya memahami makna dan pengalaman seseorang pada ranah sosial, serta bagaimana interaksi sosial membentuk realitas. Dalam paradigma ini, peneliti berada pada posisi sebagai pengumpul³ data guna menjaga keabsahan penelitian dimana dalam hal ini peneliti bisa mengambil data dari pengalaman subjek yang diteliti. Dalam penerapan paradigma ini peneliti melihat interaksi sosial antara pihak Kantor Urusan Agama Kutoarjo dengan peserta program *KUA Goes to School* untuk melihat bagaimana implementasi kegiatan *KUA Goes to School* yang dijalankan oleh Kantor Urusan Agama Kecamatan Kutoarjo dan bagaimana dampak dari kegiatan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif

³ Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.

peneliti dapat mengumpulkan informasi secara menyeluruh tentang kualitas pelayanan yang diberikan di kantor urusan agama kecamatan kutoarjo.

1.5.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, terfokus pada pemahaman fenomena yang terjadi. Penelitian diartikan sebagai suatu proses yang memperoleh data deskriptif dalam bentuk kata tertulis atau lisan dari orang maupun pelaku yang dapat diteliti. Hasil penelitian ini didapatkan dengan melakukan wawancara dan observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti kepada subjek yang diteliti. Menurut Koentjaraningrat, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian di bidang ilmu humaniora yang melibatkan kegiatan yang berdasarkan disiplin untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisis, dan menafsirkan data serta metode baru untuk menyelesaikannya.⁴

1.5.3 Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Pada dasarnya, subjek penelitian baik berupa lembaga maupun organisasi merupakan pihak yang akan menerima dan menjadi dasar penarikan simpulan dari hasil penelitian. Subjek penelitian ini berperan sebagai konteks atau wadah tempat objek penelitian berada dan diamati. Dengan kata lain, objek penelitian terletak di dalam

⁴ I Wayan Suwenda, Metode Penelitian Kualitatif, Cet I, (Agustus, 2018), H.4

subjek tersebut, sehingga segala temuan dan interpretasi yang dihasilkan akan berkaitan langsung dengan karakteristik, kondisi, serta dinamika yang ada pada subjek penelitian tersebut.

Dalam penelitian kualitatif, responden atau subjek penelitian dikenal sebagai informan. Informan bertugas memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti terkait data yang relevan dengan studi yang sedang dilakukan. Dengan demikian, mereka dapat pula disebut sebagai responden atau subjek dalam penelitian kualitatif.

Dalam penelitian ini, pihak yang akan dimintai keterangan atau data terkait dengan topik yang diteliti adalah para informan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility*. adalah yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Individu yang terlibat dalam kegiatan CSR
2. Petugas kantor urusan agama
3. Memiliki tugas dibagian humas

Adapun informan yang di dapatkan daari kriteria tersebut adalah

Ayu larasati

Ayu larasati adalah humas kantor urusan agama kecamatan kutoarjo beliau adalah staf bagian kehumasan ditempat tersebut yang bertugas membangun dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat

Ibnati chafidhoh

Penyuluh agama di kantor urusan agama kecamatan kutoarjo yang bertugas memberikan penyuluhan kepada masyarakat terkait syariat -syariat islam

Mohammad makhrus

Kepala kantor urusan agama kecamatan kutoarjo yang dalam tugasnya juga sering dijadikan narasumber oleh masyarakat dalam ranah agama islam

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terfokus pada peserta program *KUA Goes to School*

1.6. Jenis Data

Kategori data yang menjadi dasar penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer merupakan sumber informasi yang disampaikan langsung kepada peneliti. Data tersebut diperoleh, diolah, dan disajikan oleh peneliti berdasarkan sumber utama atau pertama, yang umumnya didapat melalui kegiatan wawancara dan observasi.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang berperan sebagai informasi pendukung bagi penelitian. Peneliti mendapatkan data sekunder dari berbagai sumber seperti internet, buku, artikel, serta beberapa sumber lainnya yang digunakan sebagai pelengkap.

1.7. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data merupakan tahap penting dalam sebuah penelitian, sebab inti dari penelitian itu sendiri adalah memperoleh data. Oleh karena itu, peneliti menerapkan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan informasi yang dilakukan untuk memperoleh gambaran yang akurat mengenai suatu peristiwa atau kejadian, dengan tujuan membantu menjawab pertanyaan penelitian

2. Wawancara

Wawancara merupakan interaksi antara dua individu yang bertujuan untuk bertukar informasi dan gagasan melalui proses tanya jawab, dengan maksud membangun pemahaman tentang suatu topik tertentu. Sebagai salah satu teknik pengumpulan data, wawancara digunakan oleh peneliti untuk mengidentifikasi masalah yang akan diteliti dan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, di mana peneliti terlibat secara intensif dengan kehidupan subjek penelitian. diteliti, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dari responden. Dalam hal ini, peneliti menerapkan teknik wawancara mendalam, dimana peneliti terlibat secara intensif dengan kehidupan subjek penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi diperlukan untuk merinci data historis. Data ini memiliki sifat utama yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu, memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menelaah peristiwa yang terjadi di masa lalu. Peneliti dapat mengumpulkan data sekunder dari dokumen dokumen yang terkait dengan isu penelitian, termasuk foto atau laporan tertulis. Dokumen memiliki karakteristik tanpa batas dalam dimensi ruang dan waktu, sehingga memberikan peluang bagi peneliti untuk memperkuat data dari observasi dan wawancara, serta melakukan pemeriksaan terhadap keabsahan data, membuat interpretasi, dan menarik kesimpulan.

1.8. Teknik Analisis Data

Proses pengolahan dan penelaahan data menjadi bagian penting yang menentukan keberhasilan penelitian, karena analisis data bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan dari hasil penelitian. Dalam konteks waktu, analisis data kualitatif dilakukan sebelum, selama, dan setelah penelitian.⁵ Teknik analisis yang diterapkan adalah analisis kualitatif, di mana prosesnya melibatkan upaya untuk mengorganisir data, melakukan pemilahan, mengelompokkan data yang dapat dikelola, mengidentifikasi pola, serta menemukan narasi yang dapat disampaikan kepada pihak lain. Teknik analisis data merupakan metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengubah data menjadi informasi dengan mengidentifikasi karakteristik tertentu, sehingga data

⁵ Dewi Saidah, Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif Dan Kualtitaif (Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya, 2015). H 92.

tersebut menjadi lebih mudah diakses dan bermanfaat untuk menemukan solusi terhadap masalah, terutama dalam konteks penelitian. Adapun Teknik analisis data penelitian Kualitatif secara umum dimulai dari:

1. Analisis data

Selama proses pengumpulan data, analisis sering dilakukan menggunakan triangulasi. Analisis data pada tahap ini mencakup penentuan fokus penelitian, penyusunan temuan sementara dari data yang telah terkumpul, perencanaan strategi pengumpulan data berikutnya, serta penetapan sasaran pengumpulan data, termasuk informasi mengenai situasi dan dokumentasi.⁶

2. Reduksi data

Dalam tahap ini, peneliti memiliki kebebasan untuk menentukan data yang akan digunakan, memutuskan data yang diabaikan serta yang akan diambil sebagai ringkasan atau narasi, dan mengidentifikasi perkembangan apa yang sedang terjadi.

3. Penyajian data

Penyajian data meliputi pengaturan informasi yang terstruktur dan memungkinkan adanya penarikan kesimpulan serta pengambilan tindakan. Informasi yang telah diperoleh dari lapangan yang berhubungan dengan seluruh permasalahan penelitian dipilih sesuai kebutuhan, dikelompokkan, dan diberikan batasan masalah. Melalui penyajian data ini, diharapkan

⁶ Sumadi Suryabrata, Metode Penelitian (Jakarta : Pt: Raja Grafindo Persada, 2010), H 39

mampu memberikan kejelasan terhadap detail dan substansi data dengan dukungan data pendukung

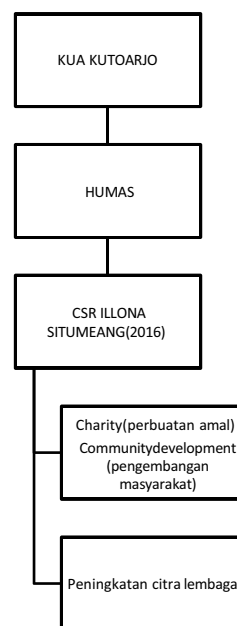
4. Verifikasi dan penarikan Kesimpulan

Menyimpulkan temuan dan memverifikasi hasilnya adalah kesatuan dari sebuah penelitian. Proses pengambilan kesimpulan juga melibatkan verifikasi yang terjadi secara bersamaan, yang meliputi peninjauan ulang pada catatan lapangan yang telah ada.

1.9. Kerangka konsep, Definisi konsep dan Operasionalisasi konsep

1.9.1 Kerangka konsep

penelitian ini menyusun kerangka konsep sebagai berikut ini:



1.9.2 Definisi Konsep

a. *Public Relation*

Public Relations (PR) merupakan salah satu fungsi manajemen yang memiliki tujuan utama membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. PR tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga berfokus pada pengelolaan persepsi, citra, serta reputasi organisasi di mata publik. Melalui komunikasi yang strategis, terencana, dan berkesinambungan, PR berupaya menciptakan pemahaman, kepercayaan, serta dukungan dari berbagai pemangku kepentingan terhadap organisasi. Kegiatan PR mencakup berbagai aspek, antara lain pengelolaan krisis, komunikasi internal, hubungan dengan media, serta pelaksanaan program sosial dan komunitas. Seluruh kegiatan ini dirancang untuk memperkuat reputasi, kredibilitas, dan citra positif organisasi, sekaligus memastikan hubungan yang harmonis dan konstruktif dengan publik. Dengan demikian, PR memainkan peran sentral dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan organisasi melalui manajemen komunikasi yang efektif dan profesional

b. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility sebuah bentuk kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut

memberikan manfaat terhadap masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi.⁷

c. *Charity* (perbuatan amal)

Kegiatan berbagi atau amal merupakan salah satu bentuk tanggung jawab yang sering dijalankan oleh perusahaan dalam rangka pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Secara ideal, program CSR dirancang sebagai kegiatan sosial perusahaan yang memberikan manfaat nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat. Sementara itu, kegiatan *Charity* sering dianggap kurang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan penerima secara jangka panjang, karena hanya menimbulkan kebahagiaan sementara. *Charity* adalah bentuk bantuan sukarela yang diberikan perusahaan kepada individu atau kelompok masyarakat yang membutuhkan, biasanya berupa kegiatan kedermawanan atau amal, dengan tujuan meringankan kesulitan mereka.

d. *Community Development* (pengembangan masyarakat)

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk menciptakan dampak yang dirasakan secara jangka panjang oleh masyarakat. Hal ini mencakup kemajuan di berbagai aspek kehidupan, baik di bidang ekonomi, sosial, budaya, maupun aspek kehidupan lainnya, sehingga tercipta kesejahteraan yang berkelanjutan. Pemberdayaan dilakukan

⁷ Situmeang, I 2016 *Corporate Social Responsibility; Dipandang dari Perspektif Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.

melalui pembangunan kapasitas individu dan anggota komunitas, dengan menumbuhkan pandangan yang progresif, kemandirian, dedikasi terhadap tujuan komunitas, serta kerja sama yang baik antarwarga.

e. Peningkatan Citra Lembaga

upaya yang dilakukan oleh suatu organisasi atau institusi untuk memperbaiki, memperkuat, atau membangun persepsi positif di pandangan publik dan pemangku kepentingan. Citra lembaga yang baik sangat penting guna membangun kepercayaan, reputasi, dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat

1.9.3 Operasionalisasi konsep

a. *Public Relation*

Adanya *Public Relations* pada KUA Kecamatan Kutoarjo akan meningkatkan keefektifan dalam Mengembangkan dan mempertahankan hubungan timbal balik yang positif dengan masyarakat. Melalui komunikasi yang strategis dan terencana KUA mampu meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan dukungan publik guna mengelola persepsi dan citra organisasi secara lebih baik.

b. *KUA Goes to School*

Mensosialisasikan pendidikan agama dan karakter kedalam sistem pendidikan formal. Melalui pendekatan langsung dan kolaboratif, program ini diharapkan Mampu menghasilkan generasi muda yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga berakhlak mulia, memiliki

moral yang baik, dan siap memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.

c. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility pada kantor urusan agama kecamatan kutoarjo dilakukan melalui program-program yang berfokus pada kepekaan, kepedulian, dan manfaat bagi masyarakat, KUA dapat berkontribusi positif terhadap pengembangan sosial dan lingkungan di Kecamatan Kutoarjo.

d. *Charity*

Charity pada Kantor Urusan Agama Kecamatan Kutoarjo dapat digolongkan sangat minim karena kantor urusan agama adalah sebuah instansi pemerintah yang tidak memberikan bantuan secara langsung berupa uang tunai ataupun barang akan tetapi KUA Kecamatan Kutoarjo sering didatangi oleh pedagang untuk menanyakan terkait lokasi dan tanggal acara pernikahan yang biasanya dibutuhkan oleh pedagang agar mereka bisa membuka lapak dagangan mereka di lokasi pernikahan tersebut.

e. *Community Development*

Community Development yang dijalankan oleh kantor urusan agama kecamatan kutoarjo yaitu pengan melakukan penyuluhan terhadap masyarakat seperti bagaimana aturan aturan dalam syariat islam bimbingan keluarga sakinah dan yang lainnya sehingga membantu

meningkatkan sumberdaya masyarakat sekitar yang tentunya akan berdampak positif

f. Citra Lembaga

Peningkatan citra Lembaga yang di lakukan oleh KUA kecamatan kutoarjo adalah dengan pengelolaan umpan balik, meningkatkan kepercayaan, dan Membangun reputasi positif sebagai lembaga yang perhatian dan tanggap terhadap kebutuhan masyarakat