

## **Abstrak**

Strategi humas sangat penting didalam setiap lembaga/instansi tak terkecuali instansi Kementerian Agama Republik Indonesia. Karena Humas bukan hanya sekedar kelengkapan lembaga/instansi tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara instansi yang diwakili dengan publiknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi humas Kementerian Agama dalam menyosialisasikan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Strategic Public Relations. Metode penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek dan objek dalam penelitian ini adalah Humas Kementerian Agama, karyawan PTSP dan subjek yang menentukan kebijakan dalam PTSP. Pengumpulan data diperoleh melalui data primer, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas Kementerian Agama yaitu dengan menggunakan *tools* public relations, yaitu *PENCILS (Publicity, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation, Social Responsibility)*, humas Kementerian Agama menerapkan semua alat untuk menyosialisasikan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Dari strategi yang dilakukan oleh humas Kementerian Agama berhasil menyosialisasikan bagian PTSP, terbuktinya dengan banyaknya masyarakat yang datang ke kantor PTSP dan dapat mengakses segala pelayanan yang ada Kementerian Agama secara online.

**Kata Kunci: Strategi Humas, Sosialisasi, Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP).**

### ***Abstrack***

*A Public Relation (PR) strategy is very important in every institution/agency, including of The Ministry of Religion of the Republic of Indonesia. It is because PR is not just a completeness of institutions/agencies but also as a bridge of communication between agencies with the public. This study aimed to find out how the PR strategy of The Ministry of Religion in disseminating 'Pelayanan Terpadu Satu Pintu' (PTSP). The theory used in this research was Strategic Public Relations Theory. This research used a qualitative approach. Subjects and objects in this study were PR in The Ministry of Religion of The Republic of Indonesia, PTSP employees and subjects who set policies in PTSP. Data collection is obtained through primary data, namely in-depth interview, observation, and documentation. The research results showed that PR of Ministry of Religion was using public relations tools, namely PENCILS (Publicity, Event, News, Community Involvement, Inform or Image, Lobbying and Negotiation, Social Responsibility). PR of Ministry of Religion apply all tools to socialize PTSP Integrated). From its strategy, PR of Ministry of Religion succeeded in socializing part of PTSP, proved by many people who come to PTSP office and can access all Ministry of Religion online services.*

**Keywords:** *PR Strategy, Socialization, 'Pelayanan Terpadu Satu Pintu' (PTSP).*