ABSTRAK

Nor Hasanah, 2022: *Strategi Public Relations Nabi Muhammad SAW Pada Periode Mekah (Perspektif Kajian Sejarah PR Islam)*. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Pembimbing: (I) Dr. H. Mukhyar Sani, M. A (II) Hj. Mariatul NR, S. Ag, M. Si

Kata Kunci: Strategi, Public Relations dan Dakwah.

Penelitian ini dilatar belakangi karena keingintahuan peneliti mengenai strategi public relations Islam yang dilakukan dengan meneliti sejarah Nabi Muhammad saw yang sangat luar biasa dan sangat berhasil dalam menjalankan peran PR tersebut yaitu Strategi Nabi Muhammad saw pada periode Mekkah, karena pada dasarnya Rasulullah adalah suri tauladan bagi seluruh umat manusia bahkan bagi praktisi public relations zaman sekarang sebagaimana Allah swt sebutkan dalam al-Qur'an surah al-Ahzab ayat 21.

Permasalahan yang diteliti adalah bagaimana strategi public relations Nabi Muhammad saw. dalam menyampaikan dakwah pada periode Mekah, apa faktor penunjang dan hambatan dakwah Nabi Muhammad saw pada periode Mekah dan bagaimana respon masyarakat terhadap dakwah nabi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan juga menggunakan penelitian berdasarkan library research, yang mana dengan mengumpulkan data-data yang ada untuk menjelaskan fenomena sosial, dan dalam hal ini juga akan mempelajari bagaimana interaksi dan pola hidup dari baginda Rasulullah saw dalam menjalankan peran PR yang begitu sukses. Kemudian analisis data yaitu pertama, menggunakan analisis historis yakni menggambarkan sejarah biografi dan kehidupan Nabi Muhamamad saw yang meliputi riwayat hidup, pendidikan, serta strategi Nabi Muhamamad dalam menyampaikan misinya terhadap umat manusia, termasuk juga situasi zamannya. Kedua, deskriptif analitis yakni mendiskripsikan makna dari strategi public relations rasulullah dari berbagai tokoh, makna public relation dalam sejarah Nabi Muhammad saw serta penjabaran fakta sebagai bahan dari analisa yang kemudian akan ditarik kesimpulan.

Hasil temuannya yang ditemukan adalah Nabi Muhammad dalam menyebarkan ajaran Islam khususnya pada periode Kota Mekkah sangat berhasil dengan strategi public relations yang tak lepas dari karakter atau sifat Nabi Muhammad yang sangat terpuji seperti jujur (shiddiq), cerdas (fathanah), dapat dipercaya (amanah), komunikatif (tabligh) dan sifat terpuji lainnya . Maka sifat-sifat ini yang seharusnya ada pada praktisi PR zaman sekarang agar tugasnya berjalan dengan sukses.