

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Public relations untuk selanjutnya disingkat PR merupakan sebuah proses interaksi public relations untuk menciptakan opini publik sebagai input yang bisa menguntungkan kedua belah pihak dan juga untuk menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi serta partisipasi mereka, juga bertujuan untuk menanamkan keinginan yang baik, kepercayaan saling adanya pengertian dan juga citra yang baik dari publiknya itu sendiri. Public relations ini merupakan sebuah jembatan untuk mempertahankan dan memberikan manfaat pada suatu hubungan personel kepada publiknya. Saat ini PR digunakan dimana-mana, terutama pada sebuah perusahaan-perusahaan untuk membangun citra yang baik. Public relations juga dikenal dengan istilah Humas (Hubungan Masyarakat).¹

Istilah public relations dalam perkembangannya dikenal mulai dari abad ke-20. Kemudian tahun 1921 muncul penemu public relations modern yaitu Ivy Lee yang dianggap sebagai bapak public relations karena dia telah menerbitkan buletin yang berjudul Public Relations In New York. Walaupun istilah PR baru dikenal pada abad ke-20, akan tetapi gejalanya sudah bisa

¹ Guru Pendidikan, *Public Relation*. (Online) tersedia di <https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/>. Diakses tanggal 24 Februari 2021.

dilihat sejak abad-abad sebelumnya, bahkan zaman primitif.¹ Oleh karena itu, praktek PR sudah ada sejak zaman dulu, tapi namanya saja yang tidak ada. Lalu bagaimana perkembangan PR Islam itu sendiri?. Dan ternyata banyak tokoh-tokoh Islam yang telah melakukan praktik PR itu, walaupun zaman itu belum dikenal istilah public relations. Salah satunya adalah Rasulullah yang bisa memberikan teladan dan contoh yang baik dalam melakukan PR tersebut. Banyak manusia yang mengetahui bahwa Rasulullah adalah nabi akhir zaman yang mengajak umatnya untuk menyembah Allah swt. Banyaknya strategi dari beliau yang luar biasa hingga saat ini begitu banyak umat yang mengikuti ajaran public relationsnya, bahkan banyak orang yang tidak pernah melihat atau berkenalan secara langsung dengan beliau, tapi banyak yang beriman kepadanya bahkan sangat mencintainya.

Secara historis dalam perkembangan sejarah Islam, public relations pertama kali dipraktikkan saat Rasulullah mengutus Ja'far bin Abi Tholib, yang saat itu beliau adalah ketua delegasi umat Islam pada tahun pertama Hijriah, yang bertugas untuk menyampaikan dakwah kepada Raja Najasyi. Nabi Muhammad merupakan sosok teladan yang sangat baik untuk umat manusia dalam melakukan segala hal. Beliau juga mempunyai sifat-sifat yang sangat mulia dan berperilaku yang sangat baik.² Dengan sifat-sifat serta perilaku itu yang menjadikan beliau bisa untuk menjalankan dakwahnya didunia yaitu

¹ Zainal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relatiosn (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*, cet. I (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 17-19.

² Alhabi Faruq. *Islamic Public Relation*, 2014, h. 1. (Online) tersedia di <http://needdesignpartner.blogspot.co.id/2015/07/islamic-public-relations.html>. Diakses tanggal 22 Desember 2021.

untuk membangun kepercayaan serta mengajak seluruh umat manusia untuk mempercayai ajaran Islam.

Rasulullah bisa melakukan peran public relations itu sendiri dengan memberikan pengertian, mengajak, saling adanya kepercayaan akan apa yang disampaikan dan banyak sekali yang simpati dengan apa yang dikatakan serta banyaknya dukungan dari orang lain untuk beliau. Rasulullah memberikan sebuah pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia secara luas dan dari berbagai sisi kehidupan Islam, khususnya dalam mengajak orang untuk meninggalkan zaman kebodohan dan meyakini ajaran Allah swt.

Nabi Muhammad saw adalah orang yang paling sukses menjalankan peran PR karena dakwah Islam yang dibawa olehnya banyak yang menerima. Strategi beliau dapat dilihat dari sifat-sifat yang merupakan kekuatan untuk bisa mendapatkan kepercayaan publik terhadap ajaran yang disampaikannya. Hal ini telah membuatnya berhasil menyebarkan agama Islam keseluruh penjuru dunia. Jadi, bisa dikatakan bahwa keberhasilan Nabi Muhammad saw dalam menyebarkan ajaran Islam yang sangat gemilang tidak lepas dari strategi public relations³

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Rasulullah bisa membuat banyak orang tertarik dengan apa yang disampaikan, ternyata itu tidak lepas dari peran PR itu sendiri.

³ Iqra' Al-Firdaus, *Kiat Hebat Public Relations Ala Nabi Muhammad SAW* (Penerbit Najah, 2013), (Online) tersedia di <https://news.okezone.com/read/2013/10/18/285/883296/gaya-public-relations-nabi-muhammad>. Diakses tanggal 22 Juni 2021.

Kesuksesan beliau yang sangat luar biasa itu harusnya menjadi inspirasi dan juga teladan bagi seorang PR dalam menjalankan tugasnya, maka dalam konteks ini bagaimana strategi beliau yang digunakan dalam menjalankan kesuksesan yang luar biasa yang membuat orang sangat tertarik dan beriman dengan apa yang diajarkan oleh beliau. Berdasarkan masalah diatas maka variabel masalahnya adalah:

1. Bagaimana Strategi Public Relatons Nabi Muhammad saw dalam Menyampaikan Dakwah pada Periode Mekkah?
2. Bagaimana Respon Masyarakat Terhadap Public Relationsnya?
3. Apa Saja Faktor Penunjang dan Hambatannya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi PR Nabi Muhammad saw pada periode Mekkah.
2. Untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap public relations Nabi Muhammad saw.
3. Untuk mengetahui faktor penunjang dan faktor hambatannya.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan berguna sebagai :

1. Memberikan gambaran tentang bagaimana melaksanakan peran public relations yang begitu sukses dan membuat PR Islam semakin berkembang baik dalam dakwah, organisasi maupun diperusahaan serta untuk

menunjukkan tentang strategi atau teknik yang dilakukan oleh rasulullah dalam menjalankan dakwah beliau pada periode Mekkah.

2. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi mahasiswa yang ingin meneliti dan bahan pustaka bagi perpustakaan Fakultas Dakwah dan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Istilah

Judul skripsi ini adalah “STRATEGI PUBLIC RELATIONS NABI MUHAMMAD SAW PADA PERIODE MEKAH (PERSPEKTIF KAJIAN SEJARAH PR ISLAM)”.

1. Strategi

Strategi adalah cara khusus yang diterapkan oleh Nabi Muhammad saw dalam menyampaikan dakwah Islam secara lisan maupun tertulis pada periode Mekah. Strategi itu sebagai alat yang digunakan untuk mencapai tujuan dengan suatu rencana yang telah disusun. Strategi mempunyai peranan penting karena strategi yang memberikan arahan terhadap tindakan dan cara bagaimana tindakan tersebut harus dilakukan.

2. Public Relations (PR)

Public relations atau dikenal juga dengan istilah Humas (Hubungan Masyarakat) adalah proses interaksi yang dilakukan oleh Nabi Muhammad saw kepada masyarakat Mekah untuk menyampaikan pesan dakwah yang bertujuan untuk menciptakan opini publik yang bisa menguntungkan kedua

belah pihak dan untuk menanamkan sebuah pengertian, pemahaman, dan kepercayaan akan apa yang disampaikan oleh Rasulullah.

Jadi, strategi public relations Nabi Muhammad saw yang dimaksud oleh peneliti adalah cara khusus yang digunakan oleh Rasulullah dalam ruang lingkup public relations. Dalam hal ini strategi public relations Rasulullah adalah strategi penelitian kharismatik beliau yang digunakan dalam menyebarkan dakwah Islam pada periode Mekah dan itu tidak lepas dari Sifat yang sudah melekat pada Rasulullah yang merupakan kekuatan beliau dalam menyebarkan dakwah hingga menciptakan kepercayaan dan ini menjadi panutan bagi public relations.

F. Penelitian Terdahulu

1. Jurnal penelitian oleh Sulvinajayanti

Jurnal yang berjudul "*Praktek Public Relation dalam Pandangan Islam*" dalam penelitian ini membahas tentang praktek public reation dalam Islam. Dalam melakukan kegiatan komunikasi pada public relations agar terwujudnya komunikasi yang efektif maka memerlukan kunci sukses dalam berkomunikasi, kunci sukses tersebut tergantung pada prinsip-perinsip komunikasi perspektif Islam. Jalaluddin Rahmat menawarkan 6 prinsip yaitu *Qaulan syahid*, *Qaulan Maysurah*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Karimah*, *Qaulan layyinah* dan *Qaulan Ma'ruf*. Public relations dalam Islam sangat identik dengan dakwah yang berfungsi untuk mengenalkan Islam kepada umat manusia. Misalnya zaman Nabi Muhammad saw karena beliau adalah yang paling sukses dalam menjalankan public relations. Bisa dilihat dari

perjuangannya mendakwahkan Islam, mulai dari dakwah secara sembunyi-sembunyi hingga terang-terangan, hingga Islam diterima oleh masyarakat Arab dan tersebar keseluruh dunia.⁴

2. Skripsi Rand Rasyid (1111051000019)

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah dengan judul "*Strategi Public Relations Hij Up. com dalam Memasarkan Busana Muslim*". Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa strategi yang digunakan adalah Research, Planning, Communication dan Evaluation. Public relations Hij Up.com lebih fokus dalam prakteknya menggunakan digital public relations. Dengan menggunakan 6 media, public relations Hij Up.com bertujuan agar terciptanya interpretasi dan pengertian publik terhadap busana muslim.⁵

3. Jurnal Rizqi Wahyudi

Dosen KPI IAIN Malikussaleh Lhokseumawe yang berjudul "*Kualifikasi Public Relations Frank Jefkins Perspektif Islam*". Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa kualifikasi public relations yang ditawarkan oleh Frank Jefkins adalah kemampuan berkomunikasi relevan dengan pedoman al-Qur'an menggunakan prinsip komunikasi Islam yaitu qaulan sadida, karima, baligha, ma'rufa, layyina dan qaulan maysura. Prinsip

⁴ Sulvinajayanti, "Praktik Public Relations Dalam Pandangan Islam," *Jurnal Media Komunikasi Dan Dakwah*, no. 2 vol. 8, (2018), h. 146-150.

⁵ Rand Rasyid, "Strategi Public Relations Hij.com dalam Memasarkan Busana Muslim" (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016), h. 108-109.

komunikasi Islam ini merupakan salah satu kaedah komunikasi yang efektif dalam membangun hubungan yang baik. Frank Jefkins juga menjelaskan bahwa praktisi PR juga harus mempunyai kemampuan mengorganisasikan yaitu mampu mengelola organisasi dengan prinsip manajemen. Dalam Islam ini dijelaskan dalam al-Qur'an sebagai pedoman untuk menjaga amanah atas setiap delegasi tugas yang telah diberikan.⁶

Dari ketiga penelitian di atas terdapat kesamaan bahwa strategi public relations dalam pandangan Islam itu sangat penting, terutama kaidah komunikasi dalam Islam. Akan tetapi, terdapat juga perbedaan dalam penelitian yang dilakukan karena perbedaan fokus masalah yang diambil. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dibahas strategi khusus yang dimiliki oleh Tokoh Islam yaitu Nabi Muhammad SAW dalam melaksanakan peran PR itu sendiri yang akan lebih khusus hanya membahas tentang PR dari Rasulullah dengan melihat kesuksesan yang begitu luar biasa dari beliau.

G. Sistematika Penulisan

Agar dapat memperoleh kesimpulan yang baik, terpadu, sistematika penulisan ini di sajikan dalam beberapa bab dengan rincian bab sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan.

⁶ Rizqi Wahyudi, *Kualifikasi Public Relations Frank Jefkins Perspektif Islam*, vol. X (IAIN Malikussaleh Lhokseumawe, 2018), h. 76.

BAB II : Kajian teori yang membahas tentang komunikasi dan public relations.

BAB III : Metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data serta analisis data.

BAB IV : Laporan hasil penelitian yang memaparkan tentang biografi dan strategi public relations Nabi Muhammad saw serta perbandingan antara PR zaman beliau dengan PR masa sekarang.

BAB V : Penutup yaitu kesimpulan dan saran-saran.