

**URGENSI MANAGEMENT PUBLIC RELATION MENURUT  
PERSPEKTIF ISLAM DI ERA SOCIETY 4.0**

**Ahmad Hidayat<sup>1</sup>, Artis<sup>2</sup>, Fini Elfioni Azizi<sup>3</sup>, Fitri Takbirani<sup>4</sup>, Rafif Irfandi<sup>5</sup>, Rosita<sup>6</sup>  
Sabili Alqodri<sup>7</sup>**

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

[ahmdhdyt973@gmail.com](mailto:ahmdhdyt973@gmail.com), [elfionifini@gmail.com](mailto:elfionifini@gmail.com), [fitritakbirani89@gmail.com](mailto:fitritakbirani89@gmail.com),  
[rafifirfandi02@gmail.com](mailto:rafifirfandi02@gmail.com), [rositahanafi710@gmail.com](mailto:rositahanafi710@gmail.com), [alqodrisabil@gmail.com](mailto:alqodrisabil@gmail.com)

**Abstract**

Applying fundamental management functions to public relations operations is known as public relations management. Being ability to connect people and organizations is a must for public relations professionals practicing Islam.. However, the facts explain that there are still modern societies that only take into account work productivity and do not consider applicable norms. then how does Islam view this using the approach of the Koran and hadith? This research aims to see the urgency of public management in the era of society 4.0 by looking at it from an Islamic perspective. This research method uses library research (Literature Review) with a qualitative approach. The results of the research explain that public relations management from an Islamic perspective can be seen from Q.S Al-Zalzalah verses 7-8, Q.S Al-An'am verse 165 and Q.S AT-Tur verse 21. The management function itself is explained in Q.S Al-Fath verse 8, Q.S Al-Maidah verse 67, and Q.S AL-Maidah verse 2. Public relations management in the social era is the use of social media in the management process itself.

Keywords : Public Relations Management, Islamic Perspective, Society 4.0

**Abstrak**

Praktik menggabungkan prinsip-prinsip manajemen fundamental ke dalam kampanye PR dikenal sebagai manajemen hubungan masyarakat. Dalam Islam seorang humas dalam public relation dituntut untuk mampu menjadi jembatan antara masyarakat dan lembaga ataupun perusahaan. Namun fakta menjelaskan bahwa masih ada masyarakat modern yang hanya memperhitungkan produktifitas kerja dan tidak mempertimbangkan norma yang berlaku. lalu bagaimana islam memandang hal tersebut dengan menggunakan pendekatan Al-Qur'an dan hadist . Penelitian ini bertujuan untuk melihat urgensi manajemen publik di era society 4.0 dengan melihat dari pespektif Islam. Metode Penelitian ini menggunakan Library reasearch (Kajian Pustaka) dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa management public relation dalam perspektif islam diantaranya dapat dilihat dari Q.S Al-Zalzalah ayat 7-8, Q.S Al- An'am ayat 165 dan Q.S AT-Tur Ayat 21. Untuk fungsi management sendiri dijelaskan dalam Q.S Al-Fath ayat 8, Q.S Al-Maidah ayat 67, dan Q.S AL-Maidah ayat 2. Managemen

public relation di era society adalah penggunaan sosial media dalam proses management itu sendiri.

Kata kunci : Managemen Public Relation, Perspektif Islam, Society 4.0

## **PENDAHULUAN**

Hal ini menjadi pertanda telah tibanya era revolusi industri keempat yang ditandai dengan teknologi digital (N. Purba et al., 2021). Masyarakat di seluruh dunia dapat menggunakan internet karena adanya kemajuan teknologi internet yang merupakan jaringan yang saling terhubung. Setiap orang dapat mengakses informasi yang tersedia di internet, yang memungkinkan mereka untuk saling berhubungan dan berbagi informasi terkini tanpa dibatasi oleh geografi atau waktu, selain itu internet juga menyediakan sejumlah fitur yang sangat mudah dioperasikan. Di Indonesia, jumlah pengguna internet dan perkembangan internet sendiri terus meningkat dari tahun ke tahun. Pembelian barang yang diinginkan pun dapat dilakukan melalui internet, sehingga tidak perlu lagi membeli barang secara langsung. Kemudahan yang diberikan internet pada akhirnya menyebabkan semakin banyaknya pengguna internet. Meningkatnya jumlah pengguna internet inilah yang menciptakan prospek baru bagi para pelaku bisnis sebagai sarana yang tepat untuk memasarkan produknya (Az-Zahra, 2021). Indonesia yang mulai menitikberatkan pada pemanfaatan teknologi digital dalam setiap aspek kehidupan masyarakatnya, juga mulai merasakan dampak global yang ditimbulkan oleh era revolusi industri di seluruh dunia. Bukti meluasnya adopsi teknologi digital dapat dilihat dari fakta bahwa Indonesia menduduki peringkat ketiga di antara sepuluh negara Asia dengan jumlah pengguna internet terbanyak (Ahmad & Hidayat, 2024). Ini adalah teknologi elektronik yang mampu menyimpan, menghasilkan, dan juga memproses berbagai data yang berada dalam dua situasi, yaitu positif dan negatif. Konsep digital adalah contoh dari teknologi khusus ini. Selain itu, digital atau internet adalah lokasi di mana segala sesuatu dapat ditemukan dan dilakukan dengan mudah, memungkinkan aktivitas apa pun, termasuk pencarian informasi dan bahkan penciptaan sesuatu.

Salah satu cara untuk berpikir tentang hubungan masyarakat dalam Islam adalah sebagai bentuk khotbah yang memperkenalkan Islam kepada masyarakat. Khotbah ini berfungsi sebagai pengenalan Islam kepada masyarakat umum yang ada di sana. Individu yang paling sukses dalam Islam adalah seorang pendakwah atau seseorang yang bekerja untuk menyebarkan Islam ke seluruh masyarakat adalah nabi Muhammad SAW (Hendra

et al., 2023). Menjaga hubungan positif dengan konsumen, personel, dan masyarakat umum merupakan upaya berkelanjutan dari pihak manajemen, itulah yang kita maksud ketika berbicara tentang hubungan masyarakat dalam pengertian umum (Wilujeng et al., 2021). Secara internal, proses melakukan penyesuaian dan perbaikan melalui pembentukan budaya perusahaan, yang meliputi penerapan disiplin, motivasi, peningkatan layanan, dan peningkatan produktivitas kerja, dengan tujuan menumbuhkan rasa memiliki di dalam organisasi. Definisi ini dikemukakan oleh Frank Jefkins. Istilah "hubungan masyarakat" mengacu pada semua jenis komunikasi yang diharapkan terjadi antara organisasi dan semua audiensnya, baik secara internal maupun eksternal, dengan harapan mencapai tujuan tertentu berdasarkan pemahaman bersama (B. Purba, 2018). Hubungan masyarakat (PR) merupakan taktik penting untuk digunakan karena memfasilitasi komunikasi dua arah dengan menyebarkan konten edukasional dan informatif kepada masyarakat umum melalui saluran yang mapan. Hubungan masyarakat (PR) merupakan fungsi manajemen yang berbeda yang membantu organisasi dan penggunaannya tetap pada halaman yang sama melalui berbagai aktivitas komunikasi, termasuk pemahaman, penerimaan, dan kerja sama. PR juga membantu menangani isu dan masalah, opini publik, dan perubahan. PR juga berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk kecenderungan pengguna penelitian dan menggunakan teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utamanya. Membangun hubungan positif antara pemerintah dan kelompok lain, baik di dalam maupun di luar negeri, merupakan tanggung jawab lain dari hubungan masyarakat. Selain itu, mempromosikan mentalitas altruistik, di mana orang bekerja untuk kebaikan bersama daripada keuntungan pribadi mereka sendiri, adalah penting.

Dari sudut pandang Islam, manajemen mencakup semua hal yang harus dilakukan dengan cara yang rapi, akurat, terorganisasi dengan baik, dan konsisten. Semua prosedur harus dilakukan dengan benar. Melakukan sesuatu dengan cara yang tidak bijaksana tidaklah dapat diterima. Allah adalah satu-satunya yang memerintahkan Islam, dan sebagai seorang hamba, Anda wajib untuk menaatinya. Mereka yang melayani Allah adalah individu yang memiliki berbagai karakteristik, dan dalam kepribadian ini, seseorang dapat menjadi keuntungan atau kerugian bagi orang lain (Jailani, 2018). Ciri-ciri yang membedakan satu orang dengan yang lain—tipe kepribadian mereka—bersifat universal dan berlaku secara universal. Manusia dilahirkan dengan potensi yang tak

terbatas, tetapi terserah kepada kita untuk memupuk dan melindungi potensi tersebut. Agar para konstituen organisasi terinspirasi dan termotivasi untuk membuat perbedaan, harus ada rasa tujuan bersama yang kuat disertai dengan pemahaman tentang pentingnya penjangkauan. Penafsiran Islam terhadap Al-Qur'an dan Hadits. Masyarakat saat ini memprioritaskan hal-hal material (produktivitas) dalam semua upayanya ketika dihadapkan dengan kenyataan. Hasilnya adalah bahwa masyarakat mengabaikan cita-cita, norma, dan kebutuhan spiritual yang sudah ada sebelumnya sambil mengabaikan kualitas dasar sifat manusia (Aulia, 2022).

Penerapan fungsi-fungsi manajemen fundamental pada aktivitas yang berkaitan dengan hubungan masyarakat merupakan apa yang kita maksud ketika berbicara tentang manajemen hubungan masyarakat. Dalam proses pengembangan gagasan dan penerapannya dalam tindakan yang berkaitan dengan tanggung jawabnya, para praktisi hubungan masyarakat akan sangat membutuhkan fungsi-fungsi tersebut. Oleh karena itu, mengelola hubungan masyarakat memerlukan pelaksanaan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi upaya-upaya komunikasi yang didanai oleh organisasi. Dalam ranah hubungan masyarakat, manajemen ini merupakan penerapan ilmu manajemen fundamental yang disarankan di lapangan.

Teori Keunggulan berfungsi sebagai kerangka konseptual dan dasar teoritis untuk menyelidiki kami, dan Gruning adalah orang yang menemukan teori ini. Karena teori ini mendominasi bidang studi hubungan masyarakat, teori keunggulan dalam hubungan masyarakat dipandang sebagai teori normatif. Hal ini karena teori ini berfungsi sebagai ukuran standar seberapa efektif hubungan masyarakat. Ada empat model yang termasuk dalam teori ini. Model-model ini meliputi hubungan masyarakat, agen pers, informasi publik, dan asimetris dua arah. Model-model ini dimanfaatkan oleh praktisi hubungan masyarakat dalam proses pengembangan hubungan dengan masyarakat umum. Studi hubungan masyarakat telah menghasilkan pengembangan sejumlah ide baru yang menjadi ciri khas bidang studi hubungan masyarakat. Teori keunggulan adalah yang paling menonjol dari teori-teori ini karena telah mendominasi bidang penelitian hubungan masyarakat. Akibatnya, teori ini dipandang sebagai teori normatif, khususnya sebagai ukuran standar seberapa baik hubungan masyarakat sebenarnya (Kriyantono, 2020).

Seorang humas dalam Islam diharapkan mampu menjadi jembatan antara masyarakat dengan organisasi atau perusahaan. Hal ini merupakan syarat mutlak dalam

jabatan tersebut. Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, sangatlah bermanfaat bagi proses pengelolaan untuk memiliki keterlibatan dan dukungan masyarakat saat proses tersebut berkembang. Wujud pelaksanaan Islam harus berlandaskan pada sikap dan etika humas yang sejalan dengan ajaran syariat Islam. Hal ini dapat dilihat sebagai reorientasi humas yang dapat dilihat dari wujud pelaksanaannya. Oleh karena itu, prinsip-prinsip humas yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis harus menjadi landasan yang kokoh bagi pelaksanaan kegiatan manajemen. Akan tetapi, pada kenyataannya masih banyak organisasi atau perusahaan yang hanya mementingkan efisiensi kegiatannya, sering kali mengabaikan norma dan melanggar kaidah-kaidah humas, khususnya dalam ajaran Islam itu sendiri, sehingga mengakibatkan fungsi manajemen tidak berjalan secara efektif. Dengan menggunakan metodologi Al-Qur'an dan hadis, penelitian ini mengkaji hubungan antara manajemen dan humas dalam sudut pandang Islam. Dengan kata lain, bagaimana Islam melihat situasi ini? Penelitian ini bermaksud melakukan kajian komprehensif melalui lensa analisis bibliometrik, yang bertujuan untuk menyoroti urgensi manajemen publik dalam periode masyarakat 4.0 dengan melihatnya dari perspektif Islam. Dalam konteks ini, penelitian ini merupakan upaya untuk melakukan investigasi.

## **METODE PENELITIAN**

Bentuk penelitian yang digunakan dalam karya ini adalah penelitian kepustakaan, yaitu secara khusus peneliti mengkaji manajemen hubungan masyarakat dari sudut pandang Islam (Sari & Asmendri, 2020). Karena penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan, maka penulisan artikel ini sepenuhnya merupakan hasil studi pustaka. Penelitian ini meliputi pengkajian bahan pustaka dan pustaka yang berkaitan dengan permasalahan penelitian atau langkah-langkah yang berhubungan dengan prosedur yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari perpustakaan, seperti membaca, mencatat, mempelajari, dan menelaah sumber data dalam rangka mengelola bahan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yang didefinisikan sebagai penelitian yang memanfaatkan data berkualitas tinggi yang diberikan dalam bentuk aslinya dan tidak diubah (dunia alami) daripada mengubahnya menjadi bentuk numerik atau simbolik (Waruwu, 2023).

Penelitian ini menggunakan sumber informasi primer dan sekunder. Pandangan Islam tentang manajemen hubungan masyarakat menjadi fokus penelitian ini. Sumber

data untuk penelitian ini meliputi buku atau artikel yang relevan dengan pokok bahasan yang diteliti dalam kasus ini. Pada langkah terakhir, data dianalisis dengan mengumpulkan data dan menerapkan berbagai teknik, seperti analisis isi, interpretasi data, deduksi data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Management Publik Relation Dalam Persepektif Islam

Manajemen sebagai ilmu dan keterampilan dalam mengatur dan mengatur rancangan program tidak dapat dipisahkan dari fungsi bentuk kreasi manusianya. Manajemen akan selalu menjadi bagian dari kreativitas manusia. Dalam skenario khusus ini, peran manusia sebagai khalifah di bumi dapat diringkas sebagai berikut:

Q.S Al-Baqarah ayat 30

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ  
الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Ingatlah bahwa Tuhanmu juga berfirman kepada para malaikat, "Sesungguhnya Aku ingin mengangkat seorang khalifah di bumi." Mereka menjawab dengan pertanyaan: "Mengapa Engkau hendak mengangkat (khalifah) di bumi seseorang yang akan menimbulkan kerusakan dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa memuji-Mu dan menyucikan-Mu?" "Ya, Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui," kata Allah.”*

Selain itu dalam eksistensi manajemen dijelaskan dalam Q.S Al-Dzariyat (51):56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: *“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku*

Pada ayat di atas dijelaskan terkait penciptaan manusia sebagai khalifah di bumi, khalifah disini diartikan sebagai pemimpin, menurut tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah dijelaskan bahwa Allah menciptakan suatu kaum yang silih berganti dalam memakmurkan bumi, namun hal itu menjadi keraguan bagi malaikat karena sifat manusia yang sering merusak bumi. Al-Qur'an menyatakan dalam Surat Al-Hujurat ayat 49 bahwa

tujuan diciptakannya manusia laki-laki dan perempuan, serta bersuku-suku dan bernegara-negara, adalah agar mereka saling mengenal. Hubungan sosial, yang juga disebut hubungan masyarakat, merupakan salah satu dari sekian banyak topik yang dibahas dalam Al-Qur'an bersama dengan agama, ibadah, etika, hukum, dan sejarah (Khaerurrazikin & Tahir, 2023).

Memang benar bahwa tidak ada kata khusus dalam Al-Qur'an yang dapat digunakan untuk menemukan transliterasi yang tepat untuk topik manajemen. Sebaliknya, jika kita mempertimbangkan fungsi atau tujuan manajemen, Ketika mempertimbangkan pendekatan konseptual Al-Qur'an terhadap manajemen dari perspektif terapan, kita akan melihat bahwa pendekatan tersebut cukup relevan. Setiap aspek kehidupan manusia dan masyarakat diatur oleh serangkaian prinsip yang diuraikan dalam Al-Qur'an:

1. Konsep manajemen lebih banyak berkisar pada konsep akuntabilitas individu dan kelompok Q.S Al-zalzalah ayat 7-8 :

وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

Artinya: *“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sebanyak sebutir zarah, niscaya akan mendapat pahala atas usahanya.” Barangsiapa yang melakukan suatu kefasikan, meskipun hanya sekecil sebutir zarah, niscaya akan mendapat pahala pula”*

Sesuai dengan tafsir ayat yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kepadamu akan dibebankan berbagai macam kewajiban. Akan diperhitungkan balasan atas pekerjaan yang telah dilakukan, baik ataupun buruk.

2. Manajemen merupakan suatu cara untuk mengatur tugas-tugas yang diberikan kepada setiap individu, Q.S Al- An'am ayar 165

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوكُمْ فِي مَا  
أَنْتُمْ أَهْلٌ لَّهَا إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya : *Dia telah memisahkan sebagian dari kalian dari yang lain untuk menguji kalian tentang nilai tanggung jawab yang telah Dia berikan kepada kalian. Para penguasa planet ini, kalian diciptakan oleh-Nya. Benar, Tuhan kalian cepat menghukum, tetapi benar, Dia juga sangat baik dan pemaaf.*

Ayat yang baru saja dibacakan memberikan penjelasan tentang pembagian tugas. Pembagian tugas ini berlandaskan pada kata "penguasa di bumi", Dengan kata lain, Allah menciptakan manusia menurut gambar-Nya untuk memerintah dunia dan menegakkan sistem hukum. Di antara manusia tersebut, ada yang ditinggikan derajatnya, yang berarti mereka diberi kesempatan untuk memimpin sebagian dari mereka. Maksud dari amanat ini adalah untuk menentukan dan menilai sejauh mana setiap orang meyakinkannya; karenanya, tidaklah patut jika manusia merasa iri terhadap yang lain, karena anugerah Allah akan diperhitungkan kembali di hadapan Allah.

3. Tugas dan usaha yang perlu dipertanggungjawabkan itulah yang dimaksud dengan istilah "manajemen" Q.S At-Tur ayat 21

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاتَّبَعَتْهُمْ ذُرِّيَّتُهُمْ بِإِيمَانٍ أَلْحَقْنَا بِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَمَا أَلَتْنَاهُمْ مِّنْ عَمَلِهِمْ مِّنْ شَيْءٍ ۚ كُلُّ امْرِئٍ بِمَا كَسَبَ رَهِينٌ

Artinya: *"Dan Kami akan menghubungkan orang-orang yang beriman dengan keturunan mereka, dan Kami tidak akan mengurangi sedikit pun balasan atas perbuatan mereka. Anda tidak dapat memisahkan perbuatan seseorang dari siapa mereka"*

Q.S al-Mudattsir (74):38

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya *"Setiap individu bertanggung jawab atas tindakan yang telah dilakukannya"*

4. Manajemen dalam arti kemampuan mengatur sektor keuangan sedemikian rupa sehingga produktif dan efisien

Q.S Al-Furqon Ayat 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya : *"Dan orang-orang yang dalam hal membelanjakan pendapatannya, berperilaku dalam cara yang tidak berlebihan dan tidak hemat, tetapi (pengeluarannya) berada di tengah-tengah dua ekstrem tersebut"*

Makna ayat yang baru saja dibacakan tersebut berasal dari kata “tidak berlebihan” yang berarti pengelolaan yang efektif dan efisien. Islam memerintahkan kita untuk dapat mengelola harta benda kita dan juga menggunakannya sesuai dengan kebutuhan kita, sehingga harta benda tersebut dapat efektif dan efisien,

5. Manajemen yang bercirikan kemampuan membuat perencanaan dan mempunyai pandangan ke masa depan

Q.S Al-Hasyr (59):18.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah setiap orang memperhitungkan perbuatannya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, karena Dia mengetahui segala sesuatu.*”

Arti ayat diatas menjelaskan bahwa setiap yang dilakukan harus memperhitungkan untuk hari besok, dalam manajemen ini dinamakan planning atau perencanaan yang mana diperintahkan untuk memikirkan hari esok serta bertakwa kepada Allah swt.

### **Fungsi Public Relation Dalam Perspektif Islam**

Fungsi public relation dalam perspektif Islam yang sesuai berdasarkan al-Qur’an yaitu (Aulia et al., 2022) :

1. Pemberi peringatan, dalam Q.S. Al-Fath ayat 8

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا

artinya: “*Sesungguhnya kami telah mengutus engkau untuk melayani sebagai seorang saksi, seorang pembawa kabar baik, dan seorang penjaga.*”.

Di dalam ayat ini dijelaskan Mengingatkan mereka yang telah melanggar aturan hubungan masyarakat merupakan bagian penting dari pekerjaan mereka. Untuk memperbaiki masalah saat ini, ini mungkin menjadi bagian dari strategi hubungan masyarakat.

2. Menyebarkan informasi, dalam Q.S. Al-Maidah ayat 67

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

yang artinya: *“Wahai Rasulullah, kamu wajib menyampaikan apa yang telah diwahyukan kepadamu. Jika kamu tidak menyampaikannya, itu pertanda bahwa kamu tidak menyampaikan risalah-Nya dengan benar. Allah akan memastikan bahwa kamu aman dari pengaruh manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang tidak menyembah-Nya.*

Maksud ayat ini adalah untuk menunjukkan bahwa salah satu tanggung jawab hubungan masyarakat adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan individu lain.

3. Mempromosikan saling pengertian dan kolaborasi antara publik dan organisasi, dalam Q.S. Al-Maidah ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ

artinya: *“...Kalian akan dibantu dalam mengerjakan amal saleh dan kebaikan, tetapi kalian tidak akan dibantu dalam melakukan kejahatan dan pelanggaran...”*

Pesan yang disampaikan melalui surat tersebut adalah harus ada kerja sama yang kuat antara staf hubungan masyarakat dan masyarakat luas agar tujuan organisasi dapat menciptakan keuntungan bagi masyarakat.

4. Memberikan peringatan atau rekomendasi kepada pemimpin yang dibuat demi kepentingan publik, dalam Q.S. Adz-Dzariyat ayat 55

وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَىٰ تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

*“Dan tetaplah memberi peringatan karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman.”*

Mengenai pentingnya peringatan atau peraturan yang dibuat untuk dilaksanakan oleh para pemimpin dan seluruh anggota staf, substansi makna ayat tersebut mengandung maknanya. Apabila dalam suatu bisnis tidak ada peraturan, maka tujuan yang telah ditetapkan akan sulit tercapai, bahkan organisasi dapat bubar dalam waktu dekat (Hakim, 2021).

Sebagai khalifah di bumi, kita punya tanggung jawab untuk mempererat keharmonisan antara diri kita dan dengan Allah, dan masih banyak ajaran lain yang bisa dijadikan peta jalan untuk usaha ini. Semua pernyataan yang telah dipaparkan di atas hakikatnya merupakan sebagian dari ajaran-ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an. Selain ayat-ayat Al-Qur'an, ada pula hadits nomor 1637 dari Anas bin Malik, Abu Dawud yang berkenaan dengan ajaran tentang hubungan masyarakat dengan memberdayakan

masyarakat. Nabi Muhammad (saw) meriwayatkan sebuah kisah singkat tentang seorang pengemis Ansar dalam hadits ini. "Apa harta yang dimilikinya?" Nabi bertanya kepada orang itu. Orang Ansar itu menjelaskan, "Saya hanya memiliki dua potong pakaian dan sebuah wadah air dari kayu." Akhirnya, Nabi membayar dua dirham untuk tanah itu. Nabi juga memerintahkan orang itu untuk meninggalkan tempat itu dan memerintahkannya untuk membeli makanan dan kapak seharga dua dirham masing-masing. Suatu hari, Nabi bertemu langsung dengan orang yang telah menghasilkan sepuluh dirham dari memotong kayu dan mampu memenuhi kebutuhannya. Para siswa memiliki kesempatan untuk mempelajari hal ini. Hal ini tidak hanya berpotensi memberi manfaat bagi masyarakat, tetapi juga berpotensi memberdayakan masyarakat (Firdaus, n.d.).

### **Urgensi Management Public Relation Di Era Society 4.0**

Dalam konteks revolusi industri keempat, masyarakat Era Hubungan Masyarakat memanfaatkan media digital dalam rangka melaksanakan kegiatan komunikasi. Dalam penerapannya pada era industri 4.0, Hubungan Masyarakat Phinisi Point Mall yang terkait dengan teori CMC mempertimbangkan pentingnya pemanfaatan media digital sebagai media komunikasi dalam hal mengkomunikasikan informasi mengenai produk dan kegiatan yang berkaitan dengan Phinisi Point Mall. Departemen hubungan masyarakat akan mampu mengikuti perkembangan internet yang dibawa oleh kaum milenial. Selain itu, penggunaan media digital ini diarahkan tidak hanya kepada kaum milenial tetapi juga kepada semua pengguna digital dan semua demografi. Di antara berbagai bentuk media digital yang digunakan dan dimanfaatkan oleh Hubungan Masyarakat Phinisi Point Mall dalam rangka menyebarluaskan informasi kepada masyarakat umum adalah sebagai berikut (Putra, 2020) :

#### **1. Media Digital**

Menurut Flew, media digital terdiri dari berbagai format data, teks, suara, dan gambar yang disimpan dalam bentuk digital dan dikirim menggunakan satelit, sistem transmisi gelombang mikro, dan jaringan berbasis kabel optik pita lebar. Istilah "media digital" mengacu pada segala bentuk media yang menyampaikan informasi menggunakan sarana digital.

#### **2. Media Baru**

Alat atau metode berkomunikasi dengan banyak orang melalui penggunaan teknologi digital, yang biasa disebut sebagai jaringan teknologi informasi dan

komunikasi, termasuk dalam kategori media baru. Orang-orang dapat membuat, mengubah, dan berbagi konten dengan orang lain menggunakan teknologi yang relatif mendasar; hal ini dimungkinkan oleh media baru. Untuk mengakses media baru, Anda memerlukan komputer atau perangkat seluler yang memiliki konektivitas internet.

### 3. Media Online

situs web surat kabar yang dapat diakses secara daring melalui internet. Dalam hal ini, Humas bertanggung jawab untuk menyebarluaskan informasi mengenai promosi acara dan penyewa. Ada beberapa contoh dalam hal pengelolaan hubungan masyarakat

### 4. Media Sosial

Pengguna dapat terlibat, berbagi atau membagikan hal-hal baru, dan menulis postingan untuk grup diskusi online, wiki, media sosial, dan blog, dan dunia virtual<sup>3</sup> melalui penggunaan media sosial, yang merupakan bentuk media daring. Dapat dijelaskan bahwa media sosial adalah lokasi di mana setiap orang dapat membuat akun mereka sendiri secara elektronik atau daring, yang memungkinkan mereka berinteraksi dengan orang lain untuk bercakap-cakap dan berbagi informasi dengan mereka. Saat ini, Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, dan Twitter dikenal sebagai platform media sosial yang paling menonjol. Dalam konteks penelitian ini, media sosial berfungsi untuk menghubungkan individu satu sama lain.

### 5. Whatsapp dan email

Untuk menyampaikan informasi kepada pihak internal, Humas memanfaatkan fitur grup yang tersedia di WhatsApp. Materi yang dibahas dalam grup WhatsApp ini mencakup informasi umum dan khusus yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan.

### 6. World Wide Web / WWW (Google Business dan Website)

#### a. Google Bussiness

Terkait pengelolaan visibilitas mereka di internet, khususnya di Penelusuran dan Maps, perusahaan dan badan usaha dapat memanfaatkan Google Business, yang merupakan layanan gratis yang ditawarkan oleh Google.

Masyarakat umum dapat memanfaatkan Google Business untuk mencari atau memberikan ulasan tentang bisnis atau badan usaha yang mereka kunjungi.

b. Website

sumber daya daring yang dapat diakses melalui jaringan komputer yang saling terhubung yang menampilkan informasi secara digital dalam bentuk teks, gambar, video, audio, dan animasi”.

Sclechtendahl sangat menekankan pada komponen kecepatan ketersediaan informasi dalam konteks Industri 4.0. Hal ini mengacu pada lingkungan industri yang seluruh eksistensinya selalu terhubung dan mampu mengkomunikasikan informasi satu sama lain di dalam industri tersebut. Terdapat implementasi pemanfaatan media digital (Dewiyanti et al., 2022). Dalam konteks hubungan masyarakat, pemanfaatan fasilitas internet memberikan efek atau manfaat yang nyata. Hal ini dikarenakan informasi yang dikirim dapat diberikan dengan cepat tanpa perlu mengirim file atau mencetak. Selain itu, masyarakat pengguna media digital yang dijangkau memiliki cakupan yang luas, artinya umpan balik yang diberikan masyarakat dapat dilihat secara langsung selama terdapat jaringan internet. Hal ini dimungkinkan karena masyarakat dapat dijangkau. Diupayakan agar informasi yang dikirim kepada masyarakat umum semenarik mungkin, dan pemanfaatan multimedia serta bentuk media lainnya membantu secara tidak langsung menurunkan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan promosi. Dengan hadirnya media digital yang berfungsi sebagai alat bantu hubungan masyarakat, kini informasi dapat disebarkan kepada khalayak umum pengguna media digital dan memungkinkan para pengguna tersebut untuk saling terhubung atau memperoleh berbagai jenis informasi. Melalui pemanfaatan media digital dan penerapan revolusi industri keempat, hal ini memudahkan para profesional hubungan masyarakat dalam menjalankan tugasnya. Komputer dan internet merupakan metode yang tepat untuk mengkomunikasikan informasi kepada khalayak umum yang memanfaatkan media digital, terutama di era industri 4.0 seperti yang sedang kita jalani saat ini. Dampak dari kemajuan teknologi dapat terlihat dari promosi yang menjadi tanggung jawab Humas. Untuk memastikan bahwa interaksi yang dibangun dengan masyarakat umum tercipta dengan bantuan mesin dan internet dimanfaatkan.

## KESIMPULAN

Management public relation dalam perspektif islam diantaranya dapat dilihat dari Q.S Al-Zalzalah ayat 7-8, Q.S Al- An'am ayat 165 dan Q.S AT-Tur Ayat 21. Untuk fungsi management sendiri dijelaskan dalam Q.S Al-Fath ayat 8, Q.S Al-Maidah ayat 67, dan Q.S AL-Maidah ayat 2. Seiring dengan hadirnya revolusi industri keempat, masyarakat di Era Hubungan Masyarakat memanfaatkan media digital untuk menjalankan kegiatan komunikasi. Dalam konteks penerapannya di era industri 4.0, Hubungan Masyarakat mempertimbangkan pentingnya pemanfaatan media digital sebagai media komunikasi dalam hal penyampaian informasi tentang produk dan kegiatan yang terjadi sehari-hari.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan yang tulus kami sampaikan kepada dosen pembimbing bapak Artis M.Ag yang telah memberikan masukan dan ruang untuk kami belajar management Public Relation

## DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, N., & Hidayat, R. (2024). Implementasi Strategi Digital Marketing pada Segmen B2C untuk Menarik Nasabah. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(2), 219–230. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i2.5275>
- Aulia, M. (2022). Hubungan Public Relation Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat*, 1(2).
- Aulia, M., Fitriyadi, D., R, A. M. P., & Suharyat, Y. (2022). Hubungan public relations dalam perspektif islam. *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat (JURRAFI)*, 1(2).
- Az-Zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference Of Islamic Natural Science*, XX, 77–88.
- Dewiyanti, S., Nugrahani, D. D., & Nareswari, K. P. (2022). Implikasi Kemajuan Teknologi Era Revolusi Industri. *Prosiding Asic*, 1(1), 62–90.
- Firdaus, Z. (n.d.). *Kajian Manajemen Humas Pendidikan dalam Alqur'an (Metode Tafsir Maudhu'i)*.
- Hakim, L. (2021). Konsep Manajemen SDM Perspektif Al-Quran. *Jurnal El-Barqie*, 2(2).
- Hendra, T., Adzani<sup>2</sup>, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal (Konsep dan Strategi Menyebarkan Ajaran Islam). *Journal Od Da'wah*, 2(1), 65–82.
- Jailani, D. I. (2018). Managemen Public Relation (Humas) Pendidikan Islam: Kajian Tematik Alqur'an dan Hadis. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2).

- Khaerurrazikin, & Tahir, M. T. (2023). Muhammad Husain Thabathaba ' i dan Tafsir Al-Mizan (Kajian Syafa'at dalam al-Qur'an Surah al-Baqarah). *Journal Al-Irfani: Studi Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.51700/irfani.v4i1.527>
- Kriyantono, R. (2020). Analysis of the contents of a thesis of Public Relations in University. *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora) Vol.*, 08(1), 111–128.
- Purba, B. (2018). Pengaruh Public Relations Terhadap Peningkatan Pengguna Jasa Di Bandara Internasional Kualanamu Kab. Deli Serdang. *Jurnal Network Media*, 1(1).
- Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti. (2021). Revolusi Industri 4.0 : Peran Teknologi dalam Eksistensi Penguasaan Bisnis dan Implementasinya. *JPSB*, 9(2), 91–98.
- Putra, G. N. (2020). Media Sosial dan Interaktivitas dalam Dunia Public Relations. *Jurnal Bisnis Terapan*, 04(01). <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2815>.
- Sari, M., & Asmendri. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *NATURAL SCIENCE: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41–53.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan : Metode Penelitian Kualitatif , Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi ( Mixed Method ). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wilujeng, I., Febriani, E., & Fajarina. (2021). Implementasi Strategi Public Relations Dalam Upaya Pencegahan, Pemberantasan, Penyalahgunaan, Dan Peredaran Gelap Narkoba (P4gn) Pada Generasi Millennials (Studi Kasus Pada Badan Narkotika Nasional). *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(September).