

## KUALIFIKASI PUBLIC RELATION FRANK JEFKINS PERSFEKTIF ISLAM

RIZQI WAHYUDI

Dosen KPI IAIN Malikussaleh Lhokseumawe

Email: rezqiwahyudi@gmail.com

### Abstrak

*Tulisan ini bertujuan menjelaskan kualifikasi Publik Relation Frank Jefkins dalam perspektif Islam. Kualifikasi tersebut adalah kemampuan berkomunikasi yang relevan dengan anjuran Al quran menggunakan prinsip komunikasi qaulan sadida, karima, baligha, ma'rufa, layyina dan qaulan maysura sebagai komunikasi efektif dalam membangun hubungan harmonis antara sesama. Praktisi PR juga harus memiliki kemampuan mengorganisasikan yakni mampu mengelola organisasi dengan prinsip manajemen. Islam menjelaskan manajemen dengan menjaga amanah atas setiap delegasi tugas yang diberikan serta mampu merapatkan barisan secara bersama untuk meraih kekuatan besar dalam menyelesaikan masalah. Selain itu, kemampuan menjalin hubungan dengan orang juga menjadi faktor penentu praktisi humas yang juga dijelaskan dalam al quran bahwa manusia diciptakan secara pluralitas namun dianjurkan untuk selalu bersilaturahmi dan menjadikan perbedaan sebagai sebuah kekuatan. Integritas sebagai perilaku etis setiap manusia dalam menjalani hidup sesuai aturan agama dan negara. Sementara kreatifitas dijelaskan dalam Islam sebagai suatu keharusan, sehingga manusia harus senantiasa menggunakan akal untuk berfikir kreatif dalam melahirkan program PR dan menyelesaikan masalah.*

**Kata Kunci:** Public Relation, Pespektif Islam

### Abstrak

*This paper aims to explain Frank Jefkins' Public Relations qualifications in the Islamic perspective. This qualification is the ability to communicate that is relevant to the recommendations of the Qur'an using the principles of communication qaulan sadida, karima, baligha, ma'rufa, layyina and qaulan maysura as effective communication in building harmonious relationships among others. PR practitioners must also have the ability to organize that is able to manage the organization with management principles. Islam declares about management by maintaining the mandate of each delegation of tasks given and is able to close ranks together to gain great strength in problems solving. In addition, the ability to establish relationships with other people is also a determining factor for public relations practitioners, which is also explained in the Qur'an that humans are created in plurality but are encouraged to always be friendly and make a difference as a force. Integrity, as an ethical behavior of every human being in living is according to religious and state rules. While creativity is explained in Islam as a necessity, so humans must always use reason to think creatively in producing PR programs and solve problems.*

## PEMBAHASAN

### 1. Ruang Lingkup Komunikasi Politik

#### Pendahuluan

Public relations merupakan salah satu fungsi manajemen yang menjadi jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya.

Public relations membantu sebuah perusahaan, organisasi, badan atau institusi agar publik mau bekerja sama dengan baik dalam mewujudkan hubungan harmonis. Public Relation juga didefinisikan sebagai Interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi

yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relation merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan. (Maria, 2002 :7)

Kegiatan public relation ini sangat berkaitan dengan pembentukan opini public dan perubahan sikap dari masyarakat. Peranan public relations memiliki kekuatan dalam membentuk opini public dan menekankan fungsi untuk menggalang pengertian antara lembaga yang diwakilinya dengan public yang menjadi target sasarannya, serta pengabdianannya demi kepentingan umum. Dalam pelaksanaannya dilapangan petugas Public Relation mempunyai peran ganda yang bersifat sebagai komunikator, sekaligus menjadi mediator (perantara), organisator serta konsultan dan tanggungjawab sosial. Dalam menjalankan peranannya harus berlandaskan etika dan moral yang tinggi sebagai penyandang professional public relations serta berkewajiban memberi pelayanan yang sebaik-sebaiknya demi kepentingan public atau pihak lembaga yang pandai menjaga rahasia dan citra baik lembaga tersebut dimata public. (Rosady Ruslan, 1997 : 3)

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka seorang petugas public relation harus memiliki kualifikasi yang baik dalam menjalankan tugasnya mewujudkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan public. Frank Jefkin menawarkan 5 kualifikasi Public Relation yaitu: *Ability to communicate, Ability to organize, Ability to get on with people, Personal Integrity, Imagination.*

Praktisi Public Relation harus memiliki kualifikasi sebagaimana yang disebutkan oleh Frank Jefkin. Tanpa kualifikasi tersebut, maka peran dan fungsi humas tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Tulisan ini akan membahas kualifikasi tersebut dalam perspektif Islam.

#### A. Kualifikasi Public Relation Frank Jefkins

### Dalam Perspektif Islam

#### 1. Definisi Public Relation

IPR (Institute Public Relations) merumuskan Public Relation adalah praktek hubungan masyarakat (humas) yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan (terus-menerus) dalam rangka menciptakan dan mempertahankan niat baik (*goodwill*), serta sikap-sikap yang saling pengertian yang bersifat timbal balik (*Mutual Understanding*) antara suatu organisasi atau perusahaan dengan segenap khalayaknya. (Frank Jefkins, 1996:8).

Rhenald Kasali mengutip pendapat dari John E. Marston dalam buku "Manajemen *Public Relations* Konsep dan Aplikasinya" yaitu: "*Public Relations* adalah seni untuk membuat perusahaan Anda disukai dan dihormati oleh para karyawan, konsumen, dan para penyalurnya. "Dengan membuat perusahaan disukai oleh karyawan, konsumen, dan penyalurnya maka perusahaan akan terhindar dari sasaran kemarahan. Namun disukai oleh ketiga pihak saja tidak cukup. Perusahaan masih harus menanamkan kecintaan dari elemen-elemen lain yang dewasa ini memegang peranan yang sangat vital. Misalnya, komunitas (dengan dukungan environmentalis), pers (pembentuk opini), para akademisi (pembentuk opini) dan pemerintah (regulasi dan opini). (Rhenald Kasali, 1994: 6).

Menurut Prof Edward L.B *Public Relations* juga disebut Hubungan Masyarakat yang mempunyai tiga pengertian: 1. Memberikan penerangan kepada masyarakat, 2. Mendorong langsung terhadap masyarakat untuk mengubah sikap dan tindakan serta, 3. Usaha-usaha pengintegrasian sikap dan tindakan dari perusahaan dengan masyarakat dan dari masyarakat dengan perusahaan. Prof Byron C, mengatakan bahwa hubungan masyarakat adalah suatu usaha yang sadar untuk mempengaruhi orang terutama melalui komunikasi, guna berpikir baik terhadap organisasi, menghargai dan mendukungnya dan

bersimpati dalam menghadapi tantangan dan hambatan. (S.K. Bonar, 1993 : 12). Sementara Oemi Abdurrachnan mengatakan, "Public Relations adalah suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, good will, kepercayaan, penghargaan pada dan dari publik sesuatu badan khususnya dan masyarakat umumnya". (Oemi Abdurrachnan 2001: 26)

Dalam Kongres I Asosiasi PR Sedunia di Mexico City tahun 1978 diperoleh kesepakatan tentang definisi PR Sebagai seni sekaligus ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensi darinya, memberi masukan dan saran-saran kepada pemimpin organisasi, serta menerapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi atau kepentingan khalayak. Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (Frank Jefkins 1995 : 9).

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam persoalan permasalahan, membantu manajemen mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama" (Rosady Ruslan, 2003: 16).

Cutlip, Center dan Broom mendefinisikan. Humas sebagai "The management function that establishes and maintains mutually beneficial relationship between an organizational The publics on whom its success or failure depend."

Mereka melihat Humas sebagai fungsi manajemen untuk membangun dan menjaga hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi tersebut. (I Gusti Ngurah Putra, 1999: 2).

Dengan demikian fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi.

Bedasarkan beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan adanya kesamaan konsep yang dapat dijadikan sebagai kata kunci untuk definisi PR yaitu, kegiatan PR pada dasarnya adalah kegiatan yang disengaja terorganisir rapi atau terencana. PR yang efektif harus didasarkan pada kebijakan dan penampilan yang sesungguhnya dan memenuhi kepentingan publik dan tidak semata-mata untuk membantu organisasi meningkatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa konsep PR adalah memahami dan mengevaluasi berbagai opini publik atau isu public yang berkembang terhadap suatu organisasi/perusahaan. Dalam kegiatannya PR memberikan masukan dan nasihat terhadap berbagai kebijakan manajemen yang berhubungan dengan opini dan isu publik yang tengah berkembang.

## 2. Kualifikasi PR Frank Jefkins dalam Perspektif Islam

Profesi *public relations* berperan sentral sebagai agen perubahan, bukan hanya disebabkan faktor kebijakan perusahaan yang menempatkan posisinya yang kurang strategis dalam manajemen, namun juga disebabkan beberapa faktor yang ada dalam diri/personal *public relations* tersebut. Antara lain personal di bidang profesi *public*

*relations* harus memiliki: wawasan yang luas di bidang manajemen; pertimbangan yang matang untuk dapat mengambil keputusan secara matang; memahami dunia bisnis secara utuh; menguasai lingkungan sosial politik; dan memahami para stakeholder. Hal ini disebabkan beberapa masalah manajemen tidak hanya membutuhkan strategi komunikasi, melainkan membutuhkan perubahan manajemen yang lebih komprehensif. (Jurnal Mimbar, 2006 : 496-520).

Menurut jefkins, kualifikasi yang harus dimiliki oleh praktisi PR adalah sebagai berikut:

1. *Ability to communicate*

Praktisi PR harus memiliki kemampuan komunikasi (*Communication skill*) yang baik. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain. Communication skill dalam PR adalah kemampuan untuk mengekspresikan pemikiran, perasaan, keinginan, melalui komunikasi verbal atau komunikasi non-verbal untuk mendapat pengertian orang lain dan membangun image positif perusahaan/organisasi. Seni komunikasi mengidentifikasi kemampuan untuk mendengar sama baiknya dengan berbicara. Praktisi PR juga harus mampu berbicara dengan baik, dapat menarik perhatian dari yang lainnya dan mengekspresikan dirinya dengan jelas.

Menurut Dredge dan Croswhite (1986, h. 2) ada dua komponen penting dalam terciptanya komunikasi secara efektif. Komponen pertama adalah kemampuan untuk memahami pesan (pemahaman) yaitu kemampuan mendengarkan suara atau melihat aksi, kemampuan mengolah pesan, dan menyimpannya dalam memori. Komponen kedua adalah kemampuan berespon terhadap pesan (ekspresi) yaitu kemampuan memilih kata atau aksi yang tepat, kemampuan menyusun kata-kata dan aksi-aksi menjadi pesan yang dapat dimengerti. (Dredge dan Croswhite, 1986: 2). Komunikasi dapat dibedakan dalam kemampuan komunikasi reseptif dan kemampuan

komunikasi ekspresif. Kemampuan komunikasi reseptif ditunjukkan dengan kemampuan anak dalam memahami dan mengerti instruksi atau perintah. Kemampuan komunikasi reseptif ditunjukkan dalam bentuk isyarat, tindakan atau bahasa tubuh. Sedangkan kemampuan komunikasi ekspresif adalah kemampuan seorang anak dalam menjawab atau mengekspresikan pikiran dan perasaan. Kemampuan komunikasi ekspresif biasanya ditunjukkan dalam bentuk verbal.

Sesuai dengan hal tersebut di atas Sabir menyebutkan bahwa bahasa dibagi menjadi dua bagian yaitu bahasa reseptif/pemahaman dan bahasa ekspresif/pengungkapan secara verbal. (Sabir, 2003: 233) Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komponen kemampuan komunikasi meliputi kemampuan dalam memahami pesan, yaitu kemampuan mendengarkan suara/ instruksi atau melihat aksi, kemampuan mengolah pesan dan menyimpannya dalam memori dan kemampuan memberikan respon terhadap pesan atau instruksi yang ditunjukkan dalam bentuk verbal, isyarat, tindakan atau bahasa tubuh. Hal ini tentu dapat dilakukan dengan baik oleh praktisi PR dalam menjalankan tugasnya.

Efektifitas komunikasi menyangkut praktisi PR dalam membangun hubungan dengan masyarakat tentu dilakukan dengan cara yang berbeda-beda. Namun harus mengedepankan etika komunikasi yang baik, karena masalah yang menonjol dalam proses komunikasi adalah perbandingan antara pesan yang disampaikan dengan pesan yang diterima. Informasi yang disampaikan tidak hanya tergantung kepada jumlah (besar atau kecil) akan tetapi sangat tergantung pada sejauh mana informasi itu dapat dimengerti atau tidak.

Dalam perspektif Islam, komunikasi disamping untuk mewujudkan hubungan manusia dengan sang penciptanya *Hablum Minallah* melalui ibadah vertikal juga *hablum minannas* melalui muamalah. Sebagai praktisi

humas kemampuan berkomunikasi dalam ibadah muamalah tentu harus dilaksanakan dengan pedoman al quran dan hadist. Dalam Al-Quran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilalkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas public relation. Dalam berbagai literatur tentang komunikasi Islam kita dapat menemukan setidaknya enam jenis gaya bicara atau pembicaraan (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam, yakni (1) Qaulan Sadida menggunakan kalimat atau perkataan yang benar dan tidak ada sedikitpun kebohongan, (2) Qaulan Baligha yaitu menggunakan kalimat yang berbekas pada jiwa mereka, artinya kalimat yang digunakan adalah kalimat yang menyentuh hati komunikan, (3) Qaulan Ma'rufa adalah menggunakan kata-kata yang baik dan mudah dimengerti, (4) Qaulan Karima adalah ucapan yang mulia (5) Qaulan Layinan yaitu menggunakan kata-kata yang lemah lembut, dan (6) Qaulan Maysura adalah ucapan yang mudah.

## 2. *Ability to organize*

Pengorganisir yang baik adalah yang selalu merasa pesimis, yang mengkhawatirkan segala hal akan berlangsung buruk, tidak akan merasa optimis hingga mendapat jaminan sukses. Kemampuan mengorganisasikan berarti mampu membuat rencana memulai, dan bekerja dengan baik hingga akhir. Kemampuan mengorganisasikan adalah kebutuhan yang tetap. Tentu hal ini juga harus didukung oleh kemampuan manajemen yang baik.

Manajemen menjadi sangat penting

artinya dari segala aspek kehidupan. Oleh karena itu manajemen menjadi icon yang urgen baik secara individual maupun secara kelompok. Para ilmuwan bermacam-macam dalam mendefinisikan manajemen walau esensinya bermuara pada satu titik temu. Pengertian manajemen yang paling sederhana adalah “seni memperoleh hasil melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh orang lain.” Menurut Jhon D Millet, “manajemen ialah suatu proses pengarahan dan pemberian fasilitas kerja kepada orang-orang yang telah diorganisasi dalam kelompok-kelompok formal yang mencapai tujuan yang diharapkan.” James F. Stoner, berpendapat bahwa “manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan para anggota dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.” Menurut George R. Terry bahwa “manajemen adalah pencapaian tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan orang lain.”

Berdasarkan pengertian diatas, kita bisa memetakan pengertian manajemen kepada tiga hal, yaitu : Pertama, manajemen sebagai ilmu pengetahuan bahwa manajemen memerlukan ilmu pengetahuan. Kedua, manajemen sebagai seni dimana manajer harus memiliki seni atau keterampilan me-manage. Ketiga, manajemen sebagai profesi, bahwa manajer yang profesional bisa me-manage secara efektif dan efisien.

Al-Qur'an adalah mukjizat terbesar bagi Nabi Muhammad. Al-Qur'an juga satu-satunya mukjizat yang bertahan hingga sekarang. Selain sebagai sumber kebahagiaan di dunia dan akhirat, al-Qur'an juga merupakan sumber ilmu pengetahuan yang tidak pernah mati. Jika dicermati, kebanyakan ilmu pengetahuan yang saat ini berkembang, sejatinya telah Allah tuliskan dalam al-Qur'an. Firman Allah SWT dalam surah Ash Shaff (61:4):

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًا  
كَأَنَّهُمْ بُنِينَ مَرْصُوصًا ۚ

Artinya : Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

Dalam ayat yang lain Allah SWT berfirman dalam surah Al Mu'minin (23:8) :

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رُءُوفُونَ ۝

Artinya : Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya,

Berdasarkan ayat tersebut di atas jelas bahwa keteraturan memberikan manfaat yang luar biasa. Keteraturan ini tentu dapat dilaksanakan dengan prinsip manajemen yang baik. Kemampuan mengorganisasikan adalah kemampuan mendelegasikan tugas-tugas sesuai dengan kemampuan yang dimiliki serta harus mampu dilaksanakan dengan prinsip amanah sesuai dengan tugas yang diberikan.

### 3. *Ability to get on with people*

Kemampuan membangun hubungan baik dengan orang lain juga bagian dari kualifikasi yang harus dimiliki oleh praktisi PR. Mampu menambah rekan berarti menyukai orang, toleransi dengan mereka, memahami mereka. Pada organisasi internasional atau situasi ekspor, PR akan bekerja dengan orang yang berbeda negara, etnik, bahasa, agama, dan politik. Hal ini tentu dilakukan dengan kemampuan menggunakan komunikasi antar budaya.

Hal ini sesuai dalam firman Allah dalam surat Al hujurat ayat 13 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ  
وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ

أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۝ ٣١

Artinya : Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang

paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.

Al-Qur'an surat al-hujarat ayat 13 menegaskan kepada semua manusia bahwa ia diciptakan Allah dari seorang laki-laki dan seorang perempuan. Menciptakan manusia secara pluralistic, beraneka bangsa, suku, bahasa, budaya dan warna kulit. Keanekaragaman dan kemajemukan manusia seperti itu adalah bukan untuk berpecah belah, saling membanggakan kedudukan, yang satu lebih terhormat dari yang lainnya akan tetapi supaya saling mengenal, bersilaturahmi, berkomunikasi, saling member dan menerima. Suatu hal penting bahwa semua manusia itu sama di hadapan Allah, yang membedakan derajat mereka adalah ketaqwaannya kepada Allah SWT.

Dengan demikian, seorang PR harus dapat menjadikan perbedaan sebagai sebuah kekuatan dalam menjalin hubungan agar dapat menarik investor dan membangun hubungan harmonis dengan publik.

### 4. *Personal Integrity*

Integritas adalah adalah konsistensi dan keteguhan yang tak tergoyahkan dalam menjunjung tinggi nilai-nilai luhur dan keyakinan definisi lain dari integritas adalah suatu konsep yang menunjuk konsistensi antara tindakan dengan nilai dan prinsip. Dalam etika, integritas diartikan sebagai kejujuran dan kebenaran dari tindakan seseorang. Lawan dari integritas adalah hipocrisy (hipokrit atau munafik). Seorang dikatakan "mempunyai integritas" apabila tindakannya sesuai dengan nilai, keyakinan, keyakinan, dan prinsip yang dipegangnya.

Dalam Islam sendiri, integritas adalah mengenai dua hal, yaitu kesucian dan

keutuhan (*purity and wholeness*). Kesucian ini berdasar pada konsep fitrah dalam Islam, yaitu naluri atau pembawaan manusia yang selalu membutuhkan agama untuk menuntun dirinya beribadah pada Tuhannya. Seperti dalam hadits, Rasulullah SAW bersabda, “Tidaklah seorang anak dilahirkan, melainkan ia dilahirkan dalam keadaan fitrah (bersih/ suci). Orangtuanyalah yang menjadikan ia Yahudi, Nasrani atau Majusi.” (HR. Bukhari). Integritas dalam Islam adalah kembalinya manusia pada fitrah dan bagaimana manusia menjaga fitrah tersebut. Hal ini juga telah disebutkan dalam Al-Qur’an yaitu dalam firmanNya dalam Surat Ar-Rum: 30.

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ  
اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ  
ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ٠٣

“Hadapkanlah wajahmu dengan lurus pada agama (Allah), (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan atas fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”

Sedangkan dalam hal keutuhan, adalah sudah diketahui bersama bahwa kelengkapan adalah bagian dari Islam. Nabi Muhammad sendiri, merupakan Nabi terakhir sebagai penyempurna agama, dan merupakan pelengkap serta penutup nabi-nabi sebelumnya, seperti telah disebutkan dalam hadits: “Sesungguhnya perumpamaan diriku dengan nabi-nabi sebelumku adalah sama dengan seseorang yang membuat sebuah rumah; Diperindah dan diperbagusnya (serta diselesaikan segala sesuatunya) kecuali tempat (yang dipersiapkan) untuk sebuah batu bata di sudut rumah itu. Orang-orang yang mengelilingi rumah itu mengaguminya, tetapi bertanya: ‘Mengapa engkau belum memasang batu bata itu?’ Nabipun berkata: “Sayalah batu bata (terakhir) sebagai penyempurna itu, dan sayalah penutup para nabi.” (HR. Bukhari).

Oleh karenanya, integritas merupakan suatu totalitas dalam berbagai hal sebagaimana Islam mengajarkan secara lengkap segala apa yang ada di bumi ini, dari masalah bersuci, beribadah padaNya, hingga hal-hal yang kita lakukan sehari-hari, seperti makan, minum, cara berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam definisi filosofis, integritas adalah kesesuaian dan kepatuhan terhadap kode etik ataupun aturan-aturan dalam kehidupan kita yang relatif bersifat perilaku dan etika. Sedangkan dalam Islam, integritas berkaitan dengan konsistensi individu terhadap tujuan bawaannya; totalitas kehidupan individu yang terus sejalan dengan fungsi intrinsik mereka-sebagai khalifah di bumi ini. Pelanggaran integritas dalam definisi filosofis adalah pelanggaran integritas atas kode etik ataupun aturan-aturan tertentu sehingga predikat integritas tidak berlaku dalam dirinya. Sedangkan dalam Islam, pelanggaran integritas merupakan suatu keterasingan dari sifat alamiah seseorang dengan konsekuensi yang mendalam yang pada akhirnya menghilangkan esensi kehidupan manusia.

Dengan demikian, integritas menjadi modal utama yang harus dimiliki praktisi PR dalam menjalankan tugasnya, karena integritas akan membawa pribadi praktisi PR sebagai pribadi yang bersih dari segala bentuk kecurangan.

## 5. Imagination

Praktisi PR harus kreatif, menjadi seorang yang memiliki ide brilliant, mampu menyelesaikan masalah, mampu menciptakan rencana yang orisinal dan menggunakan pemikiran yang imajinatif untuk kerja aktif.

Adapun penyebab kreativitas tidak dapat berkembang secara optimal adalah karena seseorang terlalu dibiasakan untuk berpikir secara tertib dan dihalangi oleh kemungkinannya untuk merespon dan memecahkan persoalan secara bebas. Dengan berpikir tertib semacam ini, maka seseorang dibiasakan mengikuti pola bersikap

dan berperilaku sebagaimana pola kebiasaan yang dikembangkan oleh masyarakat atau lingkungannya (Nashori & Mucharram, 2002: 26 ; Diana, 1999: 6). Berkenaan dengan kebiasaan berpikir tertib, agama dipandang oleh sementara orang mempunyai peranan terhadap rendahnya kreativitas manusia. Agama dipandang sangat menekankan ketaatan seseorang kepada norma-norma. Sehingga, karena kebiasaan berpikir dan bertindak berdasarkan norma-norma itulah semangat atau niatan untuk berkreasi menjadi terhambat. Pandangan ini dinilai oleh pendapat lain sebagai pandangan yang tidak mengenal esensi agama. Menurut pendapat terakhir ini, agama diciptakan Tuhan agar kehidupan manusia menjadi lebih baik. Islam misalnya, dilahirkan agar menjadi petunjuk bagi alam semesta (rahmatan lil ‘alamin). Mereka mengakui bahwa agama mengajarkan norma-norma, tapi norma itu bukan berarti membatasi kreativitas manusia. Agama justru yang mendorong manusia untuk berpikir dan bertindak kreatif (Nashori & Mucharram, 2002: 27; Diana, 1999: 6). Oleh karenanya maka Allah swt selalu mendorong manusia untuk berpikir.

﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ﴾  
 ٩١٢

“Demikianlah, Alah menerangkan kepadamu ayat-ayat -Nya, agar kamu berpikir” (QS. Al Baqarah [2]: 219) Ayat di atas memberikan penjelasan bahwa sebenarnya Islam pun dalam hal kekreativitasan memberikan kelapangan pada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya (qalbunya) dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup di dalamnya. Bahkan, tidak hanya cukup sampai di sini, dalam al Qur’an sendiri pun tercatat lebih

dari 640 ayat yang mendorong pembacanya untuk berpikir kreatif.(Madhi, 2009: 16).

## KESIMPULAN

Kualifikasi Publik Relation yang ditawarkan oleh Frank Jefkins yaitu kemampuan berkomunikasi relevan dengan anjuran Al quran yang menggunakan prinsip komunikasi Islam qaulan sadida, karima, baligha, ma’rufa, layyina dan qaulan maysura. Prinsip komunikasi Islam adalah salah satu kaidah komunikasi efektif dalam membangun hubungan harmonis antara sesama. Frank Jefkins juga memberikan penjelasan bahwa selain kemampuan komunikasi seorang praktisi PR juga harus memiliki kemampuan mengorganisasikan yakni mampu mengelola organisasi dengan prinsip manajemen.

Dalam Islam hal ini diungkapkan dalam al quran sebagai anjuran menjaga amanah atas setiap delegasi tugas yang diberikan serta mampu merapatkan barisan secara bersama untuk meraih kekuatan besar dalam menyelesaikan masalah. Selain itu, kemampuan menjalin hubungan juga menjadi faktor penentu praktisi humas yang juga dijelaskan dalam al quran bahwa manusia diciptakan secara pluralitas namun dianjurkan untuk selalu bersilaturrehmi dan menjadikan perbedaan sebagai sebuah kekuatan bukan untuk sling menjatuhkan. Integritas juga modal utama dalam Islam dalam menjalin hubungan, karena integritas adalah perilaku etis setiap manusia dalam menjalani hidup. Sementara kreatifitas dijelaskan dalam Islam sebagai suatu keharusan, sehingga manusia harus senantiasa menggunakan akal untuk berfikir kreatif dalam melahirkan program PR dan menyelesaikan masalah.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Assumpta, Maria Rumanti, *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*, Jakarta : PT. Grasindo, 2002
- Firsa Nova, *Crisis Public Relations*. Jakarta : Rajagrafindo, 2011
- Frank Jefkins, *Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1982
- Frazier Moore, *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004
- Jalaluddin Rachmad, *Public Relations dalam Teori dan Praktek*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1993
- Mawar, *Strategi Public Relations Hotel Jayakarta Dalam menarik Minat Pengunjung*. Bandung : Perpustakaan UNIKOM, 2007
- Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen*. Bandung : CV Mandar Maju, 1998
- Oumi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : Citra Aditya Bakti, 2001
- Redi Panuju, *Komunikasi Bisnis*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Rhenald Kasali, *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti, 1994
- Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation: Konsep dan Aplikasinya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Bandung : Raja Grafindo Persada, 2003
- Rosady Ruslan, *Praktek dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1995
- S.K. Bonar, *Hubungan Masyarakat Modern*, Jakarta : Rineka Cipta, 1993
- Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2005