

## **Penerapan Program Media Relations oleh Bagian Humas dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan**

**Santy Handayani**

<sup>1</sup>Ilmu Komunikasi, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Jl. Mughtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara

*handayanisanty@gmail.com*

### **Abstrak**

*Media berfungsi sebagai sarana penyebarluasan informasi tentang perusahaan kepada khalayak. Menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media merupakan salah satu cara efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan reputasi perusahaan dimata stakeholders. Humas Pemerintah mempunyai peranan penting bagi publik. Karena dengan adanya Humas publik dapat mengakses informasi yang dapat menjembatani informasi antara pemerintah, media, dan stakeholder. Sehingga Humas memposisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Media relations merupakan hubungan baik yang terjalin antara media dan humas pada suatu perusahaan atau organisasi. Media relations merupakan suatu keharusan karena media relations sangat penting dilakukan untuk menunjang keberhasilan seorang humas dalam meningkatkan reputasi suatu perusahaan atau organisasi. Penelitian ini berjudul "Pelaksanaan Program Media Relations oleh Bagian Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan media relations oleh humas pemerintah kota Medan dalam meningkatkan reputasi pemerintah kota Medan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis penelitian ini menggunakan tahapan penyeleksi data, reduksi data, penyajian dan klasifikasi data. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Pelaksanaan program media relations yang dilakukan humas untuk meningkatkan reputasi kota Medan berupa konferensi pers, resepsi pers, kunjungan pers, press calls, media briefing, media evens, press release, dan website. Pelaksanaan program media relations menurut humas sudah cukup berhasil dalam meningkatkan reputasi pemko Medan, karena apa yang humas sampaikan kepada masyarakat bisa tersampaikan dengan baik. Masyarakat sudah mulai tumbuh kesadarannya untuk menjaga untuk ikut menjaga dan merawat hasil pembangunan yang pemko Medan lakukan.*

**Kata Kunci** : *Program Media Relations, Humas Pemerintah, Reputasi.*

## 1. PENDAHULUAN

Public Relations (PR) merupakan jembatan bagi sebuah organisasi/perusahaan dengan internal publiknya sebagai upaya untuk mendapat dukungan publik dalam meraih citra positif (Hidayati, 2020). Keberhasilan pekerjaan seorang Public Relations atau Hubungan Masyarakat (Humas) sangat ditentukan oleh keberhasilannya dalam menjalin hubungan dengan media massa. Publikasi serta pencitraan yang dilakukan oleh Humas akan berhasil diterima khalayak apabila media massa ikut andil di dalamnya. Media berfungsi sebagai sarana penyebarluasan informasi tentang perusahaan kepada khalayak. Humas bertanggung jawab menyampaikan dan menerima informasi dari khalayak sedangkan media bertanggung jawab menjalankan hak publik untuk memperoleh informasi. Membangun hubungan baik dengan media massa menjadi satu urgensi bagi seorang Humas, karena keberhasilan seorang Humas sangat ditentukan oleh media massa. Media adalah partner kerja Humas. Humas harus memandang media sebagai mitra kerja yang saling mendukung.

Humas Pemerintah Kota Medan dalam menjaga reputasinya menjalankan fungsinya lebih memposisikan diri sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Sehingga wajar bila dinyatakan bahwa pada dasarnya kegiatan Public Relations merupakan kegiatan media. Wajar bila dinyatakan bahwa pada dasarnya kegiatan Humas merupakan kegiatan media. Nyaris tidak ada kegiatan yang tidak melibatkan media massa. Dalam praktik media relations bukan hanya memberikan informasi yang diberikan melalui media massa, melainkan juga mengikuti dan mengelola informasi yang disampaikan melalui media massa.

Reputasi mencerminkan persepsi publik mengenai tindakan-tindakan perusahaan. Reputasi akan dapat berubah-ubah tergantung pada bagaimana perusahaan tersebut dapat menjaga reputasinya. Harapan mengenai reputasi yang sengaja diciptakan oleh perusahaan kadangkala tidak sejalan dengan penilaian yang muncul pada persepsi publik, sehingga reputasi dapat dikatakan sebagai objek penilaian. Upaya membangun reputasi membutuhkan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan membangun citra perusahaan.

Diperlukan kerja keras untuk mencapai dan menjaga nama baik dalam perusahaan, ada semacam paradoks yang berkembang dalam pengelolaan reputasi, bahwa semakin dibutuhkan, reputasi cenderung semakin sulit untuk dikelola. Kehilangan reputasi jauh lebih mudah dibanding usaha untuk membangunnya, sebagian orang menyatakan dalam metafora bahwa dibutuhkan sepuluh tahun untuk membangun reputasi yang baik, namun cukup satu menit saja untuk meruntuhkannya. Proses dan langkah-langkah untuk membangun reputasi perusahaan sebagai industri bukanlah pekerjaan instan, tetapi merupakan kegiatan yang berlangsung terus menerus untuk membangun citra perusahaan.

Citra dapat berupa tanggapan positif ataupun negatif. Citra sendiri akan melekat pada setiap individu maupun instansi, tanggapan positif maupun negatif tergantung pada proses pembentukan dan pemaknaan dari objek sasaran pembentukan citra. Serta, semua orang memiliki hak untuk memaknai citra personal maupun instansi. Citra perusahaan tidak dapat direkayasa, namun dibentuk oleh masyarakat, salah satu usaha membangun citra adalah melalui proses komunikasi dan keterbukaan perusahaan. Untuk mencapai tujuan Humas yang di antaranya citra positif dan saling pengertian antara publik dan perusahaan, maka banyak kegiatan Humas yang dilakukan melalui media. Kegiatan komunikasi akan sulit dilakukan bila tidak memanfaatkan media massa. Media massa bisa menjadi media komunikasi yang dapat menjangkau publik yang tersebar dan beragam kepentingannya itu. Kini hampir seluruh instansi

pemerintah memiliki kantor Humas, divisi yang melakukan manajemen media massa, pembangunan citra, jembatan pemerintah dengan masyarakat, serta penghubung pers dengan pemerintah. Kinerja Humas pemerintah dituntut harus mampu mengantisipasi dan memprediksi isu yang akan berkembang menjadi wacana publik. Menyadari pentingnya hal tersebut sekaligus agar masyarakat menerima informasi yang jernih dan berkembang, Pemerintah Kota Medan mulai berbenah diri dengan melibatkan bagian Humasnya dalam dunia media massa. Dampak yang ditimbulkan dalam kegiatan yang tengah dilakukan adalah semakin baiknya reputasi Pemko Medan di mata masyarakat khususnya tren citra positif.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif sangat berguna untuk melahirkan teori-teori tentatif. Metode ini mencari teori bukan menguji teori. Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi dan samplingnya terbatas. Metode deskriptif kualitatif berguna untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang makna (arti subjektif dan penafsiran) dan konteks tingkah laku serta proses yang terjadi pada faktor-faktor yang berkaitan dengan tingkah laku tersebut. Teori bagi peneliti kualitatif akan berfungsi sebagai bekal untuk bisa memahami konteks sosial secara lebih luas dan mendalam. Adapun kerangka konsep yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

### Definisi Konsep

1. Humas Pemerintah Kota Medan Humas Pemerintah Kota Medan mempunyai peranan penting bagi publik. Karena dengan adanya Humas Pemko Medan publik dapat mengakses informasi yang dapat menjembatani informasi antara pemerintah, media, dan stakeholder. Sehingga Humas Pemko Medan memposisikan sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media.
2. Media Relations Menurut Frank Jefkins media relations adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pemahaman dan pengetahuan bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan.
3. Reputasi Reputasi adalah suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak bisa diperoleh dalam waktu singkat karena harus dibangun bertahun-tahun lamanya untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Reputasi juga baru bertahan apabila konsistennya perkataan dan perbuatan.

**Tabel 1. Kategorisasi**

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Pelaksanaan Program <i>Media Relations</i> oleh Bagian Humas dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Menggelar Konfrensi Pers</li><li>2. Mengadakan Resepsi Pers</li><li>3. Melakukan Kunjungan Pers</li><li>4. Melakukan Press Calls</li><li>5. Melakukan Media Briefing</li><li>6. Menggelar Media Events</li><li>7. Membuat Press Release</li></ol>

### 3. HASIL

Untuk memperoleh data yang akurat, digunakan dengan cara melakukan wawancara kepada narasumber. Narasumber pada penelitian ini terdiri dari dua orang yang dianggap sudah memiliki kriteria yang dibutuhkan dan memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti terhadap masalah yang sedang terjadi. Berikut hasil wawancara bersama humas Pemerintah Kota Medan Hendra Tarigan, S.Sos Kepala Sub Bagian Hubungan Masyarakat.

“Sejauh ini sangat berkembang dengan baik, mulai dari media cetak, media online dengan menyesuaikan fungsinya tetap menyampaikan informasi dan melakukan sosial kontrol di tengah masyarakat. Seperti program pembangunan di samping media juga menyampaikan pemberitaan yang dilakukan pemko Medan dan media juga melakukan kritisi. Saat ini Humas terus melakukan pembenahan bagaimana berita ataupun hasil pembenahan yang telah dilakukan sampai dengan baik kepada masyarakat, kita permudah. Misalnya seluruh berita yang humas sampaikan kalau memang bisa harus di terima bersih, jadi wartawan tidak perlu mengedit jadi mereka terima berita kita langsung mereka naikkan dan disampaikan kepada audiens terutama masyarakat. Humas berharap kepada media sebagai sosial kontrol untuk menyampaikan hasil pembangunan. Karena membangun kota Medan ini harus ada dukungan dari masyarakat. Tidak hanya bisa pemko Medan saja. Contohnya masalah kebersihan. Sebagaimana kuatnya dan sebagaimana pun tenaga yang kita punya, kebersihan tidak bisa diwujudkan apabila masyarakat kesadarannya untuk tidak membuang sampah sembarangan tidak terwujud. Media ya untuk mengedukasi masyarakat. Kita harus menjaga kota Medan ini.”

Berikut hasil wawancara bersama humas Pemerintah Kota Medan Rizka Firdahlia, S.Sos Kepala Sub Bagian Pengendalian Evaluasi Kebijakan “Pelaksanaan untuk saat ini masih baik, release yang humas kirim juga masih banyak media yang mau mempublish beritanya. Media relation masih kuat karena yang kami bangun bukan hanya relasi antar lembaganya saja, tetapi hubungan personal wartawan sesama anggota wartawan juga di bangun. yang diharapkan humas terhadap media sebagai partner terdekat dalam menjaga reputasi Pemerintah Kota Medan adalah Lebih menggunakan etika jurnalistik, jangan suka membuat berita tanpa mengkonfirmasi terlebih dahulu. Kode etik jurnalistik harus dipahami, undang-undang pers harus dipahami.”

Berikut hasil wawancara bersama humas Pemerintah Kota Medan Rina Andriani Silalahi, S.E Staff Pengendalian Evaluasi Kebijakan “Untuk perkembangan media saat ini semakin ke depan semakin baik, terutama dalam

hal media online. Memang sekarang humas pemko Medan sedang membenahi media-media mana saja yang layak untuk bekerja sama dengan pemko Medan dalam arti secara administrasi mereka harus memenuhi syarat. Peningkatan reputasi humas Cukup berhasil, karena dengan adanya media kita dapat membagikan informasi yang ada di pemko Medan. Baik itu infrastruktur, pembangunan. Beberapa tahun belakangan ini sudah jarang ada keluhan dari masyarakat itu sendiri. Karena setiap ada berita yang menjatuhkan pemko Medan pun media selalu membuat berita positif. Dari situ masyarakat bisa menilai bagaimana kinerja dari pemko Medan dari media.”

#### **4. PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dalam penelitian di Humas Pemerintah Kota Medan, maka pembahasannya sebagai berikut: Perkembangan media saat ini dalam mempublikasikan kegiatan yang ada di kota Medan menurut humas pemko Medan sangat berkembang mulai dari media cetak, terutama pada media online karena publikasi melalui media online lebih efektif dalam penyebaran berita. Media selalu menyesuaikan fungsinya dengan tetap menyampaikan informasi dan melakukan sosial kontrol di tengah masyarakat. Media yang bergabung di pemko Medan pun semakin bertambah, namun pemko Medan sedang membenahi media-media yang layak untuk bekerja sama dengan pemko Medan dengan memberlakukan syarat, yaitu harus mempunyai akta, tanda daftar perusahaan, dan rekomendasi dari kominfo.

Humas melakukan kegiatan coffee morning, studi banding, dan kerjasama untuk publikasi pemberitaan agar hubungan dengan media dapat berjalan dengan baik. Karena menurut humas, media adalah mitra kerja. Tanpa adanya media pembangunan dengan media tidak akan sampai kepada masyarakat. Humas pemko Medan memiliki media relations. Untuk dapat meningkatkan reputasi pemko Medan, humas selalu mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan oleh Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan kepala dinas Pemko Medan. Humas terus melakukan pembenahan dan hasil pembenahan yang telah dilakukan sampai dengan baik kepada masyarakat.

Pelaksanaan program media relations yang dilakukan humas untuk meningkatkan reputasi kota Medan berupa konferensi pers, resepsi pers, kunjungan pers, press calls, media briefing, media events, press release, dan website. Pelaksanaan program media relations yaitu konferensi pers, humas pemko Medan tidak sering melakukannya. Bahkan konferensi pers dilakukan terakhir kali pada tahun lalu. Konferensi pers biasa dilakukan oleh humas ketika dinas-dinas ingin menyampaikan program kerja dinas tersebut. Namun tidak hanya itu, konferensi pers dilakukan jika ada program kerja dinas terkait menyimpang, pada saat itu mereka harus mengonfirmasi berita yang telah tersebar itu.

Dalam hal konferensi pers ini humas memberi fasilitas kepada dinas jika dinas tersebut ingin menggunakannya. Humas pun akan mengundang wartawan yang telah bekerja sama dengan pemko Medan. Seperti contohnya tahun lalu, dinas kebersihan dan pertamanan kota Medan memaparkan tentang program kebersihan. Menurut humas pemko Medan konferensi pers efektif dalam penyebaran informasi, karena dengan adanya pemaparan program kerja yang dilakukan dinas-dinas terkait dalam setahun belakangan. Dan humas memfasilitasi media untuk mendapatkan informasi baru dari narasumber terkait. Pelaksanaan program media relations yaitu resepsi pers, humas pemko Medan menyebutkan coffee morning.

Menurut humas coffee morning sangat penting dilakukan karena disitulah humas melakukan tatap muka, bersilatrahmi, wartawan langsung bertemu dengan Wali Kota Medan untuk berdiskusi menyampaikan saran dari media, dan penting bagi pejabat yang mengerti tentang fungsi kehumasan. Sebagai pejabat publik harus memberikan informasi kepada masyarakat. Coffee morning dilakukan setiap dua setahun atau tiga bulan sekali. Pelaksanaan program media relations yaitu kunjungan pers, tidak menjadi agenda rutin bagi humas pemko Medan. Menurut humas, kunjungan pers dilakukan ketika media elektronik atau media cetak mengundang untuk menjadi tamu dalam suatu acara. Yang sering mengundang pemko Medan untuk menjadi tamu dalam acara mereka adalah TVRI, I News TV, Analisa sebagai narasumber suatu talkshow.

Pelaksanaan program media relations yaitu press calls, menurut humas pemko Medan tidak sering dilakukan karena berita kegiatan Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan kepala dinas pemko Medan yang humas sampaikan kepada media itu biasanya melalui e-mail. Menurut humas penyampaian berita melalui e-mail tidak efektif karena humas seharusnya membuat release untuk dibagikan kepada media. Pelaksanaan program media relations yaitu media briefing, menurut humas media briefing ini tidak sering dilakukan. Humas memberitahu media lewat whatsapp jika ada kegiatan Wali Kota, Wakil Wali Kota, ataupun kepala dinas. Biasanya humas tidak memaksakan media harus datang atau tidak. Menurut humas itu hak para media.

Pelaksanaan program media relations yaitu media events, beberapa acara dilakukan humas adalah roadshow journalistgoes to school dan kegiatan medan city tour oleh ikatan wartawan online. Media events biasanya dilakukan untuk mempromosikan sesuatu. Acara yang dilakukan ikatan wartawan online ini merupakan acara untuk mempromosikan pariwisata yang ada di kota Medan. Pelaksanaan program media relations yaitu press release, dilakukan rutin setiap Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan kepala dinas ada kegiatan. Kegiatan yang sudah dilakukan lalu dibuat dalam bentuk tulisan dan disebar melalui email. Press release efektif dilakukan dalam penyebaran berita karena berita langsung bisa dinaikkan oleh media tanpa perlu diedit lagi. Release yang dibuat pemko Medan pun sangat ditunggu oleh media. Pelaksanaan program media relations yaitu website, setiap kali ada kegiatan biasanya pemko Medan selalu mengunggah kegiatan tersebut pada website pemko Medan. Setiap ada informasi selalu diunggah melalui website untuk menjawab informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Namun tidak hanya website, humas pemko Medan juga mempunyai media sosial seperti instagram dan facebook.

Menurut humas penyebaran berita melalui website ataupun media sosial lebih efektif melalui media sosial. Karena media sosial lebih mudah dan cepat diakses, melalui media sosial masyarakat bisa menyampaikan keluhannya tentang kota Medan. Penyebaran informasi melalui website dan media sosial diakui humas pemko Medan sangat efektif, karena masyarakat sudah banyak memakai media sosial tersebut. Jadi pesan pembangunan yang humas unggah lebih bisa sampai kepada masyarakat dan langsung feedback, dan mereka juga dapat mengirimkan komentar melalui website atau media sosial humas pemko Medan. Dengan adanya program media relations menurut humas sudah cukup berhasil dalam meningkatkan reputasi pemko Medan.

Karena humas membangun media relations dengan sendirinya, artinya sudah terbentuk begitu saja. Apa yang humas pemko Medan sampaikan dapat sampai ke masyarakat dan masyarakatpun sudah mulai tumbuh kesadarannya untuk ikut menjaga dan merawat hasil pembangunan yang pemko Medan lakukan. Menurut humas, beberapa tahun belakangan ini humas pemko Medan

sudah jarang menerima keluhan dari masyarakat. karena biasanya jika ada berita yang menjatuhkan pemko Medan, humas dan media yang bekerja sama langsung menunjukkan berita positif yang sudah dilakukan oleh pemko Medan.

Dengan adanya media relations, humas berharap kepada media sebagai partner terdekat agar saling mendukung, membantu, dan bekerja sama dengan menginformasikan berita-berita positif terutama kepada masyarakat kota Medan dari berbagai sisi kenyamanan, kebersihan dan infrastruktur. Humas juga berharap agar humas selalu menjunjung etika jurnalistik, jangan suka membuat berita tanpa mengonfirmasi terlebih dahulu, harus memahami kode etik jurnalistik, dan undang-undang pers. Selalu sampaikan hasil pembangunan, karena membangun kota Medan ini harus ada dukungan dari masyarakat.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai berbagai narasumber untuk mengetahui Program Pelaksanaan Media Relations oleh Bagian Humas dalam Meningkatkan Reputasi Pemerintah Kota Medan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut: Pelaksanaan program media relations yang dilakukan humas untuk meningkatkan reputasi kota Medan berupa konferensi pers, resepsi pers, kunjungan pers, press calls, media briefing, media evens, press release, dan website. Pelaksanaan program media relations menurut humas sudah cukup berhasil dalam meningkatkan reputasi pemko Medan. Karena humas membangun media relations dengan sendirinya, artinya sudah terbentuk begitu saja.

Apa yang humas pemko Medan sampaikan dapat sampai ke masyarakat dan masyarakatpun sudah mulai tumbuh kesadarannya untuk ikut menjaga dan merawat hasil pembangunan yang pemko Medan lakukan. Beberapa tahun belakangan ini humas pemko Medan sudah jarang menerima keluhan dari masyarakat. karena biasanya jika ada berita yang menjatuhkan pemko Medan, humas dan media yang bekerja sama langsung menunjukkan berita positif yang sudah dilakukan oleh pemko Medan. Untuk dapat meningkatkan reputasi pemko Medan, humas selalu mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan oleh Wali Kota, Wakil Wali Kota, dan kepala dinas Pemko Medan. Humas terus melakukan pembenahan dan hasil pembenahan yang telah dilakukan sampai dengan baik kepada masyarakat. Dalam hal ini humas pemko Medan berharap kepada media agar media dapat terus memberikan berita-berita positif kepada masyarakat. Dan humas pemko Medan harus mengedepankan etika jurnalistik yang sudah ada.

## REFERENSI

- Adhani, A., & Anshori, A. (2018). Persuasion of Teacher Communication in Preventing the Danger of Drug Abuse on High School Students. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 1(3), 153-159.
- Adhani, A., MAP, A. S. S. S., Anshori, A., Sos, S., Sinaga, C. N. A., Sos, S., ... & Ulayya, A. (2022). *Relasi Media dan Kampus (Rekam Jejak FISIP UMSU dalam Tata Kelola Pendidikan Tinggi di Era Industri 4.0 dan Masa Pandemi Covid-19)* (Vol. 1). umsu press.
- Agussani, M., Chanra, A., Rudianto, S., Adhani, A., Sos, S., Kom, M. I., ... & Hajar, S. PROSIDING KONFERENSI NASIONAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK TAHUN 2016: Indonesia Menuju SDGs.
- Anshori, A. (2016). Peran Media Lokal Dalam Pemilihan Kepala Daerah. *Jurnal Keskap*, 14(3).
- Anshori, A., Rudianto, R., Adhani, A., & Nasution, N. (2021). PENGARUH RELASI BUDAYA DALAM PESAN DAN SALURAN POLITIK TERHADAP SIKAP PEMILIH: STUDI KASUS DI PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2020. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 22(2), 177-188.

- Anshori, A. (2017). Media Luar Ruang, Budaya Lokal dan Perilaku Politik.
- Anshori, A., Rudianto, R., Adhani, A., & Nasution, N. (2021). PENGARUH RELASI BUDAYA DALAM PESAN DAN SALURAN POLITIK TERHADAP SIKAP PEMILIH: STUDI KASUS DI PILKADA KOTA MEDAN TAHUN 2020. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)*, 22(2), 177-188.
- Anu, T. A. (2022). The Effect of Mass Communications on Individuals: "One Step Flow, Two Steps Flow, and Multi Steps Flow. *Journal of Social Political Communication And Culture*, 1(1), 45-56.
- Basit, L., Kholil, S., & Sazali, H. (2022). Perspektif Media Massa Terhadap Politisi Perempuan Dalam Tiap Rezim Negara dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(01).
- Basit, L. (2018, October). Media Treatment on Religion Issues. In *International Conference on Media and Communication Studies (ICOMACS 2018)* (pp. 286-289). Atlantis Press.
- Ekayati, R., Manurung, I. D., & Yenni, E. (2020). Need analysis of esp for non-English study program. *Language Literacy: Journal of Linguistics, Literature, and Language Teaching*, 4(2), 322-332.
- Ekayati, R., Arifin, M., & Yenni, E. (2022). Pelatihan Kreasi Crochet Craft Bagi Kelompok Ibu Dasawisma Usia Produktif Desa Manunggal, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 191-196.
- Erdiana, L. K., Hafiar, H., & Bakti, I. (2019). Communication Crisis in Tourism Office: Negative News by Online Media.
- Erdiana, L. K., Hafiar, H., & Bakti, I. (2019). Communication Crisis Coordination Model: The Negative Coverage Online Media at Tourism Institution of Medan.
- Faustyna, F., Rudianto, R., & Santoso, P. (2021). Pelatihan Komunikasi Krisis Masyarakat Lokal dalam Mengelola Keluhan Wisatawan saat Pandemi Covid19 untuk Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Lama Paluh Naga di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 69-76.
- Faustyna, F., & Jumani, J. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (PERSERO) Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 15(1).
- Faustyna, F. (2019). Evening Culinary Tourism: the Publicity of Merdeka Walk Medan. *KUMPULAN JURNAL DOSEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA*, 10(2).
- Faustyna, F. (2015). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN ETOS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA BPJS KETENAGAKERJAAN CABANG BELAWAN. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 1(2).
- Faustyna, F. (2020). Coordination of Communication Crisis Model. *Indonesian Journal of Education, Social Sciences and Research (IJESSR)*, 1(2), 79-86.
- Faustyna, F., Rudianto, R., & Santoso, P. (2021). Pelatihan Komunikasi Krisis Masyarakat Lokal dalam Mengelola Keluhan Wisatawan saat Pandemi Covid19 untuk Pengembangan Destinasi Wisata Kampung Lama Paluh Naga di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 69-76.
- Fazhari, S., & Rudianto, R. (2022). Influence of interpersonal communication of chairman and employees on employee performance Inna Parapat Hotel and Resort. *COMMICAST*, 3(1), 158-163.
- GITA SUKMONO, F. I. L. O. S. A. (2017). *Komunikasi Berkemajuan dalam Dinamika Media dan Budaya*. PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO, APIK PTM & BUKU LITERA.
- Hajar, S., & Tanjung, I. S. (2016). Pembangunan Partisipatif dan Penanggulangan Kemiskinan. *Publico: Jurnal Ilmu Administrasi*, 1(1), 1-7.
- Harahap, M. S., Hardiyanto, S., Hidayat, F. P., & Lubis, F. H. (2021). Pengenalan Media Belajar Online di Masa Pandemi Covid 19 Pada Anak Usia Sekolah Kampung Sejahtera Kota Medan. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(2), 144-149.

- Harahap, M. S., Kholil, S., & Zulkarnain, I. (2020). Construction of Indonesian Muslim Identity in Photo News in National Newspaper in Medan City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(4), 2784-2795.
- Harefa, R. K., & Adhani, A. (2021). The role of the general election commission to increase community political participation in the 2020 general election of Medan city. *COMMICAST*, 2(2), 139-143.
- Hendra, Y., Rudianto, R., & Khairani, L. (2021). Minang Tribe Merchant Family Communication in Shaping Children's Entrepreneurial Behavior. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(4), 10425-10436.
- Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2020). Media literacy of communication students in using facebook. *ETTISAL: Journal of Communication*, 5(1).
- Hidayat, F. P., & Ginting, R. (2018). Literasi Media Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa di Kota Medan. *APPPTMA KE*, 8, 1-5.
- HIDAYATI, L. (2020). *AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS KARIBIA BOUTIQUE HOTEL MEDAN* (Doctoral dissertation, UMSU).
- Insani, S., & Adhani, A. (2022). Communication patterns cares for children and Deli river in building the moral of children in the River. *COMMICAST*, 3(1), 135-139.
- Irvan, I., Basit, L., Maulana, H., Nasution, M. R., & Wahyudi, R. (2021). Google Workspace for Education untuk Pembelajaran Berbasis ICT di Sekolah Muhammadiyah Kota Binjai. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 157-162.
- Izharsyah, J. R., & Lubis, F. H. L. (2021). Government Strategies In Planning Mass Transportation Medan City. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(11), 1915-1932.
- Izharsyah, J. R., Adhani, A., Hardiyanto, S., & Lubis, F. H. (2021). MAPPING AND CONSTRUCT BUMDES DI KABUPATEN SIMALUNGUN (NAGORI TOTAP MAJAWA, NAGORI MARUBUN JAYA, NAGORI PARBALOGAN). *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(4), 2031-2041.
- Izharsyah, J. R., Lubis, F. H., & Hardiyanto, S. (2021). Penguatan Pengabdian Dalam Penerapan Mitigasi Bencana Tanah Longsor Dan Banjir Di Nagori Totap Majawa Kecamatan Tanah Jawa Kabupaten Simalungun. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 64-68.
- Jailani, A. K., Hendra, Y., & Priadi, R. (2020). RETRACTION: Analisis Fungsi Harian Serambi Indonesia pada Masyarakat Desa Doy Kecamatan Ulee Kareng Kota Banda Aceh. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 6(2), 96-106.
- Kholis, A., Sinaga, K., Izharsyah, J. R., Kholik, K., Pasaribu, V. A., Hajar, S., ... & Simanjuntak, J. E. *Membangun Daerah Dalam Perspektif Makro dan Mikro*. UNISMA PRESS.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021, August). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 1039-1045).
- Lubis, S. A. S. (2019). Pemanfaatan Dana Zakat Bagi Pemberdayaan Ekonomi Umat (Analisis Fatwa Mui Tahun 1982). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 309-320.
- Lubis, S. A. S. (2022). Renewal of Ijtihad in the Modern Era: Historical Background and Current Developments. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 3(2), 107-115.
- Lubis, S. A. S. (2022). PEACE IN CIVIL CASES IN RELIGIOUS COURTS. *Journal Law Islamic Maqashid Al-Ahkam*, 1(01), 38-48.
- Lubis, S. A. S., & Dianto, D. (2021). Pembinaan Kader Muhammadiyah Dalam Membangun Nilai-Nilai Toleransi Sebagai Upaya Menghadapi Perbedaan Paham Pada Masyarakat Desa Melati Kec. Perbaungan. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 139-143.
- Lubis, S. A. S. (2009). *Pelaksanaan vasektomi oleh masyarakat muslim di Kota Medan dalam perspektif fatwa Majelis Ulama Indonesia tahun 2009* (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara).

- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021, August). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 1039-1045).
- Lubis, H. Z., Eriska, P., Bismala, L., Arifin, M., Hidayat, F. P., IKom, M., ... & Lesmana, G. (2021). Inovasi Pembelajaran di Masa Merdeka Belajar Kampus Merdeka (New Normal); Antara Peluang dan Tantangan (Vol. 1). umsu press.
- Nasution, N., & Ramadhani, E. (2014). Analisis Tingkat Kebutuhan Remaja Di Kota Medan Terhadap Informasi Pendidikan Seksual Dan Kesehatan Reproduksi.
- Pribadi, A., & Nasution, N. (2021). Digital transformation to the sustainability of public relations profession in the era of disruption. *COMMICAST*, 2(1), 52-57.
- Priadi, R., Kholil, S., & Zulkarnain, I. (2018). ISIS Terror on detik. com Online Media in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 451-464.
- Purba, A. M. (2021). Whatsapp Grup Sebagai Media Komunikasi Kuliah on Line Dengan E-Learning Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal SOMASI*, 2(2), 87-100.
- Purba, A. M. (2021). Tinjauan Yuridis Terhadap Prosedur Pemilu yang Bermutu dan Berintegritas. *Publik Reform*, 8(2), 36-44.
- Putra, N. (2019). Media di Sumatera Utara: antara industri dan ideologi. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 3(1), 1-14.
- Putra, N. (2017). Implikasi Kebebasan Pers Terhadap Dinamika Politik Islam di Sumatera Utara Pada Masa Reformasi Periode 1998-2011. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 2(1).
- Putra, N. (2016). Karakteristik Komunikator Efektif dalam Komunikasi Antar Pribadi. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/331802050\\_Karakteristik\\_Komunikator\\_Efektif\\_dalam\\_Komunikasi\\_Antar\\_Pribadi](https://www.researchgate.net/publication/331802050_Karakteristik_Komunikator_Efektif_dalam_Komunikasi_Antar_Pribadi).
- Rudianto, R., Hidayat, F. P., Hardiyanto, S., Priadi, R., & Thariq, M. (2021). Community Activities Amid Activity Restrictions during the Coronavirus Disease-19 Pandemic in North Sumatra. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, (E), 964-968
- Santoso, P. (2021, November). Television Journalist: The Challenge of Mass Communication Post the Covid-19 Pandemic. In *3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021)* (pp. 112-115). Atlantis Press.
- Santoso, P. (2016). Konstruksi sosial media massa. *AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(1).
- Santoso, P., Kholil, S., & Pohan, S. (2019). The construction of the reality of coverage media television about the Islamic Defenders Front. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 2(2), 254-266.
- Sari, V. M., & Anshori, A. (2022). Marketing communication strategy Sawah Pematang Johar tour in improving tourist visits. *COMMICAST*, 3(1), 113-120.
- Sinaga, C. N. A., Nasution, N., & Yenni, E. (2021, November). Management Strategy of Online Radio: Post COVID-19 Pandemic. In *3rd Jogjakarta Communication Conference (JCC 2021)* (pp. 8-10). Atlantis Press.
- Sinaga, S. A., & Tanjung, I. S. (2021). Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dalam Pengembangan Wisata Religi Di kota pekanbaru (Doctoral dissertation, UMSU).
- Tenerman, T. (2021). POLA KOMUNIKASI BADAN KENAZIRAN MASJID DALAM PENANGGULANGAN PERGAULAN BEBAS DI DESA HAMPARAN PERAK. *Warta Dharmawangsa*, 15(3), 331-339.
- Thariq, M. A. (2019). Hak Ex Officio Hakim: Pertimbangan Hukum Hakim terhadap Pembebanan Nafkah Iddah dan Mut'ah dalam Perkara Cerai Talak Verstek Perspektif Maqashid Syariah (Kasus di Pengadilan Agama Kabupaten Malang). *Sakina: Journal of Family Studies*, 3(2), 1-12.
- Thariq, M., Sukirno, S., & Prananingtyas, P. (2020). Pelaksanaan Pengawasan Asuransi Jiwasraya Oleh OJK Provinsi Sumatera Barat Di Kota Padang. *Notarius*, 13(1), 111-126.
- Nasution, N., Zulfahmi, Z., Lubis, F. H., & Hardiyanto, S. (2021). PEMANFAATAN MEDIA BELAJAR ONLINE BAGI GURU SMK YAYASAN PENDIDIKAN HARAPAN DI MASA

- PANDEMI COVID-19. Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(3), 702-705.
- Nurdin, R., Syam, T., & Harahap, M. S. (2015). Komunikasi lintas budaya wisatawan asing dan penduduk lokal di Bukit Lawang. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 1(2).
- Yenni, E., Tenerman, T., & Sinaga, C. N. A. (2021). Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Masyarakat Lokal terhadap Pariwisata Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 83-87.
- Yenni, E. (2020). Penggunaan Bahasa Inggris dalam Meningkatkan Keterampilan Retorika dan Public Speaking Bagi Siswa SMA di Kota Binjai. *Diakses dari pada*, 21.
- Yenni, E., Tenerman, T., & Sinaga, C. N. A. (2021). Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Masyarakat Lokal terhadap Pariwisata Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 83-87.
- Yenni, E., Tenerman, T., & Sinaga, C. N. A. (2021). Peningkatan Kemampuan Berbahasa Inggris Masyarakat Lokal terhadap Pariwisata Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 83-87.
- Zurika, H., & Lainnya, D. (2021). Inovasi Pembelajaran di masa Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (New Normal) Antara Peluang dan Tantangan. *Aksaqila Jabfung*.