

Peran Public Relations Officer dalam Menyebarluaskan Informasi Program Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat

Sihol Tumangger

¹Ilmu Komunikasi, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Jl. Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara

siholtumangger@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mengkaji Fungsi public relations officer (PRO) dalam menyebarluaskan program Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat. Fungsi public relations merupakan kegiatan persuasive satu arah terus bertahan. yang melakukan program-program kerja pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana public relations difungsikan di Kabupaten Pakpak Bharat. Dalam menginformasikan program pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat Humas pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat harus berperan aktif dan memiliki jiwa mencitrakan suatu lembaga dan kinerja pemerintah tersebut. Bentuknya suatu menginformasikan adalah mempublish dan mempersuaf masyarakat, baik secara media maupun praktis. Dalam hal ini, peneliti hanya menspesifikasikan masalah fungsi Officer (PRO) Humas dalam menyebarluaskan informasi program pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat sehingga peneliti tidak mengambang dalam menyampaikan pesan. Persoalan yang paling mendasar dalam bidang program-program pemerintah tentunya Humas memiliki peranan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan dalam kewajiban menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama. Public relations diartikan sebagai hubungan masyarakat yang artinya praktis mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas juga disebut dengan public relations yang dikatakan sebuah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat. dan etis. Perkembangan profesionalisme.Public Relations yang berkaitan dengan pengembangan PR, baik secara sebagai praktis maupun profesional dalam suatu organisasi atau perusahaan merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi public relations dan komunikasi organisasi. Selain itu, hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan praktis PRO (Pejabat Humas) dan pencapaian profesionalisme dalam public relations. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan wawancara kepada pihak Humas Pemkab Pakpak Bharat.

Kata Kunci : *public relations officer, program, informasi, humas.*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Pakpak Bharat adalah sebuah kabupaten yang ada di provinsi Sumatera utara, Indonesia ibukotanya adalah kota Salak. Pakpak Bharat terletak di kaki pegunungan bukit barisan. Kabupaten Pakpak Bharat terbentuk pada tanggal 28 juli 2003 dan merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Dairi. Etnis yang mendiami pada umumnya adalah suku Pakpak, yakni salah satu sub suku batak. Kabupaten Pakpak Bharat bergerak dalam perekonomian agraris (pertanian). Tentunya pemerintah harus ambil bagian dalam memajukan perekonomian masyarakat setempat. Tentunya program-program pemerintah harus dikembangkan sedemikian rupa oleh Ka Biro Humas Pemkab Pakpak Bharat. Untuk meningkatkan kemampuan personilnya biro Humas Pakpak Bharat harus mempublikasikan program pemerintah. Humasnya harus mampu mengoperasikan dunia nyata maupun dunia maya. Seiring dengan kehadiran teknologi internet tidak hanya membawa perubahan salah satunya terhadap budaya (culture) diantara penggunanya tetapi juga perubahan itu menjadi objek kajian yang menarik untuk dieksplorasi, baik oleh peneliti maupun praktis.

Humas pemerintah melakukan kegiatan publikasi, promosi dan periklanan. Humas pemerintah lebih menekankan pada *public services* atau demi meningkatkan pelayanan umum. Melalui unit atau program kerja humas tersebut pemerintah dapat menyampaikan informasinya atau menjelaskan mengenai kebijaksanaan dan tindakan-tindakan tertentu serta aktivitas dalam melaksanakan tugas-tugas atau kewajiban-kewajiban pemerintahannya. Dalam menginformasikan program pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat Humas pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat harus berperan aktif dan memiliki jiwa mencitrakan suatu lembaga dan kinerja pemerintah tersebut.

Bentuknya suatu menginformasikan adalah mempublish dan mempersuasi masyarakat, baik secara media maupun praktis. Dalam hal ini, peneliti hanya menspesifikasikan masalah fungsi *Officer* (PRO) Humas dalam menyebarluaskan informasi program pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat sehingga peneliti tidak mengambang dalam menyampaikan pesan. Persoalan yang paling mendasar dalam bidang program program pemerintah tentunya Humas memiliki peranan memberikan informasi atau pesan pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan dalam kewajiban menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama. *Public Relations* diartikan sebagai hubungan masyarakat yang artinya praktis mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. *Public Relations* Humas merupakan jembatan bagi sebuah organisasi/perusahaan dengan internal publiknya sebagai upaya untuk mendapat dukungan publik dalam meraih citra positif (Hidayati, 2020). Humas juga disebut dengan public relations yang dikatakan sebuah usaha untuk membangun dan mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi yang baik dan bermanfaat antara organisasi dan masyarakat.

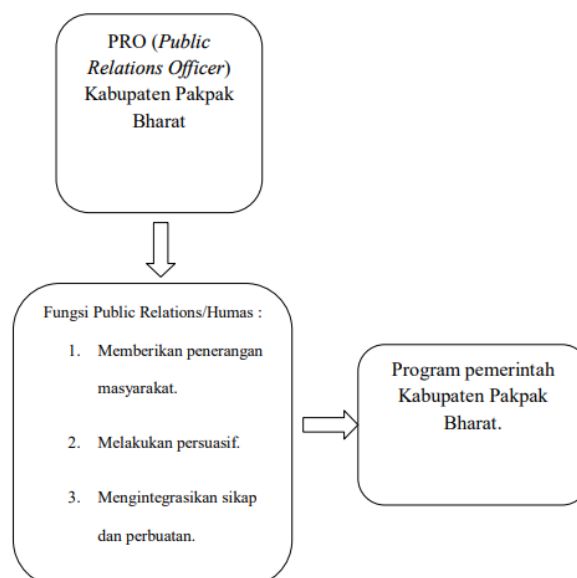
Peranan humas lainnya adalah memberikan pengetahuan dan pengertian terutama dalam membantu menginformasikan kepada public internal (dalam organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah dimengerti sehingga ketidak pedulian akan suatu organisasi atau tempat dapat diatasi melalui pengetahuan. Definisi yang paling lengkap dan akomodatif terhadap perkembangan dan dinamika Humas (*Public Relations*). Sebab terdapat aspek cukup penting dalam PR, yaitu teknik komunikasi, sehat dan etis. Perkembangan profesionalisme. *Public Relations* yang berkaitan dengan pengembangan PR, baik secara sebagai praktis maupun profesional dalam suatu

organisasi atau perusahaan merupakan salah satu kunci untuk memahami fungsi public relations dan komunikasi organisasi. Selain itu, hal tersebut juga merupakan kunci untuk pengembangan praktis PRO (Pejabat Humas) dan pencapaian profesionalisme dalam public relations.

Hubungan masyarakat (humas) sebenarnya sudah dikenal dan dipraktikkan orang sejak berabad-abad yang lalu. Jika kita mengamati Humas sebagai kegiatan pencitraan melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif maka usia Humas sebenarnya sudah tua. Kegiatan Humas bahkan sudah sama tuanya dengan peradaban manusia. Kita harus menengok kebelakang bahkan sampai masa ribuan tahun yang lalu untuk menentukan asal mulanya. Namun humas sebagai suatu ilmu pengetahuan tersendiri yang dipelajari dan yang dipraktekkan secara serius. Humas modern sebagai beberapa ilmuwan muncul sebagai akibat revolusi industri yang terjadi, Revolusi industri sendiri muncul sebagai akibat penemuan berbagai teknologi modern yang diawali dengan diciptakannya mesin uap sehingga memberikan kemampuan bagi industri untuk memproduksi barang secara massal. Produksi barang secara massal pada akhirnya memicu konsumsi massal.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mempunyai tujuan memahami sebuah fenomena dibidang sosial dengan cara alami yang mengutamakan interaksi komunikasi oleh peneliti dengan peristiwa yang diteliti. Dalam penelitian kualitatif, keikutsertaan peneliti yang mendalam sangat penting agar bisa memahami tingkah laku subjek penelitian. Metode kualitatif digunakan untuk lebih mendalami informasi dan subjek penelitian. Metode deskriptif merupakan salah satu dari jenis jenis metode penelitian. Dengan demikian metode penelitian deskriptif ini digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu, dalam hal ini bidang secara aktual dan cermat. Metode deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), akan tetapi juga memadukan. Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi. Metode penelitian deskriptif pada hakikatnya adalah mencari teori, bukan menguji teori. Metode ini menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka konsep adalah hasil pemikiran rasional yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep ini juga menjadi pedoman atau landasan untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mempermudah penelitian.

Berdasarkan kerangka konsep yang telah diuraikan diatas, maka definisi konsep adalah Public relations adalah panca indra + 1 organisasi atau perusahaan. Telinganya untuk mendengarkan apa yang diinginkan, diharapkan dikeluarkan public. Mata untuk melihat kenyataannya apa yang telah dilakukan organisasi, hidung untuk mencium peluang hingga ketidak beresan, lidah untuk mengecap manis-pahitnya posisi organisasi dan posisinya sendiri, dan kulit untuk merasakan sentuhan, luka, dan terkadang gatal yang dialami oleh organisasi dan public yang dilayaninya secara luas.

Tanda +1 diatas berarti berarti public relations juga harus mampu mengatur perilaku organisasi atau perusahaan agar bisa menjerit, menghindari, menangis, menggaruk, melawan atau mengendalikan detak jantungnya, sehingga tidak diluar batas yang justru menjadikan persepsi yang baik menjadi buruk, situasi menjadi lebih kacau, atau merugikan organisasi atau perusahaan sendiri. Beberapa pelopor public relations yang banyak dikenal adalah Ivy Ledbetter Lee. dia adalah lulusan universitas Princeton dan dialah menyuarakan "Declarations of Principle" yang pada intinya antara lain mengungkapkan bahwa public tidak bisa lagi diabaikan. Dialah yang mengutarakan filosofinya yang terkenal yang mengakibatkan evolusi dari keagenan pers menjadi publitas, dan dari publitas ke public relations. Lee adalah orang yang pertama memelopori penggunaan press release atau news release secara luas pada saat terjadi pemogokan pekerja tambang batu bara di tahun 1906.

Kategorisasi merupakan salah satu bahan yang disusun atas pikiran situasi dan criteria tertentu. Kategorisasi menunjukkan cara mengatur suatu variabel penelitian sehingga dapat diketahui dengan jelas yang menjadi kategorisasi penelitian pendukung untuk analisis yang terdapat didalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

Tabel 1. Katagorisasi Penelitian

Konsep	Kategorisasi
Fungsi <i>public relations officer</i> (PRO)	1 Fungsi Humas
dalam Menyebarluaskan Informasi	2 Program Pemerintah
Program Pemerintah kabupaten Pakpak Bharat	

Teknik pengumpulan data yang tepat untuk mendapatkan data kualitatif pada umumnya agak berbeda dengan pengambilan kualitatif. Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan penelitiannya, maka di perlukan teknik pengumpulan data yang akan di lakukan kepada sumber data pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan Wawancara, yaitu mendapatkan data dengan cara tanya jawab dan berhadapan dengan Informan/Narasumber.

3. HASIL

Praktisi humas harus menentukan target khalayak atau public mana yang akan menjadi sasaran program kerja Humas. Khalayak sasaran haruslah jelas

agar tujuan, strategi dan taktik yang akan dilaksanakan dapat melaksanakan hasil secara optimal. Praktisi Humas tidak dapat menetapkan rencana kehumasan yang ditujukan untuk masyarakat umum (general public) karena mencakup begitu banyak orang. Praktisi Humas tidak dapat menetapkan kategori yang terlalu umum dalam menentukan target khalayaknya, yaitu seluruh khalayak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Dalam merencanakan program Humas, praktisi humas harus mengetahui siapa khalayak yang mereka hadapi atas dasar bagaimana khalayak bersangkutan terlibat atau terpengaruh oleh isu yang muncul situasi yang bermasalah. Praktisi Humas harus mengetahui siapa mereka, dimana mereka berada apa kaitan mereka dengan organisasi atau perusahaan, apa kaitan mereka dengan masalah yang muncul dan seterusnya.

Praktisi Humas memiliki kejelasan mengenai karakteristik setiap khalayak, misalnya bagaimana setiap khalayak memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap problem atau situasi bermasalah yang tengah dihadapi atau bagaimana khalayak tertentu terpengaruh oleh masyarakat yang muncul. Penentuan khalayak sasaran tanpa menunjukkan karakteristik yang jelas tidak akan membantu praktisi Humas dalam merencanakan program kerjanya. Mendeskripsikan beberapa fungsi media massa bagi public relations Humas Pemkab Pakpak Bharat yaitu:

- 1) Untuk mendokumentasikan dan meningkatkan publisitas media melalui pressrealise, konfrensi pers, mengorganisasi event-event tertentu, dan kampanye public relations .
- 2) Untuk memahami public dan persepsi terhadap produk atau layanan yang telah dilakukan Humas
- 3) Untuk memahami nlingkungan sosial dan industry tempat organisasi berada
- 4) Untuk mengevaluasi, atau meriset dan menganalisis kesempatan atau peluangpeluang dan berbagai kecenderungan di masyarakat
- 5) Untuk menganalisis evektivitas perencanaan yang dilakukan public relations termasuk kegiatan pemberian sponsor
- 6) Untuk mendapatkan informasi dan bekal bagi public relations tentang cara bertindak jika isu atau krisis membesar.

LKIP Kabupaten Pakpak Bharat disusun sesuai Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah dan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 53 Tahun 2014 tentang Petunjuk Teknis Perjanjian Kinerja, Pelaporan Kinerja dan Tata Cara Review Atas Laporan Kinerja Instansi Pemerintah. LKIP Kabupaten Pakpak Bharat merupakan bentuk akuntabilitas dari pelaksanaan tugas dan fungsi yang dipercayakan kepada instansi Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat atas penggunaan anggaran tahun 2017. LKIP Kabupaten Pakpak Bharat Tahun 2017 memuat informasi kinerja tentang penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan kebijakan program dan kegiatan, serta pencapaian sasaran dalam mewujudkan visi, misi dan tujuan Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat, sesuai dengan yang ditetapkan dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2016-2021. Hasil pencapaian kinerja penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Kabupaten Pakpak Bharat tidak terlepas dari kerjasama dan kerja keras semua pihak yakni masyarakat, swasta dan aparat pemerintah daerah baik dalam perumusan kebijakan, maupun dalam implementasi serta pengawasannya.

Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat Tahun 2017 Kata Pengantar Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan serta partisipasi dalam penyusunan Laporan Kinerja Instansi Pemerintah (Lkip) Kabupaten Pakpak Bharat Tahun

2017. Salak, 27 Maret 2018 Bupati Pakpak Bharat Dr. Remigo Yolando Berutu, Mba, M.Fin.

Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat Tahun 2017 Ikhtisar Eksekutif Ikhtisar Eksekutif Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat senantiasa berupaya menyelenggarakan pemerintahan berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) dan berorientasi kepada hasil (*result oriented government*) sesuai dengan kewenangan yang dimiliki. Salah satu prinsip dasar yang dikembangkan dalam kerangka itu adalah perwujudan akuntabilitas kinerja. Akuntabilitas kinerja adalah perwujudan kewajiban suatu instansi pemerintah untuk mempertanggungjawabkan keberhasilan/kegagalan pelaksanaan Program dan Kegiatan yang telah diamanatkan para pemangku kepentingan dalam rangka mencapai misi organisasi secara terukur dengan sasaran/target kinerja yang telah ditetapkan melalui laporan kinerja instansi pemerintah yang disusun secara periodik.

Laporan Kinerja Instansi Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat menyajikan berbagai keberhasilan atau capaian strategis Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat dan beberapa hal yang perlu mendapat pembenahan pada tahun berikutnya. Berbagai capaian strategis, tercermin dalam capaian Indikator Kinerja Utama (IKU), maupun analisis kinerja berdasarkan tujuan dan sasaran. Seluruh program kerja Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat pada dasarnya disusun dan dilaksanakan berdasarkan tujuan, sasaran strategis dan target kinerja yang telah ditetapkan dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2016-2021, Rencana Kerja Pemerintah Daerah Tahun 2017, Perjanjian Kinerja Tahun 2017 secara konsisten, terus menerus dan berkesinambungan. Pada Tahun 2017, terdapat 11 sasaran strategis untuk mewujudkan visi dan misi yang tertuang dalam RPJMD. Sasaran tersebut diukur melalui 29 indikator kinerja.

Beberapa kendala yang perlu mendapat pembenahan pada Tahun Anggaran berikutnya antara lain belum akuratnya perencanaan program dan kegiatan, masih kurangnya kualitas sumber daya aparatur serta sarana dan prasarana yang belum memadai. Untuk mengatasi hal tersebut, pada Tahun Anggaran 2018 Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat akan mengefektifkan sistem perencanaan, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia aparatur dan meningkatkan kualitas maupun kuantitas sarana dan prasarana serta penerapan sistem *e-government*.

Beberapa langkah penataan dan pembenahan yang akan dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat antara lain adalah :

1. Melakukan Reformasi Birokrasi dengan melakukan penataan pada 8 (delapan) area yaitu : Organisasi. Tatalaksana. Penataan Perundang-undangan. SDM Aparatur. Pengawasan. Akuntabilitas. Pelayanan Publik. Pola Pikir dan Budaya Kerja.
2. Penataan keorganisasian dengan tetap mengacu kepada peraturan perundangundangan yang ada;
3. Penajaman sistem pelayanan yang lebih fasilitatif dengan melihat aspirasi masyarakat yang berkembang.
4. Pembinaan terhadap penyelenggaraan pemerintahan desa sebagai unsur pelayanan terdekat dengan masyarakat agar lebih mampu menyerap aspirasi masyarakat.
5. Peningkatan kualitas dan kesejahteraan aparatur.
6. Menata dan mengembangkan kegiatan ekonomi masyarakat yang mendukung sektor pertanian.

7. Mendorong masyarakat untuk memanfaatkan lahan tidur yang masih terbuka dan menjadi lahan olahan dengan kemudahan sertifikasi tanah dan pemberian bantuan berupa bibit, kompos maupun obat-obatan pertanian.
8. Pemberdayaan masyarakat dengan memandirikan masyarakat melalui penciptaan iklim yang memungkinkan berkembangnya potensi daya yang dimilikinya. Realisasi Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten Pakpak Bharat sampai dengan 31 Desember 2017 sebesar Rp. 426.979.617.989,76 (empat ratus dua puluh enam milyar sembilan ratus tujuh puluh sembilan juta enam ratus tujuh belas ribu sembilan ratus delapan puluh sembilan koma tujuh puluh enam rupiah) dari target Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah sebesar Rp. 474.102.783.013,61 (empat ratus tujuh puluh empat milyar seratus dua juta tujuh ratus delapan puluh tiga ribu tiga belas koma enam puluh satu rupiah)

4. PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Humas sangat memiliki peran aktif dalam peran profesinya. Humas juga dapat dikatakan sebagai saluran penerima informasi, dari pengamatan dilapangan dewasa ini, peneliti dapat merumuskan permasalahan yang bergulir “ kajian public relations banyak didominasi oleh pendekatan objektif yang memandang praktik public relations suatu yang bersifat objektif dan netral”. Pendekatan objektif ini memandang, regulasi merupakan realitas objektif yang dapat memengaruhi public, Instrumen-instrumen ini didesain sebagai suatu realitas yang mengatur kehidupan organisasi. Para ilmuan dan praktis public relations objektif focus pada bagaimana organisasi diciptakan terutama oleh pihak manajemen dapat menjaga dan mempertahankan tatanan organisasi agar berjalan dengan bentuk ideal. Disisi lain praktisi public relations menunjukkan bahwa organisasi telah digunakan sebagai arena pertarungan ideologi dan ekonomi, seperti power, pengaruh, dan control. Public relations , dijadikan alat manajemen untuk menyebarkan ideologinya yang berpotensi mendominasi publiknya. Serta public sendiri merupakan koalisi-koalisi dan konstituen-konstituen yang mempunyai kebutuhan, nilai-nilai persepsi yang berbeda beda, yang juga mempunyai power memengaruhi strategi organisasi. Adanya realitas lain selain realitas objektif tersebut, seharusnya mendorong kita mulai memikirkan pendekatan baru dan memahami realitas public relations.

Dalam kehidupan sehari-hari setiap orang menerima banyak pesan yang banyak pesan yang berasal dari berbagai sumber. Kita menerima pesan dari setiap iklan dan program yang kita tonton di televisi kita menerima pesan ketika kita mendengarkan radio, membaca surat kabar dan majalah. Kita juga menerima pesan dari apa yang kita baca dari, selebaran, poster, dinding, spanduk, papan reklame dan sebagainya. Singkatnya kita menerima ratusan bahkan ribuan pesan setiap harinya, disadari maupun tidak. Mungkin hanya sebagian kecil saja dari pesan yang banyak itu yang berhasil menarik perhatian peneliti. Sebagian besar pesan yang disampaikan media massa terlewatkan dari perhatian khalayaknya. Mungkin masyarakat tidak menyadari bahwa perhatian yang telah menjadi persaingan sudah menjadi ketat masyarakat yang mengirim pesan..Praktisi Humas adalah salah satu pihak yang turut bersaing dalam memperebutkan perhatian khalayak.

Beberapa cara berkomunikasi dengan media antara lain Membuka akses informasi setiap saat dibutuhkan media. Jika informasi yang diminta wartawan tidak tersedia saat itu, maka public relations harus berupaya menyediakan dalam waktu secepat mungkin, walaupun tidak diminta. Hindari bicara no comment atau

tidak tahu. Lebih baik katakanlah ok' serahkan pertanyaan anda kepada saya, saya akan sampaikan ke CEO, saya akan mengeceknya dan menghubunginya.

Membuka akses wartawan untuk berkomunikasi dengan top manajemen. Ada kemungkinan wartawan ingin wawancara dengan CEO atau direksi lainnya. Bisa jadi wartawan ingin berbicara dengan seseorang yang dianggap kredibel maka tugas public relations adalah dianggap sangat mulia. Praktisi Humas tidak hanya sekedar menyebarkan idea tau inovasi melalui media massa agar ide dan inovasi itu dapat diterima masyarakat khalayak. Pesan tidak dapat disebarkan kesegala arah seperti bola lampu yang menyebar sinar dan menerangi ruang. Pesan yang ia kirimkan harus benar-benar diarahkan dengan tingkat ketepatan yang tinggi agar dapat mencapai sasaran.

Media massa memiliki efek paling besar dalam membangun kesadaran khalayak sasaran pada tahapan pertama yaitu pengetahuan. Namun media massa tidak perlu pada tahapan selanjutnya dimana posisinya digantikan oleh hubungan interpersonal (teman, tetangga dan lain-lain) yang dinilai memiliki pengaruh yang lebih besar. Dalam memilih media praktisi humas harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai media massa karena pemilihan media massa yang tepat akan menentukan keberhasilan penyebaran kepada pesan kepada khalayak sasaran. Namun hal yang pertama kali harus diketahui adalah memahami jenis media massa dan sifat dari masing-masing media tersebut, media massa televisive misalnya, meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa sebagai elektronik, tetapi mempunyai cirri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Masing-masing media dalam menyampaikan pesan-pesanya juga mempunyai kekhususan. Media cetak dapat dapt dibaca kapan saja tetapi untuk televisive dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang. Upaya menyampaikan informasi baik melalui media cetak, audio dan audiovisual masing-masing memiliki kelebihan tetapi juga kekurangan.

Banyak faktor yang memengaruhi kemunculan departemen Humas pada suatu organisasi atau perusahaan dan banyak pula faktor yang memengaruhi bagaimana organisasi memandang Humas sebagai unit yang penting atau tidak. Kedudukan bagian Humas pada struktur organisasi perusahaan menjadi indikasi untuk mengetahui penting atau tidak kedudukan Humas pada perusahaan. Cukup sering terjadi manajer Humas jarang diajak dalam rapat pimpinan perusahaan untuk menentukan berbagai keputusan penting pada tingkat direksi. Rapat direksi biasanya melibatkan direktur atau kepala departemen utama seperti departemen produk, keuangan pemasaran dan departemen teknik. Perusahaan juga terkadang mengajak bagian personalian dan bagian legal dalam rapat direksi. Unit Humas hanya menjadi bagian atau unit lain dari suatu departemen yang ada pada perusahaan.

Dengan kata lain, bagian Humas cukup melapor kepada personalinya, perusahaan atau bagian legal. Keberhasilan Humas pada suatu organisasi atau perusahaan pada dasarnya bergantung pada apa yang dilakukan atau dikatakan pimpinan organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Ketika pimpinan perusahaan berbuat atau berbicara maka timbul interpretasi public atas pesan yang disampaikan. Pesan tersebut luas karena adanya fungsi Humas. Dengan demikian staf Humas terikat dan tidak dapat keluar dari apa yang telah dikemukakan pimpinan perusahaan.

Cukup sering praktisi Humas keliru dalam menulis tujuan program Humasnya. Penulisan tujuan program Humas sering kali hanya mengemukakan taktik atau cara padahal taktik tujuan program Humas yang baik harus mengemukakan akibat atau konsekuensi atau akhir yang hendak dicapai dari

suatu program. Contoh penulisan program yang salah seperti, tujuan program ini adalah menerbitkan jurnal selama 12 bulan untuk diinformasikan kepada masyarakat. Tujuan program harus menjelaskan secara konkrit teori kerja yang mendukung terlaksananya program, biasanya dalam bentuk urutan sebab akibat. Tujuan program Harus menemukan hasil-hasil yang diinginkan dan dalam urutan seperti apa berlaku hingga kapan dan seberapa besar hasil yang diinginkan sehingga tujuan program dapat tercapai.

Praktisi Humas harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai media massa karena pemilihan media massa yang tepat akan menentukan keberhasilan penyebaran pesan kepada khalayak sasaran. Namun hal yang utama yang pertama kali dilakukan memahamijenis media massa dan sifat dari masing – masing media tersebut. Media massa televise misalnya, meski sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi memiliki cirri dan sifat yang berbeda terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah. Masing- masing media dalam menyampaikan pesan-pesanya juga mempunyai kekhususan. Humas dan bagian lain, staf humas harus bekerja sama secara erat dengan bagian-bagian lain pada organisasi atau perusahaan.

Bagian Humas harus bekerja sama dengan bagian pemasaran atau keuangan. Humas dan media merupakan mitra kerja yang saling menguntungkan, penting dan tidak terpisahkan. Media massa merupakan salah satu sarana untuk berkomunikasi atau menyampaikan suatu berita pada banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga Humasmedia dan promosi merupakan elemen kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka upaya meningkatkan penjualan jasa atau produksi. Apabila menggunakan media massa untuk menarik perhatian masyarakat terhadap produk atau jasa perusahaan, perlu diingat bahwa media tidak bekerja untuk perusahaan, melainkan untuk pembaca, pemirsa, pendengar dan konsumennya sendiri. Promosi humas yang sukses adalah memastikan bahwa berita baik, produk atau jasa baru mendapat perhatian, namun tujuan liputan media.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan oleh peneliti adalah maka dapat ditarik kesimpulan yaitu:

- 1) Dalam penyajian ini penulis menganalisis dan menyimpulkan bahwa Humas Pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat dalam menyebarkan informasi program pemerintah melalui media cetak dan elektronik
- 2) Sasaran atau komunikan-komunikan dalam menyampaikan informasi meupakan public atau khalayak
- 3) Dalam menginformasikan program-program kerja pemerintah Kabupaten Pakpak Bharat melalu media cetak(tabloid,surat kabar buku, bulletin Pakpak Bharat), media elektronik(internet, radio) dan media lain (spandung, plang, pamplet)
- 4) Humas Pakpak Bharat melakukan kerja sama yang baik dengan pihak media juga cukup membantu atas penyampaian informasi secara luas kepada public
- 5) Mendapatkan tanggapan positif dari public sasaran karena Humas Pemkap Pakpak Bharat terjun langsung kemasyarakat dalam melakukan aktivitasnya.
- 6) Data yang dihimpun peneliti juga berasal dari wawancara terhadap Humas Pemkap Pakpak Bharat
- 7) Pelayanan Humas Pemkap Pakpak Bharat dalam melayani masyarakat sangat terbuka dan mengarahkan publiknya

- 8) Humas Pemkab Pakpak Bharat mampu mengintegrasikan rekan media yang menjadi pembantu dalam melaksanakan fungsionalnya.
- 9) Memberikan yang terbaik terhadap atasannya merupakan hal yang mewajibkan bagi Humas Pemkab Pakpak Bharat
- 10) Mampu mengoprasikan kerja nyata praktisi Humas Pemkab Pakpak dalam melaksanakan fungsinya secara professional.

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. (2020). Aplicación de un enfoque participativo en el empoderamiento de las aldeas costeras. Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores.
- 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 Pebelajaran 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.

- Izharyah, 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., Izharyah, 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 BelajarKampus 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.

- 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*.