

---

# Strategi Komunikasi Public Relations dalam Mengelola Isu Lingkungan pada Perusahaan Energi

**Syahrina Wirdani**

*Ilmu Komunikasi*

---

## **Abstrak**

*Penelitian ini membahas strategi komunikasi Public Relations (PR) dalam mengelola isu lingkungan pada perusahaan energi. Mengingat perusahaan energi sering kali menjadi sorotan karena dampak lingkungan dari kegiatan operasionalnya, peran PR sangat penting dalam menjaga citra perusahaan dan memitigasi risiko reputasi. Strategi komunikasi yang digunakan oleh PR mencakup pendekatan proaktif dalam menyampaikan informasi, menjaga hubungan dengan media, serta melibatkan pemangku kepentingan secara aktif dalam dialog mengenai keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan. Penelitian ini juga mengeksplorasi penggunaan media sosial dan kanal komunikasi digital dalam memperkuat pesan-pesan lingkungan perusahaan, serta bagaimana perusahaan energi dapat membangun kepercayaan publik melalui transparansi dan keterbukaan informasi.*

---

**Kata Kunci:** *Strategi komunikasi, Public Relations, isu lingkungan, perusahaan energi, reputasi, keberlanjutan, media sosial, pemangku kepentingan*

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

*Perusahaan energi, baik yang bergerak dalam bidang energi terbarukan maupun energi konvensional, memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi lingkungan. Di satu sisi, mereka adalah penyedia kebutuhan dasar masyarakat dan pendorong pertumbuhan ekonomi; di sisi lain, aktivitas operasional mereka sering kali berdampak negatif terhadap lingkungan. Pencemaran udara, air, tanah, serta emisi gas rumah kaca adalah beberapa masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan di sektor ini. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan, tekanan terhadap perusahaan energi untuk menjalankan operasional yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan semakin besar. Dalam konteks ini, peran Public Relations (PR) menjadi sangat penting, terutama dalam mengelola isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan.*

*PR memiliki fungsi strategis dalam menjaga reputasi perusahaan serta membangun hubungan yang positif dengan publik. Pada sektor energi, di mana banyak isu lingkungan sering menjadi sorotan, PR memiliki tanggung jawab untuk berkomunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, dan organisasi lingkungan. Mengelola isu lingkungan dalam industri energi tidak hanya mencakup pemenuhan kewajiban hukum dan peraturan, tetapi juga melibatkan pengelolaan persepsi publik terhadap perusahaan. Masyarakat saat ini semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan lingkungan dan menuntut lebih banyak transparansi dari perusahaan dalam hal bagaimana mereka mengelola dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka.*

*Perkembangan media sosial dan kemudahan akses informasi turut berperan dalam meningkatkan pengawasan publik terhadap isu lingkungan. Informasi mengenai insiden pencemaran lingkungan dapat dengan cepat menyebar ke seluruh dunia dalam hitungan jam melalui berbagai platform media sosial. Hal ini menyebabkan perusahaan tidak hanya harus fokus pada tindakan nyata untuk mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga harus mengelola narasi publik yang berkembang. Dalam situasi seperti ini, strategi komunikasi yang efektif menjadi alat penting bagi perusahaan untuk memitigasi dampak reputasi yang mungkin timbul akibat isu lingkungan.*

*Strategi komunikasi Public Relations yang digunakan oleh perusahaan energi dalam mengelola isu lingkungan harus mencakup beberapa elemen penting. Pertama, perusahaan perlu memiliki kebijakan komunikasi yang jelas terkait masalah lingkungan. Hal ini mencakup pengembangan pesan yang konsisten mengenai komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan, serta bagaimana perusahaan berencana untuk menangani dampak-dampak negatif yang mungkin muncul. Pesan yang disampaikan harus akurat, transparan, dan dapat dipercaya oleh publik, sehingga dapat membangun kepercayaan dan memperkuat reputasi perusahaan di mata masyarakat.*

*Kedua, perusahaan energi perlu berfokus pada komunikasi yang proaktif. Menunggu hingga isu lingkungan muncul dan kemudian meresponsnya bisa berisiko dan dapat mengakibatkan kerusakan reputasi yang lebih besar. Sebaliknya, perusahaan perlu mengkomunikasikan inisiatif-inisiatif yang sudah mereka lakukan untuk menjaga lingkungan, bahkan sebelum isu tersebut menjadi sorotan publik. Misalnya, mereka dapat membagikan informasi mengenai program-program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berkaitan dengan lingkungan, investasi dalam teknologi ramah lingkungan, serta upaya untuk mengurangi emisi karbon. Dengan mengedukasi publik mengenai upaya-upaya tersebut, perusahaan dapat membangun persepsi positif sebelum isu lingkungan menjadi krisis yang lebih besar.*

*Selain komunikasi proaktif, PR perusahaan energi juga perlu siap dengan strategi manajemen krisis. Dalam industri yang rawan terhadap isu lingkungan, seperti tumpahan minyak atau kebocoran gas, perusahaan perlu memiliki rencana komunikasi krisis yang kuat. Rencana ini mencakup langkah-langkah yang harus diambil untuk mengatasi krisis, mulai dari siapa yang akan menjadi juru bicara perusahaan, bagaimana pesan akan disampaikan, hingga saluran komunikasi apa yang akan digunakan. Ketepatan waktu dalam merespons krisis lingkungan sangat penting untuk meminimalisir dampak buruk terhadap reputasi perusahaan. Keterlambatan dalam merespons atau kurangnya transparansi dapat memperburuk situasi dan meningkatkan ketidakpercayaan publik.*

*Perusahaan energi juga perlu melibatkan pemangku kepentingan dalam mengelola isu lingkungan. Pemangku kepentingan ini dapat mencakup masyarakat lokal yang terdampak oleh operasional perusahaan, pemerintah, LSM, dan media. Melalui dialog yang konstruktif, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan, sekaligus menciptakan rasa tanggung jawab bersama dalam menjaga lingkungan. Partisipasi aktif dalam diskusi lingkungan, baik di tingkat lokal maupun global, juga dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap keberlanjutan.*

*Dalam konteks ini, media memiliki peran yang sangat penting sebagai perantara antara perusahaan dan publik. Oleh karena itu, PR harus memiliki hubungan yang baik dengan media, baik media tradisional maupun media digital. Dengan adanya kerja sama yang baik, PR dapat memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan oleh perusahaan melalui media benar-benar mencerminkan upaya perusahaan dalam menangani isu-isu lingkungan. Di sisi lain, media juga menjadi salah satu alat kontrol publik terhadap perusahaan, sehingga perusahaan harus menjaga konsistensi antara apa yang disampaikan melalui media dengan tindakan yang dilakukan di lapangan.*

*Melalui strategi komunikasi yang terencana dan terstruktur, Public Relations perusahaan energi dapat mengelola isu lingkungan secara efektif, sehingga mampu menjaga reputasi perusahaan, membangun kepercayaan publik, serta memperkuat posisi perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap lingkungan.*

## **Metode Penelitian**

*Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi public relations (PR) dalam mengelola isu lingkungan pada perusahaan energi. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam dinamika strategi komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi isu-isu lingkungan.*

*Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak internal perusahaan yang terkait langsung dengan komunikasi PR, seperti manajer PR, tim komunikasi, serta eksekutif yang bertanggung jawab terhadap kebijakan lingkungan. Wawancara juga dilakukan terhadap pakar komunikasi, aktivis lingkungan, dan pihak eksternal lainnya yang relevan, untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas mengenai efektifitas strategi PR yang digunakan perusahaan energi.*

*Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan analisis dokumen terhadap laporan keberlanjutan, siaran pers, dan materi komunikasi perusahaan terkait isu lingkungan. Metode ini membantu memahami pesan-pesan yang disampaikan perusahaan kepada publik serta bagaimana pesan-pesan tersebut dirancang dan disebarkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah*

*analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola strategi komunikasi PR dalam mengelola isu lingkungan. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana perusahaan energi merespons tantangan lingkungan melalui strategi komunikasi yang efektif.*

## **PEMBAHASAN**

Dalam era globalisasi dan informasi yang semakin cepat, perusahaan energi dihadapkan pada tantangan besar terkait dengan isu lingkungan. Isu-isu seperti perubahan iklim, polusi, dan keberlanjutan sumber daya alam semakin menjadi perhatian publik. Oleh karena itu, strategi komunikasi Public Relations (PR) yang efektif menjadi sangat penting bagi perusahaan energi untuk mengelola dan merespons isu-isu ini. Strategi komunikasi PR tidak hanya berfungsi untuk membangun citra positif perusahaan, tetapi juga untuk menciptakan dialog yang konstruktif dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah.

Pentingnya komunikasi dalam konteks PR tidak dapat diabaikan, terutama ketika berbicara mengenai isu-isu lingkungan. Keterbukaan dan transparansi dalam komunikasi membantu perusahaan dalam membangun kepercayaan dengan publik. Melalui berbagai saluran komunikasi, perusahaan dapat memberikan informasi yang akurat mengenai dampak lingkungan dari kegiatan mereka, upaya mitigasi yang dilakukan, dan komitmen terhadap keberlanjutan. Dalam hal ini, perusahaan energi perlu menggunakan pendekatan yang terintegrasi dan konsisten dalam menyampaikan pesan-pesan mereka.

Salah satu strategi komunikasi yang dapat diterapkan adalah penggunaan narasi yang kuat. Narasi yang kuat mampu mengubah perspektif publik terhadap isu lingkungan. Dalam konteks perusahaan energi, narasi dapat mencakup cerita tentang inovasi dalam teknologi energi terbarukan, pengurangan emisi karbon, atau program-program sosial yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Dengan mengangkat cerita yang relevan dan menggugah, perusahaan dapat menciptakan ikatan emosional dengan publik, sehingga isu lingkungan tidak hanya dilihat dari sudut pandang negatif, tetapi juga sebagai upaya positif yang dilakukan oleh perusahaan.

Selanjutnya, perusahaan energi harus aktif dalam membangun hubungan dengan media. Media berperan penting dalam membentuk opini publik. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjalin kemitraan yang baik dengan jurnalis dan media untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan berimbang. Perusahaan dapat melakukan press release, konferensi pers, atau acara media untuk menyampaikan inisiatif mereka terkait dengan isu lingkungan. Dengan melibatkan media, perusahaan tidak hanya mendapatkan perhatian publik, tetapi juga dapat membangun legitimasi di mata pemangku kepentingan.

Komunikasi dua arah juga merupakan elemen kunci dalam strategi PR. Perusahaan energi perlu menciptakan saluran untuk mendengarkan dan memahami pandangan serta kekhawatiran masyarakat. Melalui dialog yang terbuka, perusahaan dapat menangkap aspirasi publik dan menanggapi isu-isu yang menjadi perhatian masyarakat. Forum diskusi, survei, dan media sosial adalah beberapa cara untuk melakukan komunikasi dua arah. Dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, perusahaan dapat menunjukkan bahwa

mereka peduli terhadap isu-isu lingkungan dan berkomitmen untuk menciptakan solusi yang saling menguntungkan.

Selain itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif. Di era digital, media sosial telah menjadi platform penting untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi dengan publik. Melalui media sosial, perusahaan dapat memberikan pembaruan terkait inisiatif lingkungan mereka, mengedukasi masyarakat tentang keberlanjutan, dan menjawab pertanyaan serta keluhan dari publik. Media sosial juga memungkinkan perusahaan untuk merespons isu dengan cepat, yang sangat penting dalam situasi krisis.

Dalam mengelola isu lingkungan, perusahaan energi juga harus memperhatikan keberagaman audiens. Masyarakat memiliki latar belakang dan kepentingan yang berbeda-beda, sehingga pendekatan komunikasi yang digunakan perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens. Misalnya, perusahaan dapat mengembangkan materi komunikasi yang spesifik untuk kelompok tertentu, seperti konsumen, pemangku kepentingan industri, atau aktivis lingkungan. Dengan memahami audiens, perusahaan dapat menyampaikan pesan yang lebih relevan dan berdampak.

Pendidikan dan kampanye kesadaran juga merupakan bagian integral dari strategi komunikasi PR. Perusahaan energi dapat mengembangkan program-program yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu lingkungan dan peran penting energi berkelanjutan. Kampanye kesadaran ini dapat mencakup kegiatan seperti seminar, workshop, atau kolaborasi dengan lembaga pendidikan untuk mengedukasi generasi muda tentang keberlanjutan. Dengan membangun kesadaran masyarakat, perusahaan tidak hanya menciptakan citra positif, tetapi juga berkontribusi pada perubahan perilaku yang lebih berkelanjutan.

Di samping itu, perusahaan harus memantau dan mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan. Dengan menganalisis respon publik terhadap komunikasi yang dilakukan, perusahaan dapat memahami kekuatan dan kelemahan dari pendekatan yang diambil. Evaluasi ini penting untuk perbaikan berkelanjutan dalam strategi komunikasi PR. Perusahaan dapat menggunakan berbagai alat analisis media sosial, survei kepuasan publik, dan penelitian untuk mengukur dampak dari inisiatif komunikasi yang dilakukan.

Pentingnya kolaborasi dengan pihak lain juga tidak bisa diabaikan. Dalam mengelola isu lingkungan, perusahaan energi dapat bekerja sama dengan organisasi non-pemerintah, pemerintah, dan komunitas lokal untuk menciptakan solusi yang lebih holistik. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat posisi perusahaan, tetapi juga menunjukkan bahwa perusahaan bersedia untuk bekerja sama dalam menciptakan perubahan positif. Melalui kemitraan ini, perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya, pengetahuan, dan jaringan yang lebih luas, sehingga meningkatkan efektivitas upaya komunikasi mereka.

Krisis lingkungan juga menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan energi. Dalam situasi krisis, komunikasi yang cepat dan efektif sangat penting. Perusahaan perlu memiliki rencana komunikasi krisis yang jelas, termasuk penunjukan tim yang bertanggung jawab, saluran komunikasi yang akan digunakan, dan pesan yang akan disampaikan. Transparansi dalam komunikasi selama krisis dapat membantu mengurangi dampak negatif dan mempertahankan kepercayaan publik.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi PR yang efektif dalam mengelola isu lingkungan pada perusahaan energi harus bersifat proaktif dan responsif. Dengan mengintegrasikan berbagai elemen seperti narasi yang kuat, hubungan dengan media, komunikasi dua arah, pemanfaatan media sosial, pendidikan, evaluasi, dan kolaborasi, perusahaan dapat menciptakan citra positif dan menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Dalam konteks yang lebih luas, pendekatan ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan. Melalui upaya komunikasi yang terencana dan terarah, perusahaan energi dapat memainkan peran penting dalam menciptakan masa depan yang lebih berkelanjutan bagi generasi mendatang.

## Kesimpulan

*Perusahaan energi perlu membangun narasi yang kuat untuk menciptakan hubungan emosional dengan publik, serta menjalin kemitraan yang baik dengan media untuk memastikan informasi yang akurat dan berimbang. Komunikasi dua arah harus diterapkan untuk mendengarkan dan memahami pandangan masyarakat, sementara pemanfaatan media sosial menjadi sarana efektif untuk berinteraksi dengan audiens secara langsung.*

*Pendidikan dan kampanye kesadaran juga menjadi elemen penting dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai isu keberlanjutan. Selain itu, perusahaan harus secara rutin memantau dan mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan agar dapat melakukan perbaikan berkelanjutan. Kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk organisasi non-pemerintah dan komunitas lokal, akan memperkuat upaya komunikasi serta menciptakan solusi yang lebih holistik.*

*Di saat krisis, perusahaan harus memiliki rencana komunikasi yang jelas dan transparan untuk mempertahankan kepercayaan publik. Secara keseluruhan, dengan mengimplementasikan strategi komunikasi yang komprehensif, perusahaan energi tidak hanya dapat membangun citra positif dan menunjukkan komitmen terhadap isu lingkungan, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan masa depan yang lebih berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan.*

## DAFTAR PUSTAKA

- Tarigan, U., & Hasibuan, M. A. (2013). *Pengaruh Kepemimpinan Dalam Peningkatan Koordinasi Kerja di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Binjai (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Kusmanto, H., & Nasution, I. (2001). *Manfaat Pengorganisasian dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Camat Kecamatan Tanjung Pura*.
- Nasution, I., & Masitho, B. (2014). *Strategi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Aparatur Satuan Polisi Pamong Praja Di Kota Binjai*.
- Lubis, Y. A., Bara, B., & Masitho, B. (2020). *Peranan Aparatur Pemerintah Dalam Pelayanan Publik (Studi Tentang Pengurusan KTP Elektronik di Kecamatan Sei Lapan Kabupaten Langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Lubis, M. S. (2002). *Membingkai Kembali Otonomi Lokal*.
- Rangkuti, M. R., & Tarigan, U. (2007). *Implementasi Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 152 Tahun 2004 tentang Pedoman Pengelolaan Barang Daerah di Kota Medan*.
- Hidayat, T. W. (2007). *Reformasi Sistem Pendidikan Nasional*.
- Nasution, A., & Nasution, I. (2017). *Kualitas Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat*.

- Nasution, I., & Hasibuan, M. A. (2013). *Persepsi Masyarakat Terhadap Pemerintah Dalam Pelaksanaan Program Raskin di Kecamatan Blangjerango Kabupaten Gayo Lues (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Muda, I., & Batubara, B. M. (2018). *Peranan Dinas Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana dalam Pengendalian Pertumbuhan Penduduk di Kota Medan*.
- Lubis, M. S. (2019). *The Importance of Technology Integration and a Sense of Humanity Supporting Good Governance*.
- Nasution, I. (2019). *Persepsi Publik Tentang Destinasi Pariwisata Danau Toba Sebagai Global Geopark Kaldera UNESCO. Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area, 7(2), 88-102*.
- Hasibuan, M. A., & Lubis, A. A. (2015). *Kebijakan Pelayanan Izin Mendirikan Bangunan di Dinas Cipta Karya dan Pertambangan Kabupaten Deli Serdang (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Matondang, A. (2007). *Pengaruh Kolom Tajuk Rencana pada Surat Kabar Harian Waspada Terhadap Pembentukan Opini Politik Anggota Organisasi Kemahasiswaan Islam di Universitas Medan Area*.
- Rahmadani, A., Nasution, I., & Nasution, T. (2013). *Pengaruh Pendidikan dan Latihan (Diklat) Sebagai Upaya Peningkatan Kerja Pada Polda Sumatera Utara. Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area, 1(1), 1-5*.
- Harahap, M. Y., & Ritonga, S. (2007). *Tinjauan Tata Laksana Administrasi dan Pelayanannya Terhadap Masyarakat pada Kantor Camat Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang*.
- Lubis, Y. A., Bara, B., & Masitho, B. (2020). *Peranan Aparatur Pemerintah Dalam Pelayanan Publik (Studi Tentang Pengurusan KTP Elektronik di Kecamatan Sei Lapan Kabupaten Langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Lubis, M. S. (2001). *Optimalisasi Pajak Daerah Dalam Rangka Pembiayaan Pembangunan Pada Pemerintah Kabupaten Deli Serdang*.
- Harahap, M. Y., & Ritonga, S. (2007). *Peranan Pengawasan Pelaksanaan Administrasi dalam Rangka Aktivitas Kerja pada Badan Pengawasan Daerah Sumatera Utara*.
- Hasibuan, E. J., & Yolanda, A. (2023). *Strategi Komunikasi Humas dalam Mempertahankan Citra Positif Akibat Kasus Korupsi APBD di DPRD Sumatera Utara*.
- Tarigan, U. (2010). *Implementasi Program Bantuan Operasional Sekolah (BOS) di Kota Binjai (Studi pada SMPN 6 dan SMPN 7)*.
- Nasution, I., & Hasibuan, A. (2012). *Pelaksanaan Sistem Informasi Manajemen dalam Pengambilan Keputusan di Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kota Binjai*.
- Lubis, M. R., & Supriyantini, S. (2009). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Komunikasi Interpersonal dengan Komitmen Terhadap Organisasi pada Pengurus Wilayah Partai Matahari Bangsa Sumatera Utara*.
- Nasution, I. (2013). *Pengaruh Ilmu dan Teknologi dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pegawai di Satuan Polisi Pamong Praja Kota Binjai (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Tarigan, U. (1994). *Komunikasi Tatap Muka dan Partisipasi Pembangunan (Suatu Study Deskriptif Analisis Tentang Peranan Komunikasi Tatap Muka Aparat Pemerintahan Kelurahan Terhadap Partisipasi Masyarakat Dibidang Kebersihan lingkungan di Kelurahan Sei Kera Hilir Kecamatan Medan Perjuangan Kotamadya Dati II Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Sinaga, A. S. (2019). *Peranan Motivasi Kerja dalam Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Tanjungbalai Utara Kota Tanjungbalai*.
- Lubis, A. A. (2018). *Akibat Hukum Terhadap Wanprestasi Akta Jual Beli Tanah yang Dilakukan Notaris*.
- Nasution, T., & Lubis, A. A. (2012). *Pengaruh Perilaku Organisasi Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Negeri Sipil pada Kantor Kecamatan Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang*.
- Angelia, N. (2014). *Analisis Status Perempuan dan Kematian Ibu. Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area, 2(1), 31-39*.
- Tarigan, U. (2006). *Analisa Kinerja Pegawai Badan Pengawas Kabupaten Gayo Lues*.
- Sembiring, W. M. (2023). *Peranan Babinsa (Bintara Pembina Desa) Koramil 0201/Medan Komando Rayon Militer 11/Md dalam Pembinaan Kenakalan Remaja di Kecamatan Medan Deli*.
- Berutu, B. R. (2019). *Peran Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Mungkur Kecamatan Siempat Rube Kabupaten Pakpak Bharat*.
- Tarigan, U., & Sinaga, M. (2010). *Implementasi Manajemen Keuangan Sekolah dalam Peningkatan Mutu Pendidikan (Studi Kasus di SMA Negeri 2 Sibolga)*.
- Barus, R. K. I., & Auza, A. (2023). *Studi Deskriptif Pendekatan Komunikasi Persuasif Antara Barista Dan Pelanggan Kedai Sasada Kopi Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Tarigan, U. (2018). *Analisis Kualitas Pelayanan Publik dalam Rangka Meningkatkan Penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan di Kecamatan Rantau Selamat Kabupaten Aceh Timur*.
- Lubis, M. S. (2022). *Analisis Kinerja Pegawai pada Dinas Perpustakaan Kabupaten Aceh Tenggara*.

- Sitorus, N. E., & Jamil, B. (2016). *Pengaruh Sertifikasi Terhadap Kinerja Guru SMK Negeri 2 Kisaran Kabupaten Asahan*.
- Siregar, N. S. S., & Auza, A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Deskriptif Pada Warung Nasi Goreng Kak Mida Jalan Gatot Subroto Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Siregar, N. S. S., & Ritonga, S. (2004). *Launching Sebagai Sarana Produk Peningkatan Penjualan Kartu Beken (Suatu Studi Korelasional Terhadap Pengaruh Launching Sebagai Promosi Dalam Peningkatan Penjualan Kartu Beken di PT. Telkom Medan) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Syahraji, S., & Nasution, I. (2013). *Sistem Administrasi Pelayanan E-KTP di Kecamatan Bebesen Kabupaten Aceh tengah. Publikauma: Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area, 1(1), 16-20*.
- Dewi, R., & Muda, I. (2016). *Proses Pelaksanaan Pemilihan Kepala Desa Secara Serentak Tahun 2015 (Studi Kasus di Desa Pulau Semikat Kecamatan Sirapit Kabupaten Langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Muda, I., & Batubara, B. M. (2023). *Strategi Pencegahan Stunting Di Kecamatan Medan Timur Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Lubis, M. S. (2008). *Teori Politik*.
- Hasibuan, M. A., & Nasution, I. (2016). *Implementasi Administrasi Pemerintahan Desa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa (Studi Kasus Di Desa Pulau Semikat Kecamatan Sirapit Kabupaten Langkat) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area)*.
- Nasution, I., & Lubis, A. A. (2012). *PERANAN LURAH SELAKU PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA PEGAWAI DI KANTOR KELURAHAN BINJAI ESTATE KECAMA TAN BINJAI SELATAN*.