



Strategi Komunikasi Generasi Cahaya Pintar Yayasan Baitul Ma'al PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (YBM PLN UID S2JB) Untuk Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Kota Palembang dalam Program Peduli Sehat

Riki Martin*, Fifi Hasmawati, Muhammad Randicha Hamandia

UIN Raden Fatah

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi komunikasi Generasi Cahaya Pintar Yayasan Baitul Ma'al Perusahaan Listrik Negara Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (GENCAR YBM PLN UID S2JB) untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program peduli sehat. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa yang tergabung dalam keanggotaan organisasi Generasi Cahaya Pintar Yayasan Baitul Ma'al Perusahaan Listrik Negara Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, Dan Bengkulu (GENCAR YBM PLN UID S2JB). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Generasi Cahaya Pintar untuk Meningkatkan minat masyarakat kota Palembang pada Program Peduli Sehat sudah sangat baik, karena meliputi empat tahapan strategi komunikasi organisasi yakni, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, Organisasi

DOI:

<https://doi.org/10.47134/converse.v2i2.4904>

*Correspondence: Riki Martin

Email: fifihasmir@gmail.com

Received: 22-08-2025

Accepted: 22-09-2025

Published: 22-10-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the communication strategies of Generasi Cahaya Pintar under the Yayasan Baitul Ma'al Perusahaan Listrik Negara Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, and Bengkulu (GENCAR YBM PLN UID S2JB) in increasing community participation in the Peduli Sehat program. The research was conducted with students who are members of the GENCAR YBM PLN UID S2JB organization. The research method employed is qualitative, using data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. Data analysis was carried out using descriptive analysis. The findings reveal that the organizational communication strategies implemented by Generasi Cahaya Pintar to enhance public interest in the Peduli Sehat program in Palembang are highly effective, as they cover four main stages of organizational communication strategy: planning, implementation, evaluation, and reporting.

Keywords: Strategy, Communication, Organization

Pendahuluan

Strategi komunikasi adalah rencana yang terorganisir dan sistematis yang bertujuan untuk menyampaikan pesan tertentu kepada khalayak sasaran tertentu dengan cara yang efektif dan efisien (Dinda et al, 2018). Tujuannya adalah untuk memastikan pesan diterima dan dipahami, dan untuk mempengaruhi audiens menuju hasil yang diinginkan, seperti meningkatkan kesadaran, mengubah perilaku, atau membangun citra positif.

Komunikasi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kesadaran, membangkitkan minat, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai program. Dalam lingkungan global yang saling berhubungan dan kompleks saat ini, strategi komunikasi yang disusun dengan baik sangat penting untuk memastikan bahwa pesan-pesan terkait program menjangkau khalayak sasaran dengan cara yang jelas, relevan, dan menarik. Meskipun terdapat banyak upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, tantangan komunikasi yang signifikan masih tetap ada. Besarnya arus informasi, perubahan pola perilaku komunikasi, dan perbedaan preferensi antar individu dan kelompok, semuanya menambah kompleksitas upaya komunikasi.

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial yang mengandalkan dukungan orang lain. Hubungan yang terbentuk antar manusia memunculkan kelompok sosial, seringkali didasarkan pada kepentingan bersama. Dalam kelompok-kelompok ini, interaksi tidak hanya terjadi dalam lingkungan keluarga tetapi juga dalam lingkungan sosial yang lebih luas. Salah satu contoh kelompok sosial yang terkenal adalah komunitas kumpulan individu yang berkumpul dengan tujuan bersama. Dalam komunitas, anggota berkolaborasi dan berpartisipasi karena tujuan atau kepentingan yang sama.

Komunitas sosial dapat dipandang sebagai sekelompok individu yang terikat oleh rasa solidaritas sosial (Safitri, 2023). Solidaritas ini dapat bersifat mekanis, dimana individu mempunyai nilai dan norma yang sama, atau organik, dimana individu mempunyai fungsi yang berbeda namun saling bergantung dalam masyarakat. Salah satu komunitas sosial aktif pertama di Indonesia, khususnya di Palembang, adalah komunitas Generasi Cahaya Pintar yang dikenal dengan GENCAR.

Komunitas Pembangkit Cahaya Cerdas yang didirikan pada tanggal 15 Juli 2018 oleh Naufal Irfan, seorang pengelola zakat di sebuah lembaga filantropi yang berafiliasi dengan Perusahaan Listrik Negara (PLN) bernama Yayasan Baitul Ma'al (YBM PLN), bermula dari sebuah kelompok penerima beasiswa dari YBM PLN. Seiring waktu, berkembang menjadi komunitas yang aktif terlibat dalam berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat.

Program sosial dan aksi kebaikan telah dilakukan oleh komunitas Generasi Cahaya Pintar sebagai wujud komitmen dan kontribusi nyata mereka dalam mendukung tujuan Yayasan Baitul Ma'al (YBM). Yayasan ini fokus mengelola dana Zakat, Infaq, Sadakah, dan Wakaf (ZISWAF), menyalurkan dana zakat dari pegawai Perusahaan Listrik Negara (PLN) melalui berbagai program yang bermanfaat bagi masyarakat.

Generasi Cahaya Pintar berperan sebagai tangan kanan Yayasan Baitul Ma'al yang berada di bawah naungan Perusahaan Listrik Negara Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu (YBM PLN UID S2JB). Tujuan komunitas Generasi Cahaya Pintar (GENCAR) sejalan dengan tujuan Yayasan Baitul Ma'al yaitu mengoptimalkan

pengelolaan dana ZISWAF melalui berbagai program kegiatan. Setiap program dilaksanakan dengan sangat hati-hati, memastikan bahwa siswa, sebagai agen perubahan, memiliki rasa kepedulian sosial yang kuat. Karakter ini sangat penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program yang dilakukan.

Peduli Sehat merupakan salah satu program unggulan Pembangkitan Lampu Cerdas Yayasan Baitul Ma'al (GENCAR YBM PLN UID S2JB), dibawah Unit Induk Distribusi PLN Wilayah Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu. Program ini bertujuan untuk mengatasi masalah kesehatan masyarakat, terutama pada masyarakat kurang mampu secara ekonomi. Program ini diciptakan atas dasar kepedulian terhadap kebutuhan kesehatan masyarakat kurang mampu, dengan fokus menjangkau lapisan masyarakat paling bawah.

Namun, terlepas dari dampak dan manfaat positif yang diberikan oleh program tersebut, penerapan Pelayanan Sehat masih menemui tantangan. Salah satu kendala utama adalah kurangnya kepercayaan dan keengganan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan. Alasan umumnya mencakup keterbatasan waktu, keterbatasan transportasi, dan terkadang kurangnya minat atau manfaat yang dirasakan.

Melihat tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mendiskusikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Generasi Cahaya Cerdas Yayasan Baitul Ma'al. Tujuannya adalah untuk meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat dalam program Pelayanan Sehat dengan mengidentifikasi metode komunikasi yang efektif untuk mengatasi masalah yang menghalangi keterlibatan masyarakat yang lebih luas.

Metodologi

Pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial dan manusia dari perspektif partisipan atau subjek penelitian. Menurut Creswell Pendekatan kualitatif adalah proses penelitian yang bertujuan untuk memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok kepada suatu masalah sosial atau humanistik. Penelitian ini biasanya melibatkan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Fadli, 2021).

Menurut David dan Williams pengertian penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah. (Lexy, 2017). Penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian kontekstual yang menjadikan manusia sebagai instrumen dan disesuaikan dengan situasi yang wajar dalam hubungannya dengan pengumpulan data yang pada umumnya bersifat kualitatif

Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Kaharudin, 2021). Penelitian kualitatif digunakan karena data yang didapatkan dan dikumpulkan berupa data yang tidak berbentuk angka-angka dan tidak melalui prosedur analisis statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Akan tetapi, data yang diperoleh akan bersifat naratif melalui tulisan

maupun lisan dan dilakukan melalui serangkaian wawancara untuk menelaah serta memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau kelompok.

Berdasarkan definisi atau pengertian yang telah dikemukakan oleh beberapa para ahli maka, dapat ditarik kesimpulannya bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berguna untuk mengetahui dan memahami sebuah fenomena yang dialami oleh subjek seperti contohnya tindakan, sifat, motivasi, persepsi, dan sebagainya dalam bentuk kata-kata maupun bahasa yang memanfaatkan konteks dan metode atau cara yang alami (Muri, 2014).

Penelitian kualitatif digunakan karena data yang didapatkan dan dikumpulkan berupa data yang tidak berbentuk angka-angka melainkan data yang bersifat naratif melalui tulisan maupun lisan dan dilakukan melalui berbagai wawancara. Wawancara tersebut dilakukan kepada subjek penelitian yakni anggota yang tergabung dalam Organisasi Generasi Cahaya Pintar Yayasan Baitul Ma'al Perusahaan Listrik Negara Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (GENCAR YBM PLN UID S2JB) melalui beberapa pertanyaan yang relevan dan berhubungan dengan strategi komunikasi organisasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program peduli sehat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif yang diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan subjek dan objek penelitian. Penelitian deskriptif hanya memaparkan peristiwa atau kejadian dan jenis pendekatan penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan dan tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Artinya penelitian ini hanya ingin mengetahui bagaimana keadaan variabel itu sendiri tanpa ada pengaruh atau hubungan terhadap variabel lain seperti penelitian eksperimen atau korelasi. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya (Sukadinata, 2017).

Hasil dan Pembahasan

1. Perencanaan

Perencanaan adalah proses yang terstruktur dan sistematis yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu melalui serangkaian langkah yang telah dipikirkan sebelumnya. Dalam konteks komunikasi, perencanaan merupakan fondasi penting yang memungkinkan komunikasi berjalan secara efektif dan efisien. Sebuah organisasi pada umumnya membutuhkan perencanaan dalam menyusun program yang akan diadakan. Hal-hal yang termasuk didalam perencanaan yakni latar belakang program, target program, karakteristik program, kebutuhan, dan tujuan program.

Peduli Sehat merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki oleh Generasi Cahaya Pintar Yayasan Baitul Ma'al Perusahaan Listrik Negara Unit Induk Distribusi

Suametara Selatan, Jambi dan Bengkulu (GENCAR YBM PLN UID S2JB) yang mana dalam kegiatan ini dilakukan upaya pengobatan gratis seperti cek kesehatan, cek gula darah, dan sosialisasi mengenai hidup sehat. Berangkat dari kepedulian terhadap kesehatan masyarakat yang dirasa masih jauh dari kata ekonomi yang mencukupi, maka dari itu Program ini dibuat dan hadir dengan menyentuh lapisan masyarakat paling bawah dan berada pada lingkungan yang kurang mampu. Target yang ingin dituju merupakan salah satu misi Generasi Cahaya Pintar sebagai organisasi sosial yang hadir di masyarakat. Ulfa Dila selaku Sekretaris Umum menjelaskan :

“Pada tahap perencanaan kami akan memulai dengan mengatur konsep kegiatan peduli sehat dengan sebaik mungkin. Dimulai dari konsep acara, tujuan program, serta kebutuhan dalam rangka mengadakan kegiatan semaksimal mungkin. Adapun hal-hal yang perlu disiapkan seperti tempat dan barang-barang yang dibutuhkan akan dikonsepsikan sematang mungkin, Setelah dari perencana yang baik, kemudian akan kami ajukan kepada Manajer agar dapat disetujui”. (Ulfa, wawancara 11 September 2024)

Pernyataan dari informan diatas dapat peneliti simpulkan bahwasanya dalam setiap program yang akan diadakan dalam Kegiatan Peduli Sehat, Generasi Cahaya Pintar selalu memulainya dengan Perencanaan yang baik, dimulai dari mengatur konsep kegiatan yang akan diadakan, lalu tujuan program yang akan diadakan serta kebutuhan yang diperlukan dalam rangka menunjang kesuksekan program yang akan diadakan. Serupa dengan yang disampaikan oleh Ulfa, hal yang sama juga disampaikan oleh Ahmad Dimas Zulchoiri selaku Ketua Departemen Dakwah :

“Dalam tahap perencanaan kegiatan peduli sehat, kita mengadakan rapat untuk membahas bentuk program dan tujuan acara. Berangkat dari isu sosial yang beredar dimasyarakat mengenai sulitnya mendapatkan fasilitas kesehatan yang mumpuni, sebagai organisasi sosial Generasi Cahaya Pintar hadir untuk turut membantu dan melayani masyarakat dalam bentuk sebuah program yakni peduli sehat, adapun didalam bentuk program yang diadakan diantaranya memberikan pelayanan kesehatan, dan sosialisasi serta edukasi hidup sehat. Melalui kegiatan ini kita berharap sudah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yakni masyarakat kurang mampu untuk mendapatkan pelayanan kesehatan secara gratis.” (Ahmad, wawancara 11 September 2024)

Perencanaan yang dilakukan Generasi Cahaya Pintar dalam menyusun Program Peduli Sehat dimulai dari isu sosial yang beredar dimasyarakat mengenai masalah kesehatan kemudian dirancang dalam sebuah kegiatan yang menyasar kepada masyarakat dengan memberikan pelayanan kesehatan seperti cek gula darah, cek tensi darah dan dilakukan secara gratis. Hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggungjawab Generasi Cahaya Pintar selaku organisasi masyarakat yang bergerak didalam bidang sosial.

Perencanaan program Peduli Sehat yang dilakukan Generasi Cahaya Pintar melakukan strategi komunikasi organisasi secara internal dalam proses penyelenggaraan program agar dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan yang diadakan. Kemudian informan selanjutnya juga memberikan pernyataan yang serupa terkait perencanaan dalam program Peduli Sehat :

“Adapun dalam hal perencanaan, setelah mendapatkan lokasi yang sesuai untuk program peduli sehat, kemudian panitia pelaksana akan menghubungi koordinator humas untuk

menyampaikan kepada klinik ummat terkait rundown kegiatan beserta lokasinya dan jumlah tenaga kesehatan yang diperlukan yang dimana bentuk kegiatan ini nantinya akan berupa cek kolesterol, cek gula darah, cek asam urat dan pemeriksaan tensi darah". (Sarifah, wawancara 11 September 2024)

Berdasarkan wawancara di atas perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh anggota Gencar YBM PLN dalam Program Peduli Sehat adalah dengan mengadakan rapat sesama anggota yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan, kemudian mengatur konsep kegiatan, lalu menghubungi koordinator humas untuk mengatur tempat kegiatan yang akan dilaksanakan, dan yang terakhir yakni melaksanakan kegiatan, adapun bentuk program yang diadakan diantaranya memberikan pelayanan kesehatan, dan sosialisasi serta edukasi terkait dengan hidup sehat.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan strategi komunikasi adalah tahapan di mana rencana komunikasi diubah menjadi suatu tindakan nyata untuk mencapai hasil yang diinginkan. Pelaksanaan strategi komunikasi mencakup berbagai kegiatan, termasuk pemilihan media, penyusunan pesan, dan penggunaan teknik komunikasi yang sesuai untuk menjangkau audiens. Hasil wawancara yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi komunikasi dalam Program Peduli sehat oleh para anggota organisasi Generasi Cahaya Pintar, para informan menyatakan bahwa :

"Dalam pelaksanaan strategi komunikasi, pertama kali yang kami lakukan adalah menyebarkan informasi atau menyampaikan informasi tentang program melalui berbagai media yang telah dipilih, seperti di media sosial contohnya, instagram, whatsapp, facebook, dan media sosial lainnya dalam bentuk brosur. Strategi komunikasi ini harus konsisten dan terstruktur. Kemudian, mengkoordinasi tim internal dengan mengadakan rapat berkala bersama para anggota untuk memastikan semua anggota memahami peran mereka dan mengkoordinasikan pelaksanaan kegiatan Peduli Sehat sesuai dengan rencana. Selanjutnya, berinteraksi dengan masyarakat yakni membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui sosialisasi, dialog, atau sesi tanya jawab yang bertujuan untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam kegiatan Program Peduli Sehat" (Nabila, wawancara 11 September 2024).

Informan selanjutnya adalah ketua departemen kesehatan yang memberikan jawaban terkait dengan pelaksanaan dalam strategi komunikasi dalam program Peduli Sehat yakni sebagai berikut :

"Pelaksanaan strategi komunikasi yang kami lakukan dalam program Peduli Sehat adalah mengarahkan peserta untuk melakukan registrasi dan mengambil nomor antrian. Kemudian peserta dipanggil untuk menuju meja pemeriksaan dan setelah itu menerima bingkisan atau hadiah berupa buah-buahan dan sembako. Begitu seterusnya sampai peserta yang terakhir. Maka dalam hal ini anggota gencar dibutuhkan untuk memanggil peserta, mengarahkan peserta dan membantu peserta jika ada yang kesusahan saat berjalan dan kegiatan kesehatan lainnya seperti cek kolesterol, cek gula darah, cek asam urat, dan pemeriksaan tensi darah ". (Sarifah, wawancara 11 September 2024)

Kemudian, informan lainnya juga memberikan jawaban atas pertanyaan mengenai pelaksanaan dalam strategi komunikasi pada Program Peduli Sehat yakni :

“Selama pelaksanaan kegiatan, kami sebagai anggota Gencar YBM PLN menggunakan grup chat seperti Whatsapp untuk memantau perkembangan aktivitas anggota Gencar YBM PLN selama kegiatan Peduli Sehat berlangsung agar para anggota dapat segera merespon dan berkoordinasi secara efektif serta memastikan semua anggota mendapatkan informasi terbaru terkait program Peduli Sehat” (Ahmad, wawancara 11 September 2024).

Hasil wawancara di atas dalam hal pelaksanaan strategi komunikasi Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN adalah dengan menggunakan grup chat seperti Whatsapp untuk memantau perkembangan aktivitas kegiatan, lalu memberikan informasi secara keseluruhan seputar kegiatan Program peduli Sehat dengan menggunakan media sosial seperti instagram dengan menyebarkan brosur secara online, kemudian berinteraksi dengan para masyarakat di tempat yang telah ditentukan dengan cara memberikan sesi tanya jawab, lalu melakukan pelaksanaan kegiatan dengan mengarahkan peserta untuk melakukan registrasi dan mengambil nomor antrian. Selanjutnya, peserta dipanggil untuk menuju meja pemeriksaan dan setelah itu menerima bingkisan atau hadiah. Kemudian hal yang terpenting dalam pelaksanaan kegiatan tersebut adalah berlangsungnya kegiatan dengan baik dan lancar serta masyarakat tidak merasa kesulitan saat mengikuti program Peduli Sehat.

3. Evaluasi

Evaluasi strategi komunikasi merupakan sebuah proses sistematis untuk menilai efektivitas dan efisiensi strategi komunikasi yang telah dilaksanakan tujuannya adalah untuk mengukur sejauh mana pelaksanaan yang telah ditetapkan tercapai. Evaluasi strategi komunikasi memiliki beberapa hal yang meliputi, kesesuaian pesan, efektivitas media, pencapaian tujuan, dan efisiensi penggunaan sumber daya. Evaluasi merupakan hal yang penting untuk memastikan bahwa strategi komunikasi tidak hanya dirancang dengan baik tetapi juga diimplementasikan secara efektif dan mampu memberikan dampak positif bagi organisasi atau pihak yang melakukan komunikasi tersebut. Seperti halnya yang disampaikan oleh beberapa informan dalam evaluasi strategi komunikasi Program Peduli Sehat, bahwa :

“Setelah melakukan pelaksanaan.kami akan mengevaluasi kegiatan tersebut dari awal hingga akhir kegiatan. Evaluasi yang kami lakukan adalah untuk seluruh anggota yang terlibat yang di mana, evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana suksesnya dan tercapainya kegiatan yang kami laksanakan. Kami mengevaluasi apa saja yang kurang dalam program tersebut dan dengan adanya evaluasi ini bisa membuat sebuah konsep acara yang lebih baik lagi untuk kegiatan Gencar YBM PLN selanjutnya”. (Ulfa, wawancara 11 September 2024)

Informan selanjutnya memberikan jawaban mengenai evaluasi yang dilakukan dalam Program Peduli Sehat yakni sebagai berikut:

“Kemudian dalam hal mengevaluasi, evaluasi yang kami lakukan adalah mengidentifikasi yang menjadi kelemahan dan kekuatan. Para anggota gencar YBM PLN biasanya mengevaluasi kelemahan dalam komunikasi, seperti kurangnya keterlibatan masyarakat atau adanya penyampaian

informasi yang kurang efektif. Dari mengevaluasi inilah maka perbaikan dapat dilakukan untuk kegiatan yang berikutnya". (Nabila, wawancara 11 September 2024)

Informan berikutnya juga menyatakan tentang evaluasi yang dilakukan dalam Program Peduli Sehat yaitu:

"Dalam hal evaluasi, tahapan komunikasi ini dimulai dari ketua pelaksana yang akan menjadi moderator sekaligus menjadi orang pertama yang akan mengevaluasi kegiatan ini. Kemudian dilanjutkan dengan sekretaris pelaksana, bendahara pelaksana, koordinator masing-masing pic, penambahan dari para anggota gengcar, ketua departemen kesehatan, sekretaris departemen kesehatan, PU dan yang terakhir DPM. Tentunya dalam evaluasi ini tidak hanya kesalahan-kesalahan saja yang dibahas, melainkan solusi dari permasalahan tersebut, agar nantinya dapat melakukan kegiatan yang lebih baik lagi". (Sarifah, wawancara 11 September 2024)

Hasil penelitian di atas mengenai evaluasi strategi komunikasi Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN adalah mengevaluasi hasil kinerja dari masing-masing anggota di setiap departemen dan mengevaluasi kelemahan dalam komunikasi seperti kurangnya keterlibatan masyarakat atau adanya penyampaian informasi yang kurang efektif. Serta mengevaluasi hal-hal yang dapat dijadikan pembelajaran untuk ke depannya agar kegiatan selanjutnya dapat berjalan baik dan lancar.

4. Pelaporan

Pelaporan strategi komunikasi adalah suatu proses mendokumentasikan dan menyampaikan hasil dari pelaksanaan dan evaluasi strategi komunikasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pelaporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana strategi komunikasi yang telah dilaksanakan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Pelaporan strategi komunikasi biasanya mencakup beberapa aspek. Seperti ringkasan pelaksanaan, hasil evaluasi, kesimpulan dan rekomendasi. Pelaporan ini penting karena berfungsi sebagai umpan balik yang dapat digunakan untuk memperbaiki strategi komunikasi di masa depan. Hal ini juga membantu dalam proses pengambilan keputusan oleh manajemen atau pihak terkait berdasarkan data dan informasi yang akurat. Seperti yang disampaikan oleh informan dalam wawancara terkait dengan pelaporan Program Peduli Sehat yang dilakukan oleh Gencar YBM PLN :

"Dalam hal laporan pertanggungjawaban semua pertemuan dari tahap perencanaan hingga evaluasi, disusun dalam laporan resmi yang mencakup keseluruhan pelaksanaan program. Laporan ini akan mencakup capaian, tantangan, dan saran perbaikan. Penyampaian hasil laporan kegiatan Program Peduli Sehat akan diserahkan kepada pihak YBM PLN UID S2JB kemudian laporan tersebut akan disampaikan kepada pihak-pihak yang terkait, dari hasil kegiatan serta laporan keuangan yang dikeluarkan selama kegiatan Peduli Sehat ini berlangsung". (Nabila, wawancara 11 September 2024)

Kemudian informan selanjutnya menyampaikan jawaban terkait dengan pelaporan strategi komunikasi dalam Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN yakni :

"Dalam hal pelaporan, setelah kegiatan selesai dilakukan terakhir adalah laporan pertanggungjawaban dari panitia pelaksana. Dimana tahapan komunikasi akan dimulai dari benpel yang meminta

mengumpulkan semua nota kepada semua koor pic. Setelah itu benpel akan merekap dan menghitung antara pemasukan dan pengeluaran sesuai atau tidak. Untuk tahap ini benpel akan berkomunikasi dengan Bendum dan DPM yang menjadi Bendum sebelumnya. Setelah mendapatkan validasi, kemudian lpj digabung dengan data-data peserta yang akan direkap oleh sekapel. Sama halnya dengan benpel, sekapel juga akan melakukan komunikasi dengan sekum dan DPM atau sekum sebelumnya. Sementara itu, ketupel akan berkomunikasi dg presiden dan wakil presiden. Setelah semua laporan selesai, maka tahapan terakhir adalah, PU menghubungi manager untuk diadakannya laporan pertanggung jawaban dari panitia pelaksana". (Sarifah, wawancara 11 September 2024)

Informan berikutnya juga memberikan jawaban terkait dengan pelaporan strategi komunikasi dalam Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN yaitu:

"Kemudian dalam pelaporan kegiatan Peduli Sehat tersebut kami menggunakan pelaporan dalam bentuk laporan tertulis yang disampaikan kepada pimpinan organisasi dan para pemangku kepentingan serta para anggota yang terlibat dalam Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN dengan menggunakan laporan tertulis maka terdapat adanya transparansi yang terjadi pada saat Program Peduli Sehat berlangsung agar pihak-pihak yang terlibat dapat melihat hasil program tersebut secara jelas dan objektif (Ahmad, wawancara 11 September 2024)"

Pada hasil wawancara di atas yang oleh para informan terdapat bahwa pelaporan strategi komunikasi dalam Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN adalah yang terdiri dari laporan resmi dalam bentuk tertulis dan disampaikan oleh Panitia Pelaksana. Tahapan komunikasi yang dilakukan dimulai dari Bendahara pelaksana yang meminta mengumpulkan semua nota kepada semua Koordinator PIC. Kemudian Bendahara akan merekap dan menghitung antara pemasukan dan pengeluaran sesuai atau tidak dan dalam tahapan ini bendahara akan berkomunikasi dengan Bendahara umum dan DPM yang menjadi Bendahara umum sebelumnya. Setelah mendapatkan validasi, kemudian LPJ digabung dengan data-data peserta yang akan direkap oleh Sekretaris pelaksana. Kemudian Ketua pelaksana akan berkomunikasi dengan Presiden dan Wakil Presiden. Setelah semua laporan selesai, maka tahapan terakhir adalah PU akan menghubungi manager untuk diadakannya laporan pertanggung jawaban dari Panitia Pelaksana.

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengenai "strategi komunikasi Generasi Cahaya Pintar Yayasan Baitul Ma'al PLN Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu untuk meningkatkan partisipasi masyarakat Kota Palembang dalam Program Peduli Sehat" adalah dengan menggunakan empat tahapan strategi komunikasi organisasi yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan.

Perencanaan merupakan hal-hal yang terdiri dari proses yang terstruktur dalam hal ini, perencanaan yang dilakukan pada Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN adalah dengan mengadakan rapat terlebih dahulu dengan sesama anggota yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan, kemudian mengatur konsep kegiatan, membuat tujuan program, serta mencari dan mengatur kebutuhan dalam rangka mengadakan kegiatan, lalu menghubungi koordinator humas untuk mengatur tempat kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pelaksanaan strategi komunikasi yang meliputi berbagai kegiatan, termasuk pemilihan media, penyusunan pesan, dan penggunaan teknik komunikasi yang sesuai

untuk menjangkau masyarakat dalam pelaksanaan Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN yakni dengan menggunakan grup chat seperti Whatsapp terlebih dahulu untuk memantau perkembangan aktivitas kegiatan, lalu memberikan informasi secara keseluruhan seputar kegiatan Program peduli Sehat agar dapat terkoordinir dengan baik. Kemudian, menggunakan media sosial seperti instagram dengan menyebarkan brosur secara online dan berinteraksi dengan para masyarakat di tempat yang telah ditentukan dengan cara memberikan sesi tanya jawab, lalu melakukan pelaksanaan kegiatan berupa edukasi seputar kesehatan serta kegiatan dalam hal kesehatan seperti cek kolestrol, cek gula darah, cek asam urat, dan pemeriksaan tensi darah.

Evaluasi strategi komunikasi Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN adalah dengan cara mengevaluasi hasil kinerja dari masing-masing anggota di setiap departemen dan mengevaluasi kelemahan dalam komunikasi seperti kurangnya keterlibatan masyarakat atau adanya penyampaian informasi yang kurang efektif diantara sesama anggota dan mengevaluasi hal-hal yang dapat dijadikan tolok ukur untuk melaksanakan kegiatan berikutnya agar dapat menjadi lebih baik lagi. Namun, tidak hanya mengevaluasi kesalahan saja tetapi, memberikan solusi atas masalah-masalah dan kesalahan yang terjadi sehingga evaluasi yang dilakukan dapat memberikan dampak yang positif.

Pelaporan strategi komunikasi dalam Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN yaitu berupa proses penyampaian hasil dari pelaksanaan dan evaluasi strategi komunikasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Pelaporan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana strategi komunikasi yang telah digunakan oleh para anggota Gencar YBM PLN dalam melaksanakan kegiatan Peduli Sehat tersebut. Pelaporan yang digunakan adalah laporan resmi yang berbentuk laporan tertulis yang disampaikan oleh Panitia Pelaksana dan Bendahara yang bertugas untuk merekap serta menghitung hasil dari kegiatan Program Peduli Sehat Gencar YBM PLN.

Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang terdapat pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat membuat kesimpulan atas seluruh hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang peneliti lakukan. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Generasi Cahaya Pintar untuk meningkatkan minat masyarakat kota Palembang pada Program Peduli Sehat sudah sangat baik karna meliputi empat tahapan strategi komunikasi organisasi yakni, Perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi, dan Pelaporan. Didapati dari keempat tahapan tersebut Strategi Komunikasi Generasi Cahaya Pintar menghasilkan Perencanaan yang terstruktur seperti, mengadakan rapat, mengatur konsep kegiatan acara, membuat tujuan program, mencari serta mengatur kebutuhan untuk kegiatan Peduli Sehat, dan menghubungi koordinator humas untuk mengatur tempat kegiatan yang akan dilaksanakan. Kemudian, dalam hal Pelaksanaan yang dimulai dari pemilihan media, penyusunan pesan, dan, penggunaan teknik komunikasi yang sesuai untuk menjangkau masyarakat dalam pelaksanaan Program Peduli Sehat Generasi Cahaya Pintar seperti menggunakan grup chat Whatsapp untuk memantau perkembangan aktivitas anggota

dalam melaksanakan Program Peduli Sehat, lalu menggunakan media sosial dalam menyebarkan informasi seperti instagram dengan menyebarkan brosur dan poster secara online dan berinteraksi dengan para masyarakat di tempat yang telah ditentukan dengan cara memberikan sesi tanya jawab, lalu melakukan pelaksanaan kegiatan berupa edukasi seputar kesehatan. Pada hal Evaluasi, seluruh anggota di setiap departemen yang terlibat akan di evaluasi hasil kinerjanya apakah dalam komunikasi terdapat kekuranganketerlibatan masyarakat atau adanya penyampaian informasi yang kurang efektif diantara sesama anggota dan mengevaluasi hal-hal yang dapat dijadikan tolok ukur untuk kedepannya, serta memberikan solusi agar kegiatan selanjutnya dapat dilaksanakan dengan lebih baik lagi. Kemudian dalam hal pelaporan, terdapat laporan resmi berupa laporan tertulis yang berisi tentang hasil dari pelaksanaan dan evaluasi strategi komunikasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan yang disampaikan oleh Panitia Pelaksana dan Bendahara yang bertugas untuk merekap serta menghitung hasil dari kegiatan Program Peduli Sehat yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana strategi komunikasi yang telah digunakan oleh para anggota Generasi Cahaya Pintar dalam melaksanakan kegiatan Peduli Sehat tersebut.

Daftar Pustaka

- Abdur, R. M., & Hamandia, R. (2019). Strategi komunikasi persuasif dengan metode kisah dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 3(2).
- Aditya, W. R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran (Studi pada event Tupperware home party dalam menjaga loyalitas konsumen PT. RIAU Cahaya Utami di Kota Pekanbaru). *JOM FISIP*, 4(1).
- Ahmad, A. F., & Rohmah, A. N. (2024). Strategi komunikasi tim kerja generasi berencana BKKBN dalam mensosialisasikan program kerja kepada remaja Kaltim. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Ambia, B. B., & Derivanti, A. D. (2022). Komunikasi digital dan perubahan sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 6(4).
- Aminah, S., & Sumardjo, S. et al. (2014). Perubahan model komunikasi dan pergeseran paradigma pembangunan dalam perspektif sejarah. *Paramita*, 24(1).
- Ananda, I. I. (2017). Metode Dewey (komunikatif, konstruktif, investigatif, artistik) pada pembelajaran musik untuk anak usia dini di kelas Little Mozart IM Music School Surabaya. *Journal Online Unesa*, 1.
- Arifin, N. (2020). Pemikiran pendidikan John Dewey. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Keluarga*, 2(2).
- Ariska, D. F. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam membangun image (Studi deskriptif kualitatif strategi komunikasi pemasaran Sekolah Lanjutan Sekolah Alam Bengawan Solo dalam membangun image sekolah alternatif). *Jurnal Komunikasi*, 3(2).

- Arkansyah, E. P. P. (2021). Strategi komunikasi lingkungan membangun kesadaran masyarakat terhadap kebersihan Sungai Jagir. *Prapanca Jurnal Abdimas*, 1(1), Februari–Juli.
- Atmaja, S., & Dewi, R. (2018). Komunikasi organisasi: Suatu tinjauan teoritis dan praktis. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 3(2).
- Ayunda, L. D., & Andiyansari, P. (2024). Strategi komunikasi pemasaran digital Heha Forest dalam meningkatkan kunjungan wisata. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 4(1).
- Budiarti, R., & Yanuar, F. (2022). Strategi komunikasi pemasaran PaDi UMKM membangun brand awareness melalui media sosial Instagram. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan*, 1.
- Cahyadi, J., et al. (2024). Implementasi interaksi simbolik dalam strategi komunikasi pemasaran (Studi kasus divisi copywriter Sevenads Indonesia). *Kiwari*, 3(2), 213–220.
- Citra, A. W. & Kustiawan, W., et al. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3).
- Dedy, A. D., Alfiandi, B., & Zetra, A. (2018). Gaya komunikasi pimpinan dalam mengembangkan inovasi organisasi (Studi kasus kepemimpinan Kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Padang Pariaman). *JISPO*, 8(2).
- Denia, P. P., & Kadewardana, D. (2018). Prinsip-prinsip human relations dalam pelaksanaan komunikasi organisasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika. *CoverAge*, 8(2).
- Dhika, K. D., & Ningsih, S. (2019). Strategi komunikasi bagian penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Udara (TNI-AU) Adisoemarmo Solo dalam membangun citra positif melalui program outing class. *Jurnal Komunika*, 7(1).
- Dinda, M., et al. (2018). Strategi humas Cutlip and Center Komisi Pemilihan Umum Denpasar dalam upaya meningkatkan partisipasi politik masyarakat pada Pilgub Bali tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 2(2).
- Dita, P. D., & Danaya, B. P. (2022). Pentingnya peranan komunikasi dalam organisasi: Lisan, nonverbal, dan tertulis (Literature review manajemen). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3).
- Erlin, K. E., Hairunnisa, H., & Nurliah, N. (2022). Strategi komunikasi Dinas Lingkungan Hidup Balikpapan pada program halte sampah di Kelurahan Gunung Bahagia. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 21–22.*
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1).
- Fitri, N. F., & Putri, S. A. R. (2018). Hubungan intensitas akses media baru dan kualitas interaksi lingkungan sekitar pada mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1).
- Fitria, P. M. F., et al. (2020). Strategi komunikasi organisasi fungsi HSSE PT Pertamina Niaga dalam menjaga citra perusahaan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 100–111.
- Genny, G. S. & Hardianti, G. (2021). Implementasi excellence public relations dalam pengelolaan konflik oleh Energi Mega Persada Bentu Limited. *CoverAge*, 11(2).

- Irma, M. R. (2016). Perilaku komunikasi komunitas Shinwa Cosplay Pekanbaru dalam membentuk kohesivitas kelompok. *JOM FISIP*, 3(2).
- Jatmiko, J. (2014). Komunikasi pemasaran sebagai strategi memperluas pasar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Jaya, W., Cangara, H., & Hasrullah, H. (2015). Keberhasilan dan kegagalan strategi komunikasi kampanye para kandidat dalam perebutan kursi legislatif DPRD Kabupaten Barru periode 2014–2019. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 4(3).
- Jubaedah, E. (n.d.). Peran hubungan masyarakat dalam mewujudkan transparansi pemerintahan daerah. Lembaga Administrasi Negara (LAN) Bandung.
- Kaharudin, K. (2021). Kualitatif: Ciri dan karakter sebagai metodologi. *Jurnal Pendidikan*, 9(1).
- Kurniawan, K., & Liliani, L. (2018). Evaluasi komunikasi kelompok pada anggota Dapur Pandhawa. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(6).
- Kustiawan, W. & Khairani, L., et al. (2022). *Pengantar komunikasi non verbal*. *Journal Analytica Islamica*, 11(1).
- Leonardi, P. et al. (2013). Media sosial perusahaan: Definisi, sejarah, dan prospek studi teknologi sosial dalam organisasi. *Jurnal Komunikasi Berbasis Komputer*, 19(1).
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (36th ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Marta, J. D. & Triwijayanti, D. (2016). Pengaruh budaya organisasi dan komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan PT X. *BISMA*, 8(2).
- Marsakawati, N. P. E. (2012). Strategi komunikasi: Sebuah solusi bagi permasalahan komunikasi. *Lingua Didaktika*, 6(1).
- Meisani, S. (n.d.). Strategi komunikasi humas dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT Pos Indonesia. Universitas Garut.
- Nasution, Z. (2020). Penerapan strategi komunikasi model knowledge, attitude, practice dalam kegiatan sosialisasi undang-undang kepada masyarakat Dusun Karangnongko Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 2(2).
- Nora, H. Y. et al. (2010). Fungsi komunikasi massa dalam televisi (Studi kasus program acara *Bukan Empat Mata* di Trans7). *The Messenger*, 2(1).
- Pinontoan, N. A. (2019). Strategi komunikasi pemasaran dalam upaya meraih konsumen (Studi deskriptif kualitatif strategi komunikasi pemasaran marketing PT Jelajah Indonesia Wisata Asia). *Kartala Visual Studies*, 1(1).
- Novi, V. (2024, Agustus 31). Pengertian komunikasi organisasi: Fungsi, teori, jenis dan manfaat. *Gramedia Blog*. <https://www.gramedia.com/literasi/komunikasi-organisasi/>
- Patriana, E. (2014). Komunikasi interpersonal yang berlangsung antara pembimbing kemasyarakatan dan keluarga anak pelaku pidana di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5(2).
- Pienrasmi, H. (2015). Pemanfaatan sosial media oleh praktisi public relations di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 9(2).
- Pohan, A. (2015). Peran komunikasi verbal dan non verbal dalam hubungan manusia. *Jurnal Ilmiah Dakwah dan Komunikasi*, 6(2).

- Prahesti, V. D. (2021). Analisis tindakan sosial Max Weber dalam kebiasaan membaca Asmaul Husna peserta didik MI/SD. *Jurnal Studi Islam*, 13(2).
- Prenada Media Group. (2014). *[Buku cetakan pertama]*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Rosdakarya, P. T. Remaja. (2017). *[Buku]*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rusandi, M. R. (2020). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Jurnal Staidi Makasar*, 2(1).
- Safitri, N. A. (2017). Strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan daya beli konsumen melalui media sosial. *Jurnal Kompetensi*, 11(2).
- Safitri, W. (2023). Penerapan prinsip solidaritas sosial menurut Emile Durkheim dalam kasus Haris Azhar dan Fathia. *Jurnal Pendidikan, Seni, Sosial, dan Humaniora*.
- Sembiring, J. P. (2016). Strategi komunikasi pemasaran objek wisata Gundaling dan pemandian air panas Semangat Gunung. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 2(1).
- Siregar, N. S. S. (2011). Kajian tentang interaksionisme simbolik. *Jurnal Ilmu Sosial-FISIPOL UMA*, 4(2).
- Siregar, N. (2021). Strategi komunikasi dalam pembentukan opini publik masyarakat. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(2).
- Sitepu, Y. S. (2011). Paradigma dalam teori organisasi dan implikasinya pada komunikasi organisasi. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, 1(2).
- Sondakh, M., Londa, J. W., & Florentina, L., A. (2020). Strategi komunikasi pemerintahan dalam menunjang program pengurangan kemasan plastik pada masyarakat Kelurahan Tosuraya Barat. *eJournal Unsrat*, 1(1).
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syahrozi, A. (2020). Analisis strategi komunikasi DPPKBP3A dalam mensosialisasikan program keluarga berencana di Tanah Grogot. *eJournal S1 Ilmu Komunikasi*, 8(4).
- Vardhani, N. K. & Purwaning, T. A. S. (2018). Strategi komunikasi dalam interaksi dengan mahasiswa pertukaran asing. *Jurnal Gama Societa*, 2(1).
- Wardani, C. S. (2017). Strategi komunikasi komunitas Laku Lampah dalam penyampaian pesan pelestarian sejarah dan budaya di Kota Solo. *Jurnal Komunikasi*, 2(1).
- Wardani, C. S. (2021). Strategi komunikasi komunitas Laku Lampah dalam penyampaian pesan pelestarian. *Prapanca Jurnal Abdimas*, 1(1).
- Winawati, F. J. (2014). Strategi marketing communications Grand City Surabaya dalam membangun brand sebagai world class mall. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(1).
- Wijaya, W. T., & Dewi, I. C. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital dalam meningkatkan brand awareness Kimo Resort Pulau Banyak Aceh Singkil. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, 7(3).
- Yesi Rosilawati, Y., & Mulawarman, K. (n.d.). Komunikasi organisasi pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta untuk meningkatkan pelayanan. *Jurnal Makna*, 5(1).
- Yusuf, M. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.