

## Strategi Komunikasi Dalam Proses Negosiasi Penandatanganan Kuasa Di Kantor Hukum Rolando Marpaung & Partners

Rachel Mia L. Lbn. Toruan <sup>1\*</sup>, Evi Enitari Napitupulu <sup>2</sup>, Nurhawati Simamora <sup>3</sup>, Desti Murni Hayati Telaumbanua<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Perpustakaan, Universitas Sari Mutiara Indonesia

\* corresponding author

Artikel Informasi	Abstract
Received : 20 November 2023 Revised : 27 November 2023 Available Online : 30 November 2023	<i>Communication is the basis of all human activities. Because without communication, interaction between humans, whether individually, in groups or organizations, is impossible. Most human interactions take place in interpersonal communication situations. Lobbying is an informal, persuasive effort carried out by one party (person, group, private sector, government) who has a particular interest to attract support from parties who have influence over the course of an interest. Negotiation is a bargaining process by negotiating with other parties to reach an agreement. Negotiation means discussing or having a discussion about something. So in the process, this communication will occur in two directions, namely involving the interested parties. The purpose of negotiation is to help the parties concerned to align their views and straighten out the problem. In addition, negotiations also often occur to resolve disputes.</i>
Keyword	
Komunikasi, Negosiasi, Lobby, Penandatanganan Kuasa	
Korespondensi	
Phone :	
Email : <a href="mailto:rachelmialumbantoruan@gmail.com">rachelmialumbantoruan@gmail.com</a>	

### PENDAHULUAN

Komunikasi adalah dasar dari seluruh kegiatan antar manusia. Karena tanpa komunikasi interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok maupun organisasi tidak mungkin terjadi. Sebagian besar interaksi manusia berlangsung dalam situasi komunikasi antar pribadi. Sedangkan Lobby & Negosiasi mengandung makna kemampuan seseorang untuk mempengaruhi pihak lain dengan mendasarkan pada kekuatan komunikasi antar pribadi. Effendy (2003:28) mengatakan hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur. Adanya pesan yang ingin disampaikan kepada lawan bicara dan ditanggapi dengan

baik maka sudah terjadi proses komunikasi yang baik. Namun apabila pesan yang ingin disampaikan kepada lawan bicara menciptakan kesalahpahaman dan berujung emosi maka bisa dikatakan bahwa terjadi kegagalan komunikasi. Dimana pesan yang diucapkan tidak tersampaikan dengan baik dan benar. (Chotijah, 2021)

Lobi dan negosiasi merupakan dua konsep yang beririsan namun memiliki definisi yang berbeda. Lobi merupakan pendekatan tidak resmi yang dilakukan agar terjadi kerjasama dan sasaran lobi dan yang melakukan lobi (Evelina, 2004). Lobi merupakan proses komunikasi dan upaya seleksi artikulasi kepentingan. Artinya, lobi merupakan proses mempengaruhi atau mengubah persepsi orang lain. Hal ini sesuai yang disampaikan

Koeppel (2001) "lobbying is focused on the efforts to influence public authorities' decision". Lobby Dan Negosiasi merupakan bagian dari konsep komunikasi secara umum yang bertujuan mempengaruhi, menarik perhatian, menarik simpati, menimbulkan empati, menyampaikan informasi dari dan atau ke seseorang, kelompok, organisasi, perusahaan, lembaga negara bahkan negara. Selain itu, dalam konteks komunikasi, hal itu juga tidak lepas dari realitas dimana setiap orang membutuhkan informasi. Keberhasilan lobi, negosiasi dan diplomasi tidak lepas dari proses komunikasi yang baik. Dalam konteks proses komunikasi, negosiator memiliki peran sebagai komunikator yang mengawali proses terjadinya komunikasi dalam negosiasi. Karena itu sebagai komunikator, baik negosiator, lobbyist dan diplomat harus dapat memahami kliennya yang di pihak lain berperan sebagai komunikan. (Siahaan, 2012).

Lobby & Negosiasi sering diartikan sebagai proses yang melibatkan upaya seseorang untuk mengubah dan mencapai kesepakatan yang menyangkut kepentingan timbal balik dari pihak-pihak dengan sikap, sudut pandang, dan kepentingan yang berbeda satu sama lain. Lobbying & Negosiasi yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lainnya, senantiasa melibatkan pihak-pihak yang memiliki latar belakang berbeda dalam hal wawasan, cara berpikir, corak perasaan, sikap dan pola perilaku, serta kepentingan dan nilai-nilai yang dianut (Heryati, 2006). Pada hakekatnya lobby & negosiasi perlu dilihat dari konteks antar budaya dari pelobby. Dalam lobby perlu komunikasi antar pribadi, kesediaan untuk memahami latar belakang, pola pemikiran, dan karakteristik masing-masing serta kemudian berusaha untuk saling menyesuaikan diri. (Abdurakhmonov et al., 2022).

Dalam melakukan lobi dan negosiasi, semua pihak yang terlibat dalam revisi UU No 15 Tahun 2003 merupakan komunikator politik. Proses lobi dan negosiasi membutuhkan komunikator politik yang kredibel agar proses transfer ide, gagasan,

dan pesan politik lebih mudah. Kredibilitas komunikator politik merupakan konsep yang telah lama didiskusikan, bahkan sejak era Aristoteles. Aristoteles menggunakan istilah 'ethos' untuk menggambarkan kredibilitas komunikator politik (Firdausi, 2015).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Antar Personal

Komunikasi antar pribadi dinilai sangat efektif untuk merubah perilaku orang lain, bila terdapat persamaan mengenai makna yang dibicarakan. Tanda khusus yang ada di komunikasi antar pribadi ini terletak pada arus balik langsung. Arus balik tersebut memiliki daya tangkap yang mudah untuk komunikator baik secara verbal dalam bentuk kata maupun non verbal dalam bentuk bahasa tubuh seperti anggukan, senyuman, mengernyitkan dahi dan lain sebagainya. Selama proses komunikasi antar pribadi berlangsung sangat penting terjadinya interaksi berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu atau individu dengan antar individu supaya terjadi umpan balik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

Menurut Joseph A. Devito dalam buku *The Interpersonal Communication Book* (Devito,

1989:4), komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua individu atau antar individu dalam kelompok dengan beberapa efek dan umpan balik seketika. Sedangkan menurut Evert M Rogers dalam Depari, komunikasi Onong U. Effendy (Effendy, 1993:61), mengutarakan komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara dua orang dimana kontak langsung terjadi dalam bentuk percakapan, bisa langsung berhadapan muka (face to face) atau bisa melalui media seperti telepon. Ciri khas komunikasi antar pribadi yakni dua arah atau timbal balik. Berdasarkan pendapat para teoritikus, bisa dikemukakan bahwa komunikasi antar pribadi adalah dimana orang – orang yang terlibat dalam komunikasi menganggap orang lain sebagai pribadi bukan sebagai objek. Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi dari

mulut ke mulut, dengan interaksi tatap muka antara beberapa orang pribadi.

### 1.1.1 Lobby dan Negosiasi

#### a. Lobby

Meskipun lobi dan negosiasi dilakukan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya konflik dan mendorong kerja sama antara dua pihak atau lebih, seringkali kegiatan tersebut dicirikan sebagai kegiatan yang tidak menguntungkan karena tindakan lobi dan negosiasi itu sendiri merupakan salah satu strategi untuk mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan. Tindakan melobi sendiri dapat dilihat sebagai upaya mempengaruhi opini pihak lain, dengan tujuan lobi ini adalah untuk menumbuhkan opini yang menguntungkan pihak lain melalui strategi komunikasi (Evelina, 2004). Kami dapat menafsirkan negosiasi untuk sementara sebagai strategi untuk menyelesaikan perselisihan antar orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat. Karena negosiasi merupakan langkah pemerataan untuk mencapai kesepakatan bersama antara dua pihak yang memiliki kepentingan yang saling melengkapi atau antagonis. Joss Dalam Ardianto dkk. (2020) menegaskan bahwa efektivitas lobi dapat diukur dari sejauh mana pihak yang terlibat dalam lobi diharuskan memiliki pemahaman menyeluruh tentang pihak lain. Untuk mewujudkan tujuan kedua belah pihak, langkah-langkah negosiasi harus diambil jika kedua belah pihak memiliki pemahaman yang berbeda. Di media dan di kalangan masyarakat umum, lobi masih dipandang berkonotasi negatif. Ini sering ditafsirkan sebagai advokat yang bias untuk kepentingan bisnis, dianggap tidak menguntungkan, sepenuhnya rahasia, atau bahkan melibatkan tindakan nepotisme (Joss, 2011). Meskipun lobi dan negosiasi berkaitan, namun seringkali dihindari karena dianggap dapat merusak kredibilitas proses negosiasi. Diskusi dapat berjalan dengan baik dengan melakukan lobi yang efektif (Saputri, 2023).

#### b. Negosiasi

Negosiasi ini bisa dilihat sebagai kelanjutan dari kesepakatan kedua belah pihak, sederhananya. Karena tujuan mendasar dari sebuah negosiasi adalah untuk mencari solusi yang disepakati bersama dari perbedaan pendapat yang muncul, maka proses negosiasi ini membutuhkan dua pihak atau lebih yang berkepentingan, yaitu negosiator dan pihak lawan/penasehat. Banyak konteks sosial, termasuk negosiasi pembeli-penjual, kesepakatan perusahaan,

manajemen tenaga kerja, sengketa maritim, krisis penyanderaan, dan lainnya, melibatkan negosiasi. Negosiator harus terampil dalam strategi persuasi agar pembicaraan berhasil (Aliana, n.d.). Teknik-teknik tersebut meliputi: a) Ingratiation, yaitu praktik memuji orang lain dan menawarkan dorongan untuk membujuk mereka agar setuju dengan kita. Pujian menunjukkan sikap menghargai dan menghormati orang lain, yang merupakan landasan membangun hubungan komunikasi; b) Doa menunjukkan sikap yang tidak layak untuk ditampilkan kepada orang lain. c) Self-Promotion, menampilkan keutamaan diri sendiri dengan mampu menunjukkan sikap yang menyenangkan tanpa ada paksaan dari orang lain atau lingkungan. Contoh promosi diri jenis ini antara lain memohon pengampunan dan kebutuhan untuk memenangkan simpati orang lain agar ada bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, hindari tampil angkuh saat memasarkan diri Anda kepada orang lain. Negosiasi dan lobi adalah bentuk kontak komunikatif yang digunakan untuk memecahkan masalah, dengan pengalaman proses pemecahan masalah yang diawali dengan negosiasi atau musyawarah (Hakim et al., 2022). Untuk mencapai tujuan perusahaan, tawar-menawar dan lobi digunakan. Namun, proses lobi dan negosiasi terkadang dapat mengalami masalah atau serba salah. Akibatnya, strategi, taktik, dan teknik digunakan untuk memastikan bahwa proses lobi dan negosiasi berjalan lancar. Selain itu, agar kesepakatan dapat dilaksanakan dengan cepat dan berhasil, melobi dan tawar-menawar membutuhkan kemampuan untuk meyakinkan pihak lain bahwa dia dapat dengan mudah menerima sudut pandang kita bersama (Zainal et al., n.d.). Kita harus memiliki pemahaman, pengalaman dan informasi yang lebih terbuka tentang isu-isu yang dilobi untuk nanti ketika melobi dan bernegosiasi agar kita tidak dimanfaatkan.

Teknik yang digunakan dalam melobi dan bernegosiasi harus serampangan atau sederhana. Ada hambatan tertentu untuk tawar-menawar dan melobi. Karena ada banyak teknik dan strategi yang berbeda untuk tawar-menawar dan melobi perusahaan, negosiator perlu mempelajari dan menguasainya. Untuk berhasil bernegosiasi dan mengkampanyekan bisnis antar organisasi, keterampilan yang kompeten diperlukan. Komunikasi termasuk negosiasi. Seseorang yang menyampaikan pesan disebut sebagai komunikator, dan orang yang menerima pesan disebut sebagai

komunikator (Isma, 2017). Sangat penting bagi dua orang yang bercakap-cakap untuk berbagi ide, pendapat, dan pemahaman yang sama agar tidak ada hambatan dalam percakapan. Kurangnya komunikasi yang efisien dapat mengakibatkan negosiasi yang gagal dan tidak efektif. Setiap kali kita bernegosiasi.

Biaya pemasaran adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 2016).

### METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan Deskriptif. Metode penelitian Kualitatif Menurut Maleong adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas. Metode ini dirancang untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memahami data kualitatif.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Istilah negosiasi berasal bahasa Inggris "*negotiation*", dalam pengertian secara umum negosiasi adalah proses tawar-menawar dengan cara berunding untuk mencapai kesepakatan kedua belah pihak (Ulinuha, 2013). Sedangkan Robbins (2003) mengartikan negosiasi adalah sebuah proses yang didalamnya dua pihak atau lebih bertukar barang dan jasa dan berupaya menyepakati tingkat kerjasama tersebut bagi mereka.

Menurut Jackman (2005) negosiasi adalah sebuah proses yang terjadi antara dua pihak atau lebih yang pada mulanya memiliki pemikiran berbeda, hingga akhirnya mencapai kesepakatan. Oliver (dalam Purwanto, 2006) menambahkan bahwa negosiasi adalah sebuah transaksi dimana kedua belah pihak mempunyai hak atas hasil akhir. Untuk itu diperlukan persetujuan dari kedua belah pihak sehingga terjadi proses yang saling memberi dan menerima sesuatu untuk mencapai suatu kesepakatan bersama.

Negosiasi disebut pula sebagai proses interaktif yang dilakukan untuk mencapai

persetujuan. Proses ini melibatkan dua orang atau lebih yang memiliki pandangan berbeda tetapi ingin mencapai beberapa resolusi bersama (McGuire, 2004). Sedangkan Modul Garuda *Sales Institute* mengartikan negosiasi adalah proses untuk mencapai kesepakatan dengan memperkecil perbedaan serta mengembangkan persamaan guna meraih tujuan Bersama yang saling menguntungkan. Negosiasi juga merupakan komunikasi dua arah, yaitu penjual sebagai komunikator dan pembeli sebagai komunikan atau saling bergantian. Proses komunikasi dalam negosiasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Melibatkan dua pihak, pihak penjual dan pihak pembeli
- Adanya kesamaan tema masalah yang dinegosiasikan
- Kedua belah pihak menjalin kerja sama
- Adanya kesamaan tujuan kedua belah pihak
- Untuk mengkonkritkan masalah yang masih abstrak

Tim Hindle (dalam Rustono, 2008) dalam bukunya *Negotiation Skills* menyebutkan "*The art of negotiation is based on attempting to reconcile what constitutes a good result for the other party*". Negosiasi adalah keterampilan yang dapat dipelajari oleh setiap orang (Rustono, 2008). Sedangkan Jackman (2005) mengatakan negosiasi adalah satu proses, sebuah metode untuk mencapai kesepakatan mengenai suatu masalah yang sedang didiskusikan atau diperdebatkan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa negosiasi merupakan suatu proses komunikasi dimana dua orang atau lebih dengan tujuan yang berbeda melakukan suatu proses timbal balik yang melibatkan pertukaran sesuatu antara dua orang atau lebih hingga mencapai kesepakatan bersama yang menguntungkan semua pihak khususnya mengenai suatu perkara yang menunjuk suatu kuasa hukum dalam proses negoisasi perkara yang ditandatangani di Kantor Hukum. Hal ini dilakukan demi menocapai kesepakatan Bersama demi tujuan yang sama. Negoisasi selalu melalui proses yang tidak mudah karena adanya pertukaran pendapat yang mungkin saja alot oleh sebab itu strategi komunikasi sangatlah diperlukan untuk melihat bagaimana lawan atau



tim kita bekerja agar komunikasi yang berlangsung dua arah dan memberikan *feedback* yang sesuai dengan keinginan kita dalam bernegosiasi.

Strategi Komunikasi yang digunakan dalam proses negosiasi yang berkaitan dengan komunikasi yang efektif dalam negosiasi bisnis. Komunikasi yang baik tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga membuka peluang untuk pertukaran ide yang dapat mencapai tujuan bersama. Pentingnya Komunikasi dalam Negosiasi:

1. Membangun Kepercayaan: Komunikasi yang tepat membantu dalam membangun kepercayaan yang diperlukan untuk hubungan bisnis jangka panjang.
2. Menghindari Konflik: Komunikasi yang jelas dapat mencegah kesalahpahaman dan konflik di masa depan.

#### **Strategi Membangun Komunikasi Efektif dalam Proses Negosiasi**

1. Berkomunikasi Secara Tepat dan Jelas: Sampaikan pesan dengan kata-kata yang jelas dan singkat untuk memastikan lawan bicara memahami dengan baik.
2. Perhatikan Bahasa Tubuh: Gunakan bahasa tubuh yang positif dan sesuai, seperti kontak mata dan postur terbuka, untuk mendukung pesan verbal dan meningkatkan kepercayaan diri.
3. Perhatikan Nada Suara: Gunakan nada suara yang positif dan tidak menimbulkan kesalahpahaman untuk memperkuat pesan yang disampaikan.
4. Hargai dan Dengarkan Pendapat Lawan Bicara: Dengarkan secara aktif untuk memahami sepenuhnya pesan yang disampaikan oleh lawan bicara, menunjukkan rasa hormat dan membangun hubungan yang lebih baik.

Dilihat dari strategi komunikasi yang digunakan dalam prosesnya maka komunikasi atau komunikator haruslah memahami lawan bicara yang melalui verbal ataupun non verbal, hal ini dilakukan untuk memahami apa yang diinginkan oleh kedua belah pihak pada saat melakukan proses negosiasi khususnya dalam memilih kuasa hukum sebelum melakukan

penandatanganan kuasa. Proses pembicaraan untuk mencapai kesepakatan bersama, sedangkan pemberian kuasa adalah perjanjian untuk mewakili seseorang dalam melakukan suatu urusan.

#### **Negosiasi :**

1. Negosiasi adalah metode untuk menyelesaikan sengketa
2. Negosiasi bertujuan untuk menyatukan pendapat dan mencapai kesepakatan Bersama
3. Negosiasi melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan

Tahapan negosiasi meliputi persiapan, menentukan aturan, menjelaskan, tawar menawar, dan penyelesaian masalah. Strategi negosiasi meliputi kooperatif, kompetitif, dan analitis

#### **Pemberian kuasa :**

1. Pemberian kuasa adalah perjanjian antara pemberi kuasa dan penerima kuasa
2. Pemberi kuasa memberikan kekuasaan kepada penerima kuasa untuk melaksanakan sesuatu atas namanya

Penerima kuasa bertindak atas nama dan untuk pemberi kuasa. Tindakan penerima kuasa seharusnya :

- a. tidak boleh melewati batas wewenang dari pemberi kuasa
- b. Pemberian kuasa dapat berupa perjanjian hukum sepihak atau perjanjian timbal balik

Surat kuasa harus ditandatangani oleh pemberi kuasa

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Proses negosiasi merupakan suatu proses penting untuk mengembangkan perkembangan dan meningkatkan keuntungan bagi korporat. Proses ini merupakan suatu proses yang menentukan dalam melakukan Kerjasama antara suatu korporat/Lembaga/Pemerintahan ataupun dengan korporat lain merupakan suatu kegiatan yang penting. Dalam hal ini mendapatkan hasil yaitu bagaimana seharusnya proses negosiasi yang harus dilakukan khususnya dari strategi yang dilakukan dari public relations, bagaimana pelaksanaan yang benar dalam melakukan negosiasi dengan pihak lain, selain itu. Teknik negosiasi yang paling efektif adalah yang dapat menghasilkan hubungan jangka panjang yaitu

1. Dengan menerapkan strategi win-win solution. Tetapi bukan berarti strategi tersebut yang harus selalu digunakan, karena setiap strategi memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing tergantung situasi yang ada.
2. Seorang negosiasi harus menguasai seluruh tahapan, mulai dari persiapan, tahap berbagi, tawar menawar hingga penutupan. Wawasan yang luas akan produk yang ditawarkan akan mendukung posisi kita dalam bernegosiasi. Jadi persiapan yang matang adalah kunci dari memenangkan perselisihan dalam negosiasi.

### Saran

Negosiasi yang dilakukan dalam kedua pihak seharusnya dilakukan dengan pikiran yang tenang, selain itu juga proses dalam penandatanganan kuasa juga tidaklah mudah sampai akhirnya kedua belah pihak menemukan kesepakatan Bersama atau yang sering disebut Win-win Solution. Dan tidak hanya dengan pikiran yang tenang saja proses negosiasi dapat berjalan lancar melainkan dengan mengenali siapa lawan kita untuk berinteraksi atau berbicara, hal ini sangat lah penting dilakukan untuk dapat meredam yang Namanya Ego dari kedua belah pihak.

### DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Syaifudin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi* Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchana. 2003. *Human Relation dan Public Relation*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Jackman. A. 2005. *How To Negotiate : Teknik Sukses Bernegosiasi*. Jakarta: Erlangga.

Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rahmadian, Jefri. 2012. *Komunikasi dan Negosiasi, Modul Kuliah Program Kuliah Karyawan dan Profesional*. STTI Itech.

Ulinuha, Zulfa. 2013. *Strategi Negosiasi Bisnis Jack Advertising Dengan Klien (Studi Pada Klien Jack Advertising: Sampoerna, LG, Dan Primarasa food)*. Skripsi. Malang: Univers

West, R., & Turner, L. H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Toruan, Rachel Mia Lumban, Evi Enitari Napitupulu, Nurhawati Simamora, Mega Ulva Sari Sihombing, and Sinilia Bohalima. "Pelatihan Membaca dan Menulis Naskah Berita pada Siswa/i di SMA Negeri 5 Medan." *Jurnal Abdimas Mutiara* 6, no. 1 (2025): 56-61.

Toruan, Rachel Mia Lumban, et al. "Pelatihan Membaca dan Menulis Naskah Berita pada Siswa/i di SMA Negeri 5 Medan." *Jurnal Abdimas Mutiara* 6.1 (2025): 56-61.

Napitupulu, E. E., Lumbantoruan, R. M. L., Simanjuntak, O. D. P., Simamora, N., & Luga, N. (2024). Pelatihan Teknik Negosiasi Dalam Organisasi Di Komisi Kepemudaan Keuskupan Agung Medan. *Tour Abdimas Journal*, 3(2), 103-108.

Lumbantoruan, R., Napitupulu, E., & Zebua, A. (2024). Gaya Komunikasi Seorang Pemimpin Dalam Memotivasi Para Dosen Untuk Melakukan Tridarma. *Jurnal Visi Komunikasi*, 23(01), 31-41.

Napitupulu, E. E., & Toruan, R. M. L. L. (2023). Efektivitas Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Komunikasi Antarbudaya Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(2), 252-262.

Toruan, R. M. L. L., Napitupulu, E. E., Sibagariang, E. E., & Halawa, A. P. (2023). Sosialisasi Public Relations dan Manajemen Krisis. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(2), 163-167.

Napitupulu, E. E., Toruan, R. M. L. L., & Simanjuntak, M. (2023). Pola komunikasi suami istri dalam penyelesaian masalah di awal masa pernikahan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(1), 47-55.

Toruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Simamora, N., Sihombing, M. U. S., & Bohalima, S.

(2025). Pelatihan Membaca dan Menulis Naskah Berita pada Siswa/i di SMA Negeri 5 Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 6(1), 56-61.

Napitupulu, E. E., Luga, N., & Simamora, N. (2023). Pelatihan public speaking yang baik dan benar bagi mahasiswa yang dilaksanakan di Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(1), 82-85.

Simanjuntak, O. D. P., Panggabean, E. P. A., Purba, A., & Napitupulu, E. E. (2023). Pemanfaatan media booklet berbahasa daerah Batak terhadap pengetahuan dan sikap tentang pencegahan karies gigi siswa di SD Negeri Lumbanjulu Kabupaten Toba. *Tour Abdimas Journal*, 2(1), 37-41.

Napitupulu, E. E., Simamora, N., & Luga, N. (2022). Perubahan Perilaku Komunikasi Anak Semasa Pandemi Covid-19 Di Proses Pembelajaran Daring Sampai pada Pembelajaran Tatap Muka Yang Diadakan Setiap Sekolah Pada Bulan Juli 2020 Di Kota Medan Sumatera Utara. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 4(2), 377-382.

Luga, N., Lumbantoruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Fitria, R. I., & Sianturi, S. (2023). Analisis Positioning Nike. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 5(1), 244-252.

Lumban Toruan, R. M. L. (2018). Terpaan Iklan Vivo V7+ dan Minat Membeli Produk (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Terpaan Iklan Vivo V7+ Versi Agnez Mo "Clearer Selfie" Di Televisi Terhadap Minat Beli pada Kalangan Mahasiswa USU) (Doctoral dissertation).

Lumban Toruan, R. M. L. (2021). Efektivitas Aplikasi Ruang Guru sebagai Medium Komunikasi dalam Kegiatan Bimbingan Belajar Daring di Kalangan Siswa SMA di Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).

Lumbantoruan, R. M. L., Napitupulu, E. E., Luga, N., Samosir, C., & Zega, H. (2023). Pola Komunikasi Antara Dosen Dan Mahasiswa Dalam Proses Pembelajaran Mata Kuliah Hubungan Internal Dan Eksternal. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 5(1), 253-260.

Lumbantoruan, R. M. L. (2023). Ceramah Tentang Keterampilan Berbicara. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(1), 394-397.

Lumbantoruan, R. M. L., & Napitupulu, E. E. (2023). Pengabdian Masyarakat Bertajuk Satu Langkah Kecil untuk Semangat Berbagi. Altifani: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin, Adab, dan Dakwah*, 3(2), 155-164.

NAPITUPULU, EVI ENITARI (2020) REVITALISASI ULOS DALAM MENDUKUNG EKONOMI KREATIF SAMOSIR SUMATERA UTARA. S2 thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta

Napitupulu, E. E., & Toruan, R. M. L. L. (2023). Efektivitas Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Komunikasi Antarbudaya Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(2), 252-262.

Napitupulu, E. E., Toruan, R. M. L. L., & Simanjuntak, M. (2023). Pola Komunikasi Suami Istri Dalam Penyelesaian Masalah Di Awal Masa Pernikahan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 5(1), 47-55.

Simamora, N., Ginting, S., Lumbantoruan, R. M. L., Bohalima, S., & Telaumbanua, D. M. (2023). Komunikasi Antar Pribadi Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 5(1), 236-243.

Sitepu, Y. S., Februati Trimurni, & Lumbantoruan, R. M. L. (2023). Pelatihan Pembuatan Konten Literasi Digital Berbasis Kearifan Lokal di Radio Komunitas Desa (RKD) di Kabupaten Deli Serdang . *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1100-1109. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.13103>

Ginting, S., Lumbantoruan, R. M. L., Luga, N., Gulo, N. H., & Harefa, S. B. (2023). Pemanfaatan Media Komunikasi Dan Informasi Sebagai Pembangunan Nasional. *JURNAL TEKNOLOGI KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL (TEKESNOS)*, 5(1), 218-226.

Sihombing, M., Luga, N., Lumbantoruan, R. M. L., Laia, H. A. M., & Buulolo, E. (2023). Komunikasi Virtual Melalui Media Instagram

Pada Remaja. JURNAL TEKNOLOGI  
KESEHATAN DAN ILMU SOSIAL  
(TEKESNOS), 5(1), 227-235.

Toruan, R. M. L. L., Napitupulu, E. E.,  
Sibagariang, E. E., & Halawa, A. P. (2023).  
Sosialisasi Public Relations dan Manajemen  
Krisis. Jurnal Abdimas Mutiara, 4(2), 163-167.