



Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok

Sales Promotion Girl Verbal and Non Verbal Communication in Cigarette Product Marketing

Zuhrati Desiana, M. Fiqri Rifatah, & Dedi Sahputra
Magister Psikologi Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran seorang sales promotion girl (SPG) rokok dalam mempengaruhi calon konsumen melalui teknik komunikasi, baik verbal maupun non verbal. Adapun metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yang terdiri dari 1 orang sales promotion girl dan 2 orang konsumen. Hasil yang diperoleh adalah sales promotion girl mampu melakukan komunikasi verbal dengan baik. Sedangkan komunikasi non verbal yang dilakukan sales promotion girl belum mampu menarik minat konsumen. Di sisi konsumen diperoleh hasil bahwa keputusan mereka untuk membeli rokok bukan dikarenakan kemampuan sales promotion girl dalam berkomunikasi namun karena mereka merasa bahwa belum adanya kebutuhan untuk membeli rokok pada saat itu.

Kata kunci: komunikasi verbal; komunikasi non verbal; sales promotion girl rokok.

Abstract

This study aims to determine the description of a cigarette sales promotion girl (SPG) in influencing prospective consumers through communication techniques, both verbal and non-verbal. The research method used is a qualitative approach, namely qualitative descriptive analysis. Data collection techniques used are interview and observation techniques. Informant in this study amounted to 3 people consisting of 1 sales promotion girl and 2 consumers. The results obtained are sales promotion girl is able to perform verbal communication well. Meanwhile, sales promotion girl's non-verbal communication has not been able to attract consumer interest. On the consumer side, it was found that their decision to buy cigarettes was not due to sales promotion girl's ability to communicate but because they felt that there was no need to buy cigarettes at that time.

Keywords: Verbal communication; non-verbal communication; cigarettes sales promotion girl.

How to Cite: Desiana, Z. Rifatah, M.F. & Sahputra, D. (2022). Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 4(1) 2022: 1-6,



PENDAHULUAN

Dewasa ini ada banyak jenis industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu, salah satunya adalah industri rokok. Hal ini sejalan dengan hasil yang ditemukan oleh World Health Organization (2020) yang menyatakan bahwa prevalensi merokok di Indonesia adalah salah satu yang tertinggi di dunia, di mana 62.9% laki-laki dewasa merokok. Walaupun angka tersebut dapat dikatakan tinggi, namun bukan berarti perusahaan rokok tidak perlu lagi melakukan usaha promosi agar produknya tetap bertahan di pasar dan menjadi pilihan konsumen. Terlebih pada sisi yang lain, stigma bahwasannya rokok sangat tidak baik untuk kesehatan juga selalu disuarakan pihak-pihak tertentu. Salah satu usaha promosi yang kerap dilakukan oleh industri ini adalah penggunaan jasa Sales Promotion. (Isnaini dkk, 2020;Marbun dkk, 2020).

Menurut Kotler dan Keller (2008) sales promotion ialah segala jenis alat atau jasa intensif berskala jangka pendek yang dilakukan oleh produsen dan berfungsi menarik minat individu untuk membeli produk dengan jumlah tertentu di satu waktu. Tujuan dari sales promotion ini agar mampu meningkatkan penjualan, mendorong minat beli pada produk serta memperoleh pelanggan baru. Saat ini, perusahaan produsen rokok banyak menggunakan sales promotion girl (SPG) sebagai salah satu bentuk promosi yang bertujuan meningkatkan penjualan produknya (Safrina & Masykur, 2018). Upaya persuasi kerap dilakukan para sales promotion girl seperti membujuk, memaparkan produk dengan semenarik mungkin, menawarkan potongan harga dan sebagainya agar calon konsumen dapat tertarik dan pada akhirnya bersedia membeli produk yang ditawarkan sales promotion girl tersebut. Biasanya, agen atau perusahaan akan membuat suatu target penjualan yang harus dicapai oleh sales promotion girl setiap harinya dan akan ada sanksi yang didapatkan apabila ia gagal mencapai target tersebut (Purwasih, 2013). Maka dari itu, salah satu hal yang terpenting dilakukan sales promotion girl adalah berusaha untuk menarik minat calon konsumennya dengan menerapkan komunikasi yang baik serta efektif dalam usaha pemasarannya. (Utami dkk, 2019;Nugroho dkk, 2020).

Komunikasi merupakan satu aspek psikologis yang sangat erat kaitannya dengan pemasaran. Karena pada dasarnya tidak akan pernah ada kegiatan pemasaran apabila tidak terjadi komunikasi antara komunikator (penyampai) dan komunikan (penerima). Sudah menjadi wawasan umum bahwasannya pemasaran dan komunikasi adalah hal yang tidak bisa dipisahkan. Sederhananya pemasaran itu sebuah konsep komunikasi, dan komunikasi itu sendiri dapat dikatakan sebagai induk dari pemasaran (Kennedy, 2009). Dengan kata lain, tanpa adanya komunikasi yang efektif maka pemasaran tidak akan berjalan baik. Karena teknik pemasaran yang tepat tidak dapat jalan tanpa adanya komunikasi yang baik dan akan disampaikan pada konsumen, karena komunikasi dan pemasaran merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan (Supit, 2016). Di sisi lain penggunaan media sosial menyampaikan pesan komunikasi memberikan warna yang berbeda (Sahputra, 2020).

Menurut Effendy (dalam Vardhani & Tyas, 2018), komunikasi adalah proses pertukaran pesan oleh individu yang berperan sebagai komunikator (penyampai pesan) kepada individu yang berperan sebagai komunikan (penerima pesan) melalui suatu media tertentu dan memberikan pengaruh tertentu pula kepada kedua belah pihak seperti timbulnya suatu pemahaman baru atau terbentuknya suatu perilaku baru. Komunikasi sendiri dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan bahasa yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan. Sedangkan komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata dalam pencapaian maknanya seperti gerakan, bahasa tubuh, intonasi suara, dan lain-lain (Maria, 2014).

Dalam komunikasi pemasaran, baik verbal dan non verbal akan saling melengkapi guna mencapai tujuan pemasaran yang efektif. (Pratama dkk, 2019;Lubis dkk,2019).

Dari fenomena yang paling sering kita temui di kehidupan sehari-hari, gaya komunikasi persuasif ditemukan yang paling sering diterapkan oleh perusahaan rokok adalah para sales promotion girl rokok yang melakukan eksekusi langsung kegiatan promosi tersebut di lapangan. Melihat pada posisi inilah sales promotion girl memainkan perannya dalam mempromosikan produk dengan mengkombinasikan komunikasi verbal dan non verbal yang tidak jarang justru secara psikologis membuat calon konsumen idealnya dapat dipengaruhi serta diarahkan agar membuat keputusan untuk membeli rokok tersebut. (Saragih dkk, 2020; Atrizka dkk, 2020).

Berdasarkan fenomena di atas, menarik untuk diperhatikan bagaimana seorang sales promotion girl produk rokok dapat mempengaruhi calon konsumen melalui teknik komunikasinya baik verbal maupun non verbal. Keberhasilan dari sisi verbal berarti memenuhi aspek-aspek komunikasi verbal, yang dapat terlihat dengan berhasilnya sales promotion girl memaparkan produk dengan pilihan kata-kata dan bahasa yang tepat memenuhi aspek-aspek yang ada pada komunikasi verbal. Sedangkan keberhasilan dari sisi non verbal kita asumsikan sebagai keberhasilan sales promotion girl dari sisi di luar kemampuan berbahasa (ekspresi wajah, gestur tubuh, postur tubuh, nada suara, volume suara, jarak komunikasi, bahkan pakaian dan dandanan yang ia kenakan). (Tarigan dkk, 2021; Nasution dkk, 2021).

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang berlangsung dengan menggunakan bahasa yang menggunakan kata-kata baik secara lisan maupun tulisan (Maria, 2014). Komunikasi jenis ini sangat banyak digunakan oleh individu pada saat berinteraksi dengan orang lain. Dengan penggunaan kata-kata, individu dapat menunjukkan apa yang ia rasakan, apa yang ia pikirkan, apa yang ia maksudkan, penyampaian fakta, perdebatan, bahkan pertengkaran (Kusumawati, 2016). Ada beberapa aspek komunikasi verbal menurut Hidayat (2012) antara lain vocabulary (perbendaharaan kata); kecepatan dalam berbicara; intonasi suara; singkat dan jelas; serta timing (ketepatan waktu). Sedangkan komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang tidak melibatkan kata-kata dalam pencapaian maknanya yang bisa kita tangkap dalam proses komunikasi seperti gerakan, bahasa tubuh, intonasi suara, dan lain-lain (Maria, 2014). Sedangkan Wood (2013) mendefinikan komunikasi non verbal merupakan semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri Adapun aspek-aspek komunikasi yang dikemukakan oleh Duncan (dalam Rakhmat, 2007) antara lain kinesik (gerakan tubuh); paralinguistik (suara); proksemik; dan artifaktual. (Izar dkk, 2020; Tarigan dkk, 2020).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dan tidak dinilai benar-salah atau iya-tidak. Penelitian ini lebih mementingkan segi proses daripada hasil Bogdan & Taylor (dalam Poerwandari, 2013). Sedangkan Creswell (2014) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu jenis penelitian dimana peneliti sangat bergantung pada informasi yang diberikan oleh partisipan penelitian pada ruang lingkup yang luas, pertanyaan yang diajukan bersifat umum, pengumpulan data sebagian besar terdiri dari kata-kata yang diungkapkan oleh partisipan, yang nantinya akan dijelaskan dan dilakukan analisis terhadap kata tersebut serta penelitian dilakukan secara subjektif. Adapun jenis penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif. Menurut Winartha (2006) metode ini dilakukan dengan menganalisis, menggambarkan, meringkas berbagai situasi dan kondisi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti di lapangan. Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana komunikasi verbal dan non verbal *sales*

promotion girl produk rokok ketika berinteraksi dengan calon konsumen. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya-jawab secara tatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Sutopo, 2006). Sedangkan Poerwandari (2013) menyatakan bahwa peneliti sangat berperan dalam seluruh proses penelitian, mulai dari memilih topik, mendeteksi topik tersebut, mengumpulkan data, hingga analisis, menginterpretasikan dan menyimpulkan hasil penelitian. Adapun responden dari dalam penelitian ini sebanyak 3 orang yaitu 1 orang *sales promotion girl* dan 2 orang konsumen.

2. Observasi

Hadi (dalam Sugiyono, 2014) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses pemusatan perhatian yang kompleks terhadap objek dengan memanfaatkan saluran alat

indera. Sugiyono (2014) juga menerangkan bahwa teknik ini digunakan apabila penelitian yang dilakukan berhubungan dengan perilaku, proses kerja, gejala alam, dan objek berukuran yang masih wajar untuk diobservasi (tidak terlalu besar atau terlalu kecil). Pada saat melakukan observasi, peneliti harus secara langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku responden yang akan diteliti (Creswell, 2014). Terdapat dua jenis observasi, pertama adalah observasi partisipan yaitu peneliti terlibat langsung atau berbaur dalam proses pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi. Kedua adalah observasi non-partisipan yaitu dimana peneliti tidak terlibat langsung atau berbaur dalam proses pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi. Pada penelitian peneliti menggunakan observasi non-partisipan, dimana peneliti tidak terlibat langsung, tetapi tetap mengamatinya dari jarak yang cukup untuk bisa melihat sasaran observasi dan mendengarkannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Subjek Penelitian

Tabel 1 Profil subjek penelitian

| | Informan 1 | Informan 2 | Informan 3 |
|---------------------------|-----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Nama Inisial | G | L | P |
| Usia | 24 Tahun | 22 Tahun | 26 Tahun |
| Jenis Kelamin | Perempuan | Laki-Laki | Laki-Laki |
| Pekerjaan | <i>Sales promotion girl</i> (SPG) | Mahasiswa | Karyawan Swasta |
| Masa Kerja/Lama | 2 Tahun | 4 Tahun | 8 Tahun |
| Mengkonsumsi Rokok | | | |

Hasil Observasi

Komunikasi Verbal

Tabel 2 Hasil observasi komunikasi verbal

| No | Indikator | Hasil Observasi |
|----|-------------------|-------------------------------|
| 1 | Vocabulary | Luwes saat menjelaskan produk |
| 2 | Kecepatan | Tidak terburu-buru |
| 3 | Intonasi Suara | Cukup datar |
| 4 | Singkat dan Jelas | Singkat dan jelas |
| 5 | Timing | Tidak tepat |

Komunikasi Non Verbal

Tabel 3 Hasil observasi komunikasi non verbal

| No | Aspek | Indikator | Hasil Observasi |
|----|----------------|------------------|--|
| 1 | Kinesik | Ekspresi wajah | Tersenyum, manyun |
| | | Gestur tubuh | Tangan luwes saat menjelaskan |
| | | Postur tubuh | Sedikit membungkukkan tubuh ke arah calon konsumen |
| 2 | Paralinguistik | Nada | Cukup datar |
| | | Volume | Cenderung keras |
| 3 | Proksemik | Pengaturan Jarak | Tidak ideal, ±150cm |
| 4 | Artifaktual | Penampilan | Rapi, berdandan |

Hasil Wawancara

Tabel 4 Hasil wawancara

| Topik | Informan 1 | Informan 2 | Informan 3 |
|--------------------------------------|---|--|--|
| Kemampuan promotion melakukan verbal | sales girl komunikasi verbal sudah berpengalaman merasakannya | Tidak memiliki kendala, sudah dan terbiasa menjelaskan produk meyakinkan | Sales promotion girlPenjelasan sales promotion girl tentang produk cukup jelas. Tidak terlalu berbelit-belit. Namun cukup memaksa untuk dengan agar produknya mau dibeli |

Zuhrati Desiana, M. Fiqri Rifatah, & Dedi Sahputra, Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok

| | | | | | | |
|----------------|--------------------------|---------------|-------------------|----------------------|----------------------|-------------------------------|
| | | | | | Ekspresi | |
| | | | | | sales | wajah promotion girl terlihat |
| | | | | | Sales promotion girl | berharap |
| Kemampuan | Tidak memiliki kendala, | berpenampilan | cukup | | | |
| promotion | sales sudah | menarik dan | ekspresi | agar | produknya | |
| melakukan | girl berpengalaman | dan wajahnya | cukup | dibeli. Saat | | |
| non verbal | komunikasi merasa | terbiasa | menyakinkan | saat | informan | |
| | melakukannya | menawarkan | produk | memberi | respon | dengan |
| | | | | | menanyakan | lebih |
| | | | | | banyak | |
| | | | | | tentang | |
| | | | | | produk, sales | |
| | | | | | promotion girl | |
| | | | | | terlihat | bersemangat |
| | | | | | untuk membujuk | agar |
| | | | | | informan | |
| | | | | | membeli | |
| | | | | | produknya | |
| | | | | | Terlihat terlalu | |
| Kesulitan | Adanya penolakan sejak | Tidak | | | memaksa | dan |
| promotion girl | sales awal sebelum | ada. | Terlihat | berharap | agar | |
| berkomunikasi | dalam menjelaskan produk | cukup | berharap | produknya | dibeli, | |
| | | berpengalaman | menjadi | membuat | informan | |
| | | girl | sales promotion | jadi | | |
| | | | | ingin | menggodanya | |
| | | | | | | |
| Keputusan | membeli | | Tidak | membeli | | |
| rokok | - | | sedang | tidak | karena | belum |
| | | | membutuhkan | rokok | membutuhkan | rokok dan |
| | | | (persediaan rokok | bukan merk yang sama | dengan yang biasa | digunakan |
| | | | masih | | | |
| | | | ada) | | | |

Pembahasan

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan di salah satu cafe yang terletak di Kecamatan cukup terpencil di Kabupaten D, dimana penerapan PPKM belum terlalu ketat sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data langsung di lapangan. Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana gambaran komunikasi verbal dan non verbal *sales promotion girl* rokok dalam memasarkan produknya dan menarik minat beli konsumen. Subjek dalam penelitian ini yaitu *sales promotion girl* rokok GG Move yang berjumlah 1 orang serta calon konsumen yang berjumlah 2 orang.

Adapun saat di lapangan, peneliti melakukan observasi terlebih dahulu terhadap *sales promotion girl* rokok terkait komunikasi verbal dan non verbalnya pada saat mereka menawarkan produk kepada para pengunjung cafe. Jenis observasi yang peneliti lakukan adalah observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat secara langsung saat proses pemasaran produk rokok GG

Move terhadap calon konsumen. Peneliti hanya mengamati dari meja yang berjarak kurang lebih sekitar 2 meter dari meja calon konsumen.

Dari observasi yang dilakukan, diperoleh hasil pada komunikasi verbal secara keseluruhan *sales promotion girl* tersebut dapat dikatakan sudah menerapkan aspek komunikasi verbal dengan baik. Pada aspek *vocabulary*, *sales promotion girl* terlihat cukup luwes dalam menjelaskan produk. Bahasa yang digunakan tidak bertele-tele dan pemilihan kata yang dipakai oleh *sales promotion girl* cukup lugas. Pada aspek kecepatan, *sales promotion girl* tidak terburu-buru dalam mempromosikan produknya. Ia menjelaskan detail produknya dengan tenang. Pada aspek intonasi suara, *sales promotion girl* terdengar cukup datar. Pada saat menjelaskan tentang keunggulan produk rokok yang seharusnya disampaikan dengan intonasi yang dinamis, tapi *sales promotion girl* justru menyampaikan dengan intonasi yang datar. Dengan intonasi suara yang demikian dapat berpotensi tidak memberikan efek apapun terhadap intensi konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Pada aspek selanjutnya terkaitan singkat dan jelasnya pemilihan kata yang digunakan, *sales promotion girl* mampu menerapkan aspek ini dengan baik. Pemilihan kata yang dipakai tidak rancu dan terlihat mudah dipahami oleh calon konsumen. Selain itu juga tidak terdengar pengulangan kata yang terjadi berkali-kali. Namun dari aspek ketepatan waktu (*timing*) konsumen terlihat sedang tidak pada situasi yang luang untuk memberikan atensinya terhadap *sales promotion girl* karena ia sedang mengerjakan sesuatu dengan laptopnya. Oleh karena itu, terlihat calon konsumen tidak memberikan perhatian yang penuh sepanjang *sales promotion girl* menjelaskan produknya dari awal hingga akhir.

Secara non verbal, peneliti menilai berdasarkan indikator dari aspek komunikasi non verbal. Dari aspek kinesik dapat dikatakan baik, terlihat dari indikator ekspresi wajahnya yang mudah melepaskan senyum pada saat berbicara dan menjelaskan produknya. Ia juga sesekali tersenyum ketika calon konsumen memberikan respon ketertarikan terhadap produk yang ia jelaskan. Selain itu terlihat *sales promotion girl* menampilkan ekspresi manyun pada saat calon konsumen memberikan respon yang berbau candaan seperti menggoda, dan merayu. Bahkan *sales promotion girl* juga terlihat memanyunkan bibirnya pada saat calon konsumen memutuskan untuk tidak membeli produk yang ia tawarkan dan dibalas dengan candaan dari calon konsumen tersebut. Masih pada aspek kinesik pada indikator gestur tubuh, terlihat *sales promotion girl* menggunakan gestur tangan yang luwes ketika menjelaskan produknya. Hal ini ditunjukkan dari kaya dan variatifnya penggunaan gestur jari, misalnya seperti mengacungkan jempol dan mengepalkan tangan untuk menegaskan bahwa produk yang ia tawarkan memang berkualitas

jempolan. Pada indikator berikutnya yaitu postural, *sales promotion girl* terlihat membungkukkan tubuhnya ke arah calon konsumen. Hal ini dikarenakan posisi *sales promotion girl* yang kurang ideal dimana calon konsumen duduk di kursi yang jauh lebih rendah dibandingkan *sales promotion girl* yang berada pada posisi berdiri.

Dari aspek paralinguistik, peneliti menilai *sales promotion girl* belum berhasil menarik minat konsumen. Hal ini terlihat dari indikator nada suara yang dikeluarkan oleh *sales promotion girl* cenderung datar sepanjang mempromosikan produknya. Namun dari indikator volume suara yang dikeluarkan oleh *sales promotion girl* cukup keras, sehingga mampu mengimbangi suara kebisingan dari lingkungan sekitar dan calon konsumen dapat mendengar suaranya dengan jelas. Bahkan peneliti yang berada pada jarak 2 meter dari posisi *sales promotion girl* berdiri masih dapat mendengar suara *sales promotion girl* dengan jelas. Jika ditinjau dari aspek proksemik, peneliti menilai bahwa *sales promotion girl* tidak mampu menciptakan jarak komunikasi yang ideal, dimana calon konsumen berada pada posisi duduk di kursi yang cukup rendah sedangkan *sales promotion girl* tetap dalam keadaan berdiri dengan jarak kurang-lebih 150 sentimeter. Padahal bukan tidak mungkin jika *sales promotion girl* berinisiatif untuk memposisikan dirinya sejajar dengan calon konsumen misalnya dengan cara duduk di kursi kosong yang ada di hadapan calon konsumennya.

Tinjauan dari aspek terakhir yaitu aspek artifaktual, terlihat bahwa *sales promotion girl* berpakaian rapi serta berdandan. *sales promotion girl* menggunakan baju berwarna hitam dengan beberapa warna merah sebagai aksesoris yang sesuai dengan warna khas rokok GG Move yang ia tawarkan yaitu didominasi hitam dan merah. Pakaian yang ia gunakan berjenis terusan hingga di atas lutut dan sedikit berlengan. Terlihat pakaian tersebut cukup ketat dipakai oleh *sales promotion girl* yang memiliki tubuh sedikit berisi dengan tinggi badan sekitar 165 sentimeter. Kosmetik yang digunakan *sales promotion girl* tidak terlalu mencolok, terlihat natural namun tetap menarik. Rambutnya sepanjang bahu terurai tanpa diikat dengan warna coklat tua.

Setelah melakukan observasi terhadap kegiatan promosi yang dilakukan *sales promotion girl* kepada calon konsumen, peneliti juga mewawancarai *sales promotion girl* rokok tersebut dan 2 orang calon konsumen. Adapun wawancara yang dilakukan peneliti dengan *sales promotion girl* terkait dengan bagaimana dinamika maupun strategi komunikasi *sales promotion girl* dalam upaya menarik minat pembeli, serta kendala yang ia alami. Dari hasil wawancara tersebut, *sales promotion girl* mengaku tidak mengalami kesulitan teknis yang berarti dalam mempresentasikan dan mempromosikan produknya karena memang sudah terlatih serta memiliki bekal dan pengalaman dalam hal mempromosikan produk. Tetapi justru kesulitannya terletak pada hal yang non teknis, seperti sering mendapat kesan penolakan dari konsumen dari awal sebelum mereka sempat menjelaskan produk lebih lanjut.

Adapun secara garis besar hasil wawancara dengan calon konsumen yaitu menunjukkan bahwa calon konsumen memang sejak awal tidak tertarik dengan produk yang ditawarkan para *sales promotion girl* rokok. Meskipun para konsumen adalah perokok, tetapi mereka menganggap tidak harus membeli rokok dari para *sales promotion girl*, kecuali memang dalam keadaan mereka membutuhkannya pada saat itu (kehabisan rokok). Selain itu, konsumen juga menambahkan bahwa pada akhirnya mereka memutuskan tidak membeli rokok dari *sales promotion girl* bukan karena ketidakmampuan *sales promotion girl* menjelaskan produknya dengan baik, melainkan hanya karena tidak merasa harus membeli rokok pada saat itu.

SIMPULAN

Dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara umum *sales promotion girl* telah melakukan komunikasi verbal dengan baik pada saat

memasarkan produk rokok dan menarik minat calon konsumen. Sedangkan komunikasi non verbal yang dilakukan oleh sales promotion girl belum sepenuhnya baik karena masih ada beberapa aspek yang kurang maksimal yaitu paralinguistik dan proksemik. Meskipun demikian, sales promotion girl merasa bahwa dirinya tidak memiliki kendala dalam melakukan komunikasi terhadap calon konsumen yang ia hadapi. Sedangkan dari sisi konsumen diperoleh kesimpulan bahwa keputusan mereka untuk membeli rokok tidak didasarkan oleh kemampuan sales promotion girl dalam mempromosikan produk namun karena merasa bahwa belum ada kebutuhan untuk membeli rokok pada saat sales promotion girl menawarkan produknya tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar S., Idris., Pratama. I., Anis, A. (2020). Exploring the Link between Income Inequality, Poverty Reduction and Economic Growth: An ASEAN Perspective. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol, 11(2)*, 24-41.
- Amelia, R. Lubis, M.R. & Hardjo, S. (2019). Hubungan Harga Diri Dan Optimisme Dengan Hubungan Gaya Kepemimpinan Dan Moril Kerja Dengan Disiplin Kerja Pada Pegawai/Aparatur Pemerintahan Skpd Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan 1(1) 2019: 69-77,
- Hasibuan, S.M. Lubis, M.R. & Hardjo, S. (2019). Hubungan Gaya Kepemimpinan dan Lingkungan Kerja Dengan Motivasi Kerja Anggota Satuan Brigade Mobile Kepolisian Daerah Sumatera Utara, *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi 1(1) 2019: 78-86,*
- Atrizka, D., & Pratama, I. (2022). The Influence of Organizational Leadership and Coaches on Indonesian Athletes' Adversity Quotient (Intelligence). *Revista de Psicología del Deporte (Journal of Sport Psychology), 31(1)*, 88-97.
- Atrizka, D., Lubis, H., Simanjuntak, C. W., & Pratama, I. (2020). Ensuring Better Affective Commitment and Organizational Citizenship Behavior through Talent Management and Psychological Contract Fulfillment: An Empirical Study of Indonesia Pharmaceutical Sector. *Systematic Reviews in Pharmacy, 11(1)*, 545-553.
- Atrizka, D., Pratama, I., Pratama, K., & Suharyanto, A. (2022). Edukasi Masyarakat Lingkungan VIII Titi Kuning Dalam Mendampingi Anak Belajar Daring. *Pelita Masyarakat, 3(2)*, 118-124.
- Barus, D.A. Lubis, M.R & Hardjo, S. (2019). Mobile Kepolisian Daerah Sumatra Utara (Kajian Indigeneous). *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 1(1) 2019: 10-22,*
- Bintang, S.S. Sulistyarningsih, W. & Hardjo, S. (2019). Hubungan Kecerdasan Adversitas dan Self Efficacy Dengan Motivasi Belajar Pada Siswa Sma Negeri 6 Banda Aceh, *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi 1(1) 2019: 87-95,*
- Candrasa, L., Cen, C. C., Cahyadi, W., Cahyadi, L., Pratama, I., (2020). Green Supply Chain, Green Communication and Firm Performance: Empirical Evidence from Thailand. *Systematic Reviews in Pharmacy, 11 (12)*, 398-406. doi:10.31838/srp.2020.12.65
- Creswell, J.W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th Ed)*. The United States of America : SAGE Publications Ltd.
- Dalimunthe, L. R. I., Lubis, S. A., & Aziz, A. (2019). Hubungan Kecerdasan Emosional dan Kepercayaan Diri dengan Kemandirian Belajar Siswa di SMP Negeri 9 Tebing Tinggi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 1(2) 2019: 161-169*
- Dalimunthe, N.R., Lubis, S.A., Aziz, A. (2020). Hubungan Motivasi Kerja dan Kecerdasan Emosional dengan Kinerja Pegawai Unit Pelatihan Kesehatan Provinsi Sumatera Utara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 2(1) 2020: 18-25*
- Danilwan, Y., Dirhamsyah., Pratama, I. (2020). The Impact of Consumer Ethnocentrism, Animosity And Product Judgment On The Willingness To Buy. *Polish Journal of Management Studies 2020; 22 (2): 65-81.*
- Danilwan, Y., Isnaini, . D. B. Y. & Pratama, . I. (2020) Psychological Contract Violation: A Bridge between Unethical Behavior and Trust. *Systematic Reviews in Pharmacy, 11 (7)*, 54-60.
- Danilwan, Y.; Isnaini, D. B.; Pratama, I.; Dirhamsyah, D. 2020. Inducing organizational citizenship behavior through green human resource management bundle: drawing implications for environmentally sustainable performance. *A case study, Journal of Security and Sustainability Issues 10(Oct): 39-52.*
- Dewi, R., Lubis. L., Aziz, A. (2020). Hubungan Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Keluarga Dengan Kematangan Karir Pada Mahasiswa Keperawatan Stikes Muhammadiyah Lhokseumawe. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 2(1) 2020: 34-39*

- Enjelita, E., Nefi, D., Azhar, A. (2020). Hubungan Persepsi Siswa terhadap Konselor dan Sarana Prasarana BK dengan Minat Layanan Konseling di SMPN 2 Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 123-137
- Hakimah, Y., Pratama, I., Fitri, H., Ganatri, M., Sulbahrie, R. A. (2019) Impact of Intrinsic Corporate Governance on Financial Performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol*, 7(1), 32-51.
- Hidayat, D. (2012). Komunikasi antar pribadi dan medianya. Yogyakarta: Graha Ilmu Kennedy, J.E. (2009). Manajemen event. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Isnaini, D. B. Y., Nurhaida, T., & Pratama, I. (2020). Moderating Effect of Supply Chain Dynamic Capabilities on the Relationship of Sustainable Supply Chain Management Practices and Organizational Sustainable Performance: A Study on the Restaurant Industry in Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(1), 97-105.
- Izar, J., Nasution, M. M., & Ilahi, P. W. (2020). The Stages, Comparisons and Factors Of First Language Acquisition Of Two-Years-Old Male And Female Child. *Jetli: Journal of English Teaching and Linguistics*, 1(2), 63-73.
- Izar, J., Nasution, M. M., & Ratnasari, M. (2020). Assertive Speech Acts in Mata Najwa Program of Episode Gare-Gare Corona. *Lexeme: Journal of Linguistics and Applied Linguistics*, 2(1), 53-58.
- Izar, J., Nasution, M. M., Afria, R., & Harianto, N. (2021). Expressive Speech Act in Comic Bintang Emon's Speech in Social Media about Social Distancing. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(1), 148-158.
- Izar, S. L., Nasution, M. M., Izar, J., & Ilahi, P. W. (2021). The The Analysis of Cooperation Principles Use On Podcast Of Deddy Corbuzier And Nadiem Makarim "Having College Is Not Important. *JETLi: Journal of English Teaching and Linguistics*, 2(1), 23-30.
- Kamariah. (2019). Pengaruh Pemberitaan Media Massa dan Sikap Komunitas LGBT terhadap Self Esteem LGBT di Kota Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 154-160.
- Kesuma, H.P. Lubis, M.R & Hardjo, S. (2019). Pengaruh Pelatihan Efikasi Diri, Kepemimpinan Transformasional Terhadap Stres Kerja Anggota Satuan Brimob Polda Sumut. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(1) 2019: 23-30,
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2008). Manajemen pemasaran. Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang.
- Kurniati, R. Menanti, A. & Hardjo, S. (2019). Hubungan Antara Pola Asuh Otoriter dan Kematangan Emosi Dengan Perilaku Agresif Pada Siswa Smp Negeri 2 Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(1) 2019: 59-68,
- Kusumawati, T.I. (2016). Komunikasi verbal dan nonverbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2):83-98.
- Lubis, H., Kumar, D., Pratama, I., Muneer, S. (2015). Role of psychological factors in individuals investment decisions. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2015, 5, pp. 397-405.
- Lubis, H., Pratama, K., Pratama, I., Pratami, A. (2019). A Systematic Review of Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol*, 6(9), 415-428.
- Maggasingang, D., Solong, A., Nadhar, M., Pratama, I. (2020). The Factors Affecting the Corporate Cash Holdings in Listed Firms of Indonesia: Does Corporate Governance Matter?. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, Vol* 14(5), 1215-1231.
- Marbun, D. S., Effendi, S., Lubis, H. Z., & Pratama, I. (2020). Role of Education Management to Expediate Supply Chain Management: A Case of Indonesian Higher Educational Institutions. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(1), 89-96.
- Maria, P. (2014). Analisis strategi komunikasi verbal dan nonverbal terhadap konsumen produk pixtem di PT. Finoxorgle Indonesia. [Tesis]. Binus University, Jakarta.
- Mariatun, Munir, A, & Metia, C. (2020). Hubungan Self Efficacy dan Dukungan Keluarga dengan Kecemasan Siswa pada Pelajaran Matematika SMA Negeri 2 Sinabang. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(1) 2020: 1-7
- Muzdalifah, Munir, A, & Nuraini (2020). Pengaruh Bimbingan Kelompok (BKP) dan self-efficacy Terhadap Peningkatan Keterampilan Sosial Siswa Di SMP Negeri 2 Tanjung Tiram. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(1) 2020: 8-17
- Nasution, M. M., Izar, J., & Afifah, I. H. (2021). An Analysis of Hate Speech Against K-Pop Idols and Their Fans on Instagram and Twitter from The Perspective of Pragmatics. *JETLi: Journal of English Teaching and Linguistics*, 2(2), 91-99.
- Nasution, R. A, Akhyar, S., Aziz, A. (2020). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Dukungan Orangtua Dengan Kemandirian Belajar Siswa Di Sma Dharma Pancasila Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(1) 2020: 40-47

Zuhrati Desiana, M. Fiqri Rifatah, & Dedi Sahputra, Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok

- Noviyanti, Y., Rajab, L., Suryani, H. (2020). Hubungan Gaya Kepemimpinan dan Kualitas Kehidupan Kerja Dengan Kepuasan Kerja Pegawai. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 96-104,
- Nugroho, A., Christiananta, B., Wulani, F., Pratama, I. (2020). Exploring the Association Among Just in Time, Total Quality and Supply Chain Management Influence on Firm Performance: Evidence from Indonesia. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(2), 920-928.
- Nu'man, A. H., Nurwandi, L., Bachtiar, I., Aspiranti, T., Pratama, I. (2020). Social Networking, and firm performance: Mediating role of comparative advantage and sustainable supply chain. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(3), 664-673.
- Oktariani. Munir, A., Aziz, A. (2020). Hubungan Self Efficacy Dan Dukungan Sosial Teman Sebaya Dengan Self Regulated Learning Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(1) 2020: 26-33
- Poerwandari, K. (2013). Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia. Depok: Perfecta.
- Pratama, I. (2022). Tata Kelola Perusahaan dan Atribut Perusahaan pada Ketepatan Pelaporan Keuangan: Bukti dari Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 4 (3): 1959-1967
- Pratama, I., Che-Adam, N., Kamardin. N. (2019). Corporate social responsibility disclosure (CSR) quality in Indonesian public listed companies. *Polish Journal of Management Studies*, 20 (1), 359-371.
- Pratama, I., Che-Adam, N., Kamardin. N., (2020). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure Quality in Indonesian Companies. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Vol 13(4), 442-463.
- Pratama, K., Lubis, H., Pratama, I., Samsuddin, S.F., & Pratami, A. (2019). Literature review of corporate social responsibility disclosure. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(5), 1397-1403.
- Pratami, A., Feriyanto, N., Sriyana, J., & Pratama, I. (2022). Are Shariah Banking Financing patterns pro-cyclical? An Evidence from ASEAN Countries. *Cuadernos de Economía*, 45(127), 82-91.
- Purwasih, J. H. G. (2013). Fenomena sales promotion girl (SPG) freelance pada mahasiswa di Kota Surakarta. [Skripsi]. Universitas Sebelas Maret.
- Rahmadani, S., Darmayanti, N., Minauli, I. (2020). Hubungan Antara Secure Attachment Dan Kemandirian Dengan Motivasi Berprestasi Pada Remaja. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(1) 2020: 69-75
- Rahmania. Munir, A. & Budiman, Z. (2019). Hubungan Lokus Kendali Internal Dan Dukungan Sosial Dengan Kesejahteraan Psikologis Pada Penyandang Disabilitas di Aceh Tengah. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(1) 2019: 49-58,
- Rakhmat, J. (2007). Persepsi dalam proses belajar mengajar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ranggayoni, R., Munir, A., Meutia, C. (2020). Hubungan Religiusitas dan Persahabatan Dengan Kebahagiaan pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Gajah Putih Takengon. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(1) 2020: 48-55
- Sabaria, A., Abdul, M., Cut, M. (2020). Hubungan Pola Asuh Demokratis dan Interaksi Teman Sebaya dengan Kecerdasan Emosional Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Bebesen. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 105-115
- Sabila, L., Mariatin, E., & Budiman, Z. (2019). Pengaruh Persepsi Gaji dan Iklim Organisasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan Sekretaris di PT Prudential Life Assurance Prudance Medan *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 170-179.
- Safarina, N.A. Munir, A. & Nur'aini, (2019). Hubungan Harga Diri Dan Optimisme Dengan Kesejahteraan Subjektif Pada Mahasiswa Magister Psikologi Universitas Medan Area. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(1) 2019:39-48,
- Safrina. U.F., & Masykur, A.M. (2018). Bekerja dalam stigma: Studi fenomenologis tentang pengalaman bekerja pada sales promotion girl. *Jurnal Empati*, 7(2): 196-206.
- Sahputra, D. (2020). Social media and civil society in the governor's election of north sumatera 2018. *JurnalISKI*. 5(1): 10-17.
- Saragih et al., (2020). *Polish Journal of Management Studies* 2020; 21 (2): 384-397
- Saragih, J., Pratama, I., Wardati, J., Silalahi, E. F., & Tarigan, A. (2020). Can Organizational Justice Dimensions Mediate Between Leader Mindfulness and Leader-Member Exchange Quality: An Empirical Study in Indonesia Pharmaceutical Firms. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(2), 545-554.
- Saragih, J., Tarigan, A., Pratama, I., Wardati, J., Silalahi, E. F. (2020). The Impact of Total Quality Management, Supply Chain Management Practices and Operations Capability on Firm Performance. *Polish Journal of Management Studies*, 21 (2), 384-397.

- Saragih, J., Tarigan, A., Silalahi, E. F., Wardati, J., Pratama, I. (2020). Supply chain operational capability and supply chain operational performance: Does the supply chain management and supply chain integration matters. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol, 9(4), 1222-1229.*
- Saragih, S. A., Menanti, A., Budiman, Z. (2020). Hubungan antara Self-Efficacy dan Dukungan Sosial dengan Coping Stress pada Petani Hortikultura dalam Mengelola Usaha Tani di Saribudolak. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 2(1) 2020: 56-62*
- Sari, S., Murad, A., Azis, A. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Motivasi Belajar Dengan Kedisiplinan Siswa SMA As-Syafi'iyah Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 2(1) 2020: 63-68*
- Sary, M. F. T., & Damayanti, N. (2019). Hubungan Kecerdasan Emosi dan Pola Asuh Demokratis dengan Strategi Coping Adaptif pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 1(2) 2019: 191-197,*
- Sibuea, M. B.; Sibuea, S. R.; Pratami, A.; Pratama, I.; Nasution, R. 2020. Is business friendliness enhancing energy consumption in the ASEAN region?, *Journal of Security and Sustainability Issues 9(M): 409-419.*
- Silitonga, K. A. A., Ahmad, . F., Simanjuntak, . C. W. & Atrizka, . D. (2020) Exploring the nexus between the HR practices and work engagement: The mediating role of Job Demand. *Systematic Reviews in Pharmacy, 11 (7), 342-351. doi:10.31838/srp.2020.7.53*
- Simanjuntak, C.W. Lubis, M.R & Hardjo, S. (2019). Model Pengembangan Pelatihan Efikasi Diri, Kepemimpinan Transformasional Terhadap Motivasi Kerja Anggota Satuan Brimob Polda Medan Sumatera Utara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 1(1) 2019: 1-9,*
- Simatupang, M. Lubis, M.R & Hardjo, S. (2019). Gambaran Keharmonisan Commuter Family Pada Anggota Brigade Mobile Kepolisian Daerah Sumatera Utara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 1(1) 2019: 31-38,*
- Situmorang, M. F., Lubis, S. A., & Aziz, A. (2019). Hubungan antara Disiplin dan Motivasi Belajar dengan Kemandirian Belajar Siswa di SMA Negeri 1 Binjai. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi, 1(2) 2019: 180-190.*
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan r&d.* Bandung: Alfa Beta.
- Sujianto., Yuliani, F., Syofian., Saputra, T, Pratama, I. (2020). The Impact of The Organizational Innovativeness On The Performance Of Indonesian Smes. *Polish Journal of Management Studies 2020; 22 (1): 513-530.*
- Supit, E.O.J. (2016). Kajian strategi komunikasi pemasaran rumah panggung di woloan. *E-Journal "Acta Diurna", 5(5).*
- Susilawati, E., Khaira, I., & Pratama, I. (2021). Antecedents to Student Loyalty in Indonesian Higher Education Institutions: The Mediating Role of Technology Innovation. *Educational Sciences: Theory & Practice, 21(3), 40-56.*
- Sutopo, H.B. (2006). *Metodologi penelitian kualitatif: Dasar teori dan terapannya dalam penelitian.* Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Tambunan, R. W., Muchtar, M., Agustian, P., Salim, A., Aisyah, L., Marpaung, B. A., & Nasution, M. M. (2018). Critical discourse: Applying Norman Fairclough theory in recep Tayyip Erdoğan's balcony speech. *Proceedings of ISELT FBS Universitas Negeri Padang, 6, 174-183.*
- Tarigan, R. S. (2016). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Elearning.* uma. ac. id.
- Tarigan, R. S. (2017). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Academic Online Campus (AOC).*
- Tarigan, R. S. (2018). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Informasi Program Studi (SIPRODI).*
- Tarigan, R. S., Azhar, S., & Wibowo, H. T. (2021). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Aplikasi Registrasi Asrama Kampus.*
- Tarigan, R. S., Wasmawi, I., & Wibowo, H. T. (2020). *Manual Procedure Petunjuk Penggunaan Sistem Tanda Tangan Gaji Online (SITAGO).*
- Utami, C. W., Indrianto, A. T. L., Pratama, I. (2019). Agricultural Technology Adoption in Indonesia: The Role of the Agriculture Extension Service, the Rural Financing and the Institutional Context of the Lender. *International Journal of Innovation, Creativity and Change Vol, 7(7), 258-276.*
- Utami, C. W., Sumaji, Y. M. P., Susanto, H., Septina, F., & Pratama, I. (2019). Effect of Supply Chain Management Practices on Financial and Economic Sustainable Performance of Indonesian SMEs. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol, 8(1), 523-535.*
- Utami, Sumaji, Susanto, Septina & Pratama, 2019 Utami, Sumaji, Susanto, Septina & Pratama
- Vardhani, N.K., & Tyas, A.S.P. (2018). Strategi komunikasi dalam interaksi dengan mahasiswa pertukaran asing. *Jurnal Gama Societa, 2(1): 9-16.*

Zuhrati Desiana, M. Fiqri Rifatah, & Dedi Sahputra, Komunikasi Verbal dan Non-Verbal Sales Promotion Girl dalam Proses Pemasaran Produk Rokok

- Wardhani, I. I. Pratami, A., & Pratama, I., (2021). E-Procurement sebagai Upaya Pencegahan Fraud terhadap Pengadaan Barang dan Jasa di Unit Layanan Pengadaan Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*. 7 (2): 126-139
- West, R., & Turner, L.H. (2011). *Understanding interpersonal communication (2nd Ed)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Winartha, I. M. (2006). *Metodologi penelitian sosial ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wood, J.T. (2013). *Komunikasi interpersonal dalam interaksi keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- World Health Organization. (2020). *Menaikkan Cukai dan Harga Produk Tembakau untuk Indonesia Sehat dan Sejahtera*. Jakarta: CC BY-NC-SA 3.0 IGO.
- Yuris, E., Nefi, D., Irna, M. (2020). Hubungan Peran Ayah dan Dukungan Sosial Teman Sebaya dengan Determinasi Diri Pada Remaja Pecandu Narkoba di Klinik Pemulihan Adiksi Medan Plus. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 138-153
- Zahara, C.I., Lahmuddin, L., Azhar, A. (2020). Hubungan Persepsi Siswa terhadap Konselor dan Sarana Prasarana BK dengan Minat Layanan Konseling di SMPN 2 Dewantara Kabupaten Aceh Utara. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 1(2) 2019: 116-122