

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

Komunikasi Antar Pribadi Dalam Mempertahankan Kepuasan Pelanggan

Nurhawati Simamora¹, Setiamenda Ginting², Rachel Mia L. Lumbantoruan³, Sinilia Bohalima⁴, Desti Murni Telaumbanua⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

* corresponding author

Artikel Informasi

Received : 12 Mei 2023
 Revised : 20 Mei 2023
 Available Online : 31 Mei 2023

Keyword

Communication, Interpersonal Communication, Customer Satisfaction, Service

Korespondensi

Phone :
 Email : watimora@yahoo.com

Abstract

Communication is a basic human activity, by communicating humans can relate to each other in everyday life wherever humans are. Interpersonal communication is communication between people face-to-face, which allows each participant to capture other people's reactions directly, both verbally and non-verbally. Interpersonal communication, as communication between the communicant and the communicant, is considered the most effective type of communication in an effort to change attitudes, opinions or behavior. This research discusses interpersonal communication to increase customer satisfaction with services. This research aims to find out how interpersonal communication works to determine the level of customer satisfaction, using a humanitarian approach, namely openness, empathy, supportiveness, positivity and equality. This research design is descriptive research with a qualitative approach.

PENDAHULUAN

Menurut Gerald R. Miller (Mulyana, 2000 : 68-69), komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Sedangkan menurut Carl I. Hovland komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang- lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).

Komunikasi juga merupakan hal yang sangat vital dalam keberlangsungan

dan keberhasilan sebuah interaksi, baik dalam lingkungan formal, semisal organisasi atau lembaga pendidikan maupun pada tataran interaksi pada organisasi yang bersifat umum. Pada saat berkomunikasi, biasanya orang ingin menciptakan suatu dampak tertentu, menciptakan kesan tertentu, atau menimbulkan reaksi-reaksi perasaan tertentu dalam diri seorang komunikan. Kadangkala yang dilakukan oleh komunikator sesuai dengan yang diharapkan atau berhasil, namun adakalanya gagal. Artinya komunikasi yang berjalan ataupun pesan yang disampaikan tidak mengenai sasaran/

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

komunikator dikarenakan adanya gangguan komunikasi/ noise dalam proses komunikasi tersebut, sehingga setiap individu diperlukan memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang baik.

Para ahli mendefinisikan kompetensi komunikasi interpersonal sebagai kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dan sewajarnya. Efektivitas meliputi pencapaian terhadap tujuan dalam berkomunikasi. Pada situasi yang berbeda tujuan anda berkomunikasi mungkin untuk berbagai gagasan, untuk melindungi teman, untuk menegaskan posisi, atau untuk meminta oranglain merubah perilakunya. Semakin efektif anda berkomunikasi semakin besar kemungkinan anda untuk terampil dalam mencapai tujuan (Wood, terj., Rio Dwi Setiawan, 2013: 35).

Globalisasi yang terjadi saat ini juga menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dan profesionalisme sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat mendorong perusahaan untuk menghasilkan sebuah produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas atas apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya dengan memberikan kesan atau citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan. Kesan atau citra yang baik tersebut terbentuk dari kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan performa serta jaminan kualitas dari perusahaan masing-masing.

Meningkatnya kemampuan karyawan akan membawa nilai positif kepada pelanggan ataupun konsumen dalam berinteraksi. Semakin baik interaksi yang dilakukan, tentu akan membuat kepuasan pelanggan meningkat. Sementara itu, kepuasan pelanggan sendiri merupakan salah satu konsep baru dalam dunia pemasaran, karena dalam perkembangannya teori ini mencoba untuk memaparkan bagaimana tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan setelah menikmati barang/ jasa yang telah dibelinya. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Sudah selangkahnya konsumen saat ini dijadikan sebagai subjek dalam perusahaan, bukan sebagai obyek dari produsen. Ketika pelayanan yang dilakukan oleh karyawan bagus, dengan sendirinya konsumen akan menjadi alat promosi yang murah karena penyebarannya dilakukan secara mulut ke mulut (*world of mouth*).

Menurut De Vito (1997 : 285-291) menyatakan agar komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal, ialah:

1. Keterbukaan (*openness*), adalah keinginan untuk membuka diri dalam rangka berinteraksi dengan orang lain. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal, yaitu komunikator harus terbuka pada komunikan dan demikian pula sebaliknya, kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang,

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

- serta mengakui perasaan, pikiran serta mempertanggung jawabkannya.
2. Empati (*emphaty*), adalah kemampuan untuk merasakan hal-hal yang dirasakan oleh orang lain. Hal ini termasuk salah satu cara untuk melakukan pemahaman terhadap oranglain. Empati dapat dikomunikasikan secara verbal maupun non-verbal.
 3. Sikap mendukung (*Supportiveness*), meliputi tiga hal yaitu *descriptiveness* yang dipahami sebagai lingkungan yang tidak dievaluasi sehingga individu bebas dalam mengucapkan perasaanya, tidak defensif sehingga orang tidak malu dalam mengungkapkan perasaanya dan orang tidak akan merasa bahwa dirinya dijadikan bahan kritikan terus menerus; spontan dipahami sebagai kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara spontan dan mempunyai pandangan yang berorientasi kedepan yang mempunyai sikap terbuka dalam menyampaikan pemikirannya; *provisionalism* dipahami sebagai kemampuan untuk berfikir secara terbuka (*open minded*).
 4. Sikap Positif (*Positiveness*), dalam berkomunikasi interpersonal berate bahwa kemampuan seseorang dalam memandang dirinya secara positif dan menghargai orang lain. Sikap positif tidak dapat lepas dari upaya mendorong, menghargai keberadaan serta pentingnya pihak lain.
 5. Kesetaraan (*equality*), komunikasi interpersonal akan efektif apabila suasananya setara. Dimana ada pengakuan dari kedua belah pihak bahwa mereka sama-sama berharga dan ada sesuatu yang akan disumbangkan. Kesamaan dalam suatu komunikasi akan menjadikan suasana komunikasi yang akrab dan nyaman, sebab dengan tercapainya kesamaan maka kedua belah pihak baik komunikan maupun komunikator. Kesetaraan tidak berarti menerima semua perilaku verbal dan non-verbal pihak lain melainkan memberikan penghargaan positif tak bersyarat.

METODE PENELITIAN

Metode meliputi cara pandang dan prinsip berfikir mengenai masalah yang diteliti, pendekatan yang digunakan, dan prosedur ilmiah yang ditempuh dalam mengumpulkan dan menganalisis data, serta untuk menarik kesimpulan (Pawito, 2008: 83).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, karena sesuai dengan latar belakang masalah, rumusan masalah serta tujuan penelitian yang memerlukan penggalan secara mendalam data-data yang diperoleh dengan mereduksi variabel-variabel tertentu yang nantinya dapat dijelaskan secara komprehensif.

Definisi penelitian deskriptif ialah, penelitian yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu baik berupa keadaan, permasalahan, sikap, kondisi, prosedur, atau

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

system secara faktual dan cermat. (Soewadji, 2003 : 25).

Data penelitian diperoleh melalui wawancara yang dilakukan kepada informan penelitian, observasi serta dokumentasi dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa sebagai brand cinderamata alternatif melalui garda depan telah melakukan komunikasi antarpribadi dengan dengan konsumen, sehingga dapat mempertahankan kepuasan pelanggan yang sebelumnya telah tercipta, yaitu dengan terpenuhinya aspek dimensi kepuasan pelanggan oleh konsumen yang meliputi keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan yang telah dijelaskan dalam analisis.

Adanya keterbukaan dalam berkomunikasi antara garda depan dengan konsumen, yaitu garda depan mampu membuka atau memberikan informasi mengenai kualitas barang yang di jual dan juga mampu menjelaskan dengan jujur mengenai perbedaan kualitas bahan, jenis sablon, makna desain, dan lain sebagainya. Dengan begitu komunikasi yang terjalin jauh lebih komunikatif, dan konsumen pun lebih terbuka, karena terjadi diantara individu dengan individu, bukan individu dengan perusahaan.

Garda depan berusaha untuk selalu menempatkan diri mereka sebagai konsumen, sehingga apa yang terjadi dengan konsumen dapat dirasakan juga oleh garda depan. Dalam berkomunikasi, garda depan mencoba untuk memahami

apa yang diinginkan oleh konsumen, dengan tidak mendahului pendapat dari konsumen terlebih dahulu, sehingga yang terjadi interaksi yang humanis diantara konsumen dengan garda depan.

Sikap mendukung yang ditunjukkan garda depan ialah selalu mendukung dengan apa yang diinginkan konsumen, jikapun ada hal lain yang tidak seharusnya dipilih oleh konsumen, garda depan memberikan saran yang lebih baik. Namun jika konsumen tidak menerima masukan serta kritikan dari garda depan, tentu saja garda depan mendukung dengan pilihan yang diinginkan oleh konsumen.

Adanya sikap positif dalam diri garda depan dalam pelayanan, sehingga, dengan kondisi gerai yang berbagai macam, garda depan mampu untuk menguasainya. Misal terjadi komplain atau sikap tidak menyenangkan dari konsumen, yang dilakukan garda depan tetap harus bersikap positif, karena dengan sikap positif tersebut diharapkan akan merefleksikan perasaan positif ke orang lain.

Memunculkan kondisi yang setara dalam komunikasi yang terjadi, garda depan berusaha membuat situasi kondisi yang nyaman antara garda depan dengan konsumen. karena komunikasi antarpribadi akan efektif bila suasananya setara. Artinya harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Adanya kesetaraan akan membuat konsumen lebih terbuka jika meminta tolong, ataupun meminta saran mengenai prosuk yang dipilih.

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya keterbukaan dalam berkomunikasi antara garda depan dengan konsumen, yaitu garda depan mampu membuka atau memberikan informasi mengenai kualitas barang yang di jual dan juga mampu menjelaskan dengan jujur mengenai perbedaan kualitas bahan, jenis sablon, makna desain, dan lain sebagainya. Dengan begitu komunikasi yang terjalin jauh lebih komunikatif, dan konsumen pun lebih terbuka, karena terjadi diantara individu dengan individu, bukan individu dengan perusahaan.
2. Adanya sikap positif dalam diri garda depan dalam pelayanan, sehingga, dengan kondisi gerai yang berbagai macam, garda depan mampu untuk menguasainya. Misal terjadi komplain atau sikat tidak menyenangkan dari konsumen, yang dilakukan garda depan tetap harus bersikap positif, karena dengan sikap positif tersebut diharapkan akan merefleksikan perasaan positif ke orang lain.
3. Adanya kesetaraan akan membuat konsumen lebih terbuka jika meminta tolong, ataupun meminta saran mengenai prosuk yang dipilih.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithmalm, Valerie dan A. Parasuraman .1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy. 2011.

- Pemasaran Jasa. Jawa Timur: Bayumedia Publishing
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana.
- DeVito. Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia (Agus Maulana. Terjemahan)*. Tangerang: Karisma Publishing.
- Ginting, S., & Gari, H. (2020). Pengaruh Talkshow Mata Najwa Terhadap Peningkatan Wawasan Kebangsaan Dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Tahun 2020. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 2(1), 176-181.
- Ginting, S., & Manao, E. H. (2020). Hubungan Persepsi Dengan Minat Menonton Program Talkshow Kick Andy Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial USM-Indonesia: Studi Korelasional Tentang Hubungan Persepsi dengan Minat Menonton Talkshow Kick Andy di Metro TV Pada Mahasiswa FEIS USM-Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 2(2), 255-261.
- Ginting, S. (2021). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1), 419-427.
- Ginting, S. (2021). Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Mitra Sejati Rezeki. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(2), 397-403.
- Ginting, S., & Harefa, M. (2022). Strategi Komunikasi Bidang Metrologi Terhadap Peningkatkan Pelayanan Tera Dan Tera Ulang Di SPBU Kota

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

- Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 4(1), 462-470.
- Harefa, H. S. A., Sari, S. N., & Hia, N. (2021). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Tingkat Pengetahuan Tentang Hoax Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(2), 123-138.
- Hia, N., & Gulo, T. J. (2021). Pengaruh Pembelajaran Daring Terhadap Minat Belajar Siswa/i Kelas VIII SMP Negeri 1 Telukdalam. *Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 110-116.
- Hia, N., & Laia, M. N. I. (2022). Dampak Komunikasi Virtual Dalam Proses Pembelajaran Di SMA Negeri 1 Lahusa Kelas XI. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 4(1), 172-178.
- Hia, N., Sarah, E. M., & Napitupulu, E. E. (2022). Pelatihan Komunikasi Interpersonal Dalam Keluarga Di Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 3(2), 130-134.
- Hia, N., Napitupulu, E. E., & Daeli, M. M. (2022). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Dalam Podcast Medan Orbit Melalui Tema Podcast 100 Hari Kinerja Walikota Medan. *Jurnal Visi Komunikasi/Volume*, 21(02), 231-238.
- Hia, N., Sarah, E. M., & Naibaho, M. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Orang Tua terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Anak di SMA Katolik Mariana Medan. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 6(2), 270-275.
- Hia, N., Sarah, E. M., & Marpaung, R. (2023). Sosialisasi Undang–Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Muda Mudi HKBP Rogate Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(2), 21-25.
- Hia, N., Sarah, E. M., & Marpaung, R. (2023). Sosialisasi Undang–Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Dalam Pemanfaatan Media Sosial di Kalangan Muda Mudi HKBP Rogate Medan. *Jurnal Abdimas Mutiara*, 4(2), 21-25.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Prakis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- 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. (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. (2015). *Komunikasi Simbolik Ulos Pada Pernikahan Adat Batak Toba (Studi Interaksionisme Simbolik Ulos Pada Pernikahan Adat Batak Toba Di Sumatera Utara)* (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Napitupulu, E. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

- Kemasanterhadap Minat Beli Produk Mabuschetta. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 425-432.
- Napitupulu, E. E. (2022). Pengaruh Aplikasi My Telkomsel Terhadap Pemenuhan Internet Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 4(1), 477-480.
- 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.
- Mulyana, Deddy. 2000. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya offset.
- 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.
- Pawito, 2008. Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: Lkis.
- Prastowo, Andi. 2016. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Sleman: Ar-Ruzz Media.
- Raco, J.R. 2010. Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik dan keunggulannya. Jakarta: PT Grasindo.
- Sari, S. N., Sos, S., Hia, N., & Kom, S. (2021). Gaya Komunikasi Pustakawan Pada Pengguna Pada Taman Bacaan Masyarakat Literasi Sosial. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(1), 191-201.
- Sihombing, M. U. S., & Famaugu, N. (2020). Minat Jurnalis Lembaga Penyiaran Publik Tvri Sumatera Utara Dalam Meliput Berita Aktual Sumut Dalam Berita. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 2(1), 182-187.
- Sihombing, M. U. S., & Halawa, M. R. (2021). Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Komunikasi (Studi Deskriptif Tentang Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Komunikasi Guru Di Smp Markus Medan). *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 261-270.
- Sihombing, M. U. S., & Halawa, M. R. (2021). Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Komunikasi (Studi Deskriptif Tentang Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Komunikasi Guru Di Smp Markus Medan). *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 261-270.
- Sihombing, M. (2021). Penggunaan Aplikasi Zoom Meeting Dan Google Meet Dalam Proses Belajar Mengajar Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 404-410.
- Sihombing, M. U. S., & Telaumbanua, D. (2022). Pengaruh Komunikasi Virtual Terhadap Minat Belajar Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 4(1), 70-77.
- Simamora, N., & Bago, H. (2020). Persepsi Pembaca Terhadap Surat Kabar Jurnal Asia Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 2(1), 188-194.
- Simamora, N., & Zebua, A. (2020). Peranan Lembaga Penyiaran Publik Tvri Sumatera Utara Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Lokal Pada Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia Kota Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan*

Jurnal Teknologi, Kesehatan Dan Ilmu Sosial

- Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 2(2), 262-267.
- Simamora, N., & Saragih, F. V. J. (2021). Analisa Proses Produksi Program Siaran Berita Di Lpp (Lembaga Penyiaran Publik) Rri (Radio Republik Indonesia) Medan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengar. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 271-279.
- Simamora, N. (2021). Strategi Komunikasi Dalam Mempromosikan Yayasan Mitra Sauri Utama Medan. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(1), 448-453.
- Simamora, N. (2021). Pengaruh Tayangan Iklan Program Adsense Pada Channel Youtube Deddy Corbuzier Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi Kesehatan Dan Ilmu Sosial (Tekesnos)*, 3(2), 411-417.
- Sugiyono. 2009. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung. Alfabeta.
- Supraktiknya, A. 1995. Tinjauan Psikologis: Komunikasi Antar Pribadi. Sleman: Kanisius.
- Toruan, R. M. L. L., Asmara, S., & Zulkarnain, I. (2022). Effectiveness of Ruangguru Application as Communication Medium in Online Tutoring among HighSchool Students in Medan. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 899-908.
- 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.
- Wood, Julia T. (ed). 2013. Komunikasi Interpersonal: Interaksi Keseharian (Rio Dwi Setiawan. Terjemahan). Jakarta: Salemba Humanika.
- Zulham. 2013. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana.