PENGGUNAAN BAHASA NON VERBAL DAN ETIKET KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI PROFESIONAL PADA LINGKUNGAN KERJA KULINER UNTUK MENDUKUNG PENGEMBANGAN PARIWISATA

Siti Raudah

Culinary Management, Batam Tourism Polytechnic
2022030033@btp.ac.id

Nada Farisya Simarmata

Culinary Management, Batam Tourism Polytechnic
2022030014@btp.ac.id

Dayang Nisyryna Nurubay

Culinary Management, Batam Tourism Polytechnic
2022030025@btp.ac.id

Muhammad Fahmi

Culinary Management, Batam Tourism Polytechnic
2022030076@btp.ac.id

Siska Amelia Maldin,

Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam
siskamaldin@btp.ac.id

ABSTRACT

This study examines the role of nonverbal language and communication etiquette in professional interactions within culinary work environments. Using a literature review approach, the study identifies that nonverbal communication, such as facial expressions, body posture, and hand gestures, as well as the implementation of communication etiquette, has a significant impact on customer satisfaction, team harmony, and business image. The findings reveal that training in nonverbal communication and etiquette can enhance professionalism, customer loyalty, and team effectiveness. In addition, the visual design of culinary spaces also functions as a medium of nonverbal communication that strengthens brand identity. This study emphasises the importance of integrating communication training into human resource development in the culinary industry to meet the demands of professionalism and cultural diversity.

Keywords: Business image, communication etiquette, culinary industry, nonverbal communication, tourism development

PENDAHULUAN

Dalam sektor pekerjaan, khususnya di industri makanan yang terus berkembang dan berfokus pada pelayanan, kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik merupakan salah satu keterampilan penting yang harus dimiliki semua pegawai, baik yang bekerja di dapur, di bagian depan, maupun di manajemen. Berkomunikasi tidak hanya menyangkut kemampuan untuk berbicara atau menyampaikan informasi dengan kata-kata, tetapi juga melibatkan pengiriman pesan melalui ekspresi

wajah, bahasa tubuh, nada suara, dan sikap selama berinteraksi. Dalam suasana kerja yang memerlukan kecepatan, akurasi, dan keramahan, seperti di restoran dan layanan makanan lainnya, komunikasi menjadi elemen krusial yang mempengaruhi kualitas layanan. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal, seperti senyuman dan gerakan tubuh, memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi profesionalisme serta kepuasan konsumen (Eleazar & Ondy, 2017).

Selain itu, tata krama dalam berkomunikasi dan penggunaan bahasa tubuh memiliki peran yang krusial dalam membangun kerjasama yang baik di lingkungan dapur yang penuh tantangan. Dalam interaksi kelompok, kemampuan untuk berkomunikasi secara nonverbal seperti gerakan tangan, ekspresi wajah, dan sikap tubuh sangat penting dalam menyampaikan instruksi dengan cepat dan tepat, terutama saat bekerja di lingkungan yang ramai dan penuh aktivitas. Penelitian lain menunjukkan bahwa sikap tubuh dan ekspresi yang sesuai dapat meningkatkan efektivitas tim dan mengurangi kesalahan komunikasi antar rekan kerja (Lestari et al., 2022). Jadi, komunikasi nonverbal dan tata krama profesional tidak hanya berperan sebagai alat bantu dalam berkomunikasi, tetapi juga sebagai faktor penting dalam menciptakan suasana kerja yang baik dan produktif di sektor kuliner.

Sejalan dengan hasil yang diperoleh, teori-teori mengenai komunikasi nonverbal serta etika komunikasi menyediakan landasan konseptual yang mempertegas signifikansi keduanya dalam dunia kerja kuliner. Teori komunikasi nonverbal menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan lewat simbol visual, sikap tubuh, dan wajah dapat membentuk pemahaman dan perasaan tertentu di pihak lawan bicara. (Pradini & Wempi, 2019) menggarisbawahi bahwa elemen visual seperti desain interior restoran dapat berfungsi sebagai alat komunikasi nonverbal yang memperkuat kesan profesional dan kenyamanan dalam layanan. Dalam aspek internal, etika komunikasi juga menjadi elemen krusial untuk membangun tim yang efektif. Berdasarkan (Tjiutama et al., 2025), etika komunikasi di dapur meliputi penerapan gerakan sopan, intonasi suara yang sesuai, dan cara berdiri yang menghormati struktur organisasi, yang semuanya berkontribusi pada terciptanya kolaborasi yang efisien dan lingkungan kerja yang menghargai satu sama lain. Dengan demikian, komunikasi nonverbal dan etiket profesional bukan hanya membantu kelancaran operasional, tetapi juga membangun budaya kerja yang positif dan fokus pada mutu layanan.

Bahasa yang tidak diucapkan, seperti ekspresi wajah, tatapan mata, postur, dan nada suara, memiliki pengaruh signifikan dalam menyampaikan niat, emosi, dan sikap yang sering kali tidak diungkapkan melalui kata-kata. Dalam interaksi harian di industri makanan, di mana komunikasi berlangsung dengan cepat dan intens, sinyal nonverbal sangat penting dalam membangun citra profesional serta menciptakan rasa nyaman secara psikologis antara staf dan pelanggan. Sebagaimana

dinyatakan oleh (YATI, 2023), pemakaian komunikasi nonverbal yang konsisten, seperti senyuman dan gerakan yang sopan, terbukti dapat meningkatkan pandangan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di sektor kuliner. Ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal bukan sekadar pelengkap bagi komunikasi verbal, tetapi sering kali berperan sebagai faktor krusial dalam keberhasilan interaksi layanan.

Lebih dalam lagi, di lingkungan dapur yang memiliki tekanan tinggi dan tempo kerja yang cepat, komunikasi tanpa kata menjadi kunci penting dalam koordinasi. Banyak kegiatan sehari-hari, seperti penyajian hidangan, pengiriman pesanan, atau penanganan keluhan, memerlukan kecepatan dan ketepatan yang sering kali hanya bisa diungkapkan melalui gerakan sederhana seperti anggukan atau isyarat tangan. (Tjiutama et al., 2025) menyatakan bahwa etika komunikasi di dapur tidak hanya mengacu pada kesopanan dalam berbicara, tetapi juga mencakup pengendalian ekspresi wajah, intonasi suara, dan postur tubuh yang mencerminkan rasa hormat serta profesionalisme. Oleh karena itu, pemahaman dan penguasaan komunikasi nonverbal serta etiket profesional sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang seimbang, menekan konflik, dan meningkatkan efisiensi kerja kelompok di sektor kuliner.

Selaras dengan pentingnya komunikasi nonverbal dalam pengaturan kerja di dapur, penerapan aturan komunikasi saat berinteraksi dengan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kesan layanan yang profesional. Sikap yang ramah saat menyapa, senyuman yang tulus, dan postur tubuh yang terbuka mencerminkan penghormatan terhadap pelanggan dan memperkuat citra positif restoran. (Janur et al., 2025) menekankan bahwa pelayan yang menunjukkan perilaku komunikatif yang baik, seperti nada suara yang bersahabat dan gestur yang sopan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali. Dalam sektor kuliner yang sangat kompetitif, aturan komunikasi bukan sekadar soal kesopanan, tetapi merupakan strategi pelayanan yang secara langsung berpengaruh pada loyalitas dan citra bisnis.

Penerapan komunikasi nonverbal yang sesuai di lingkungan kerja kuliner, seperti restoran dan kafe, adalah komponen penting dari etika pelayanan. Sikap tubuh seperti postur yang terbuka, senyuman yang tulus, dan kontak mata yang baik tidak hanya memperkuat komunikasi verbal, tetapi juga menunjukkan sikap profesional kepada pelanggan maupun rekan kerja. (Akbar, 2024)

menjelaskan bahwa keselarasan antara ucapan dan ekspresi wajah pelayan akan lebih meyakinkan pengunjung dan meningkatkan kesan layanan yang berkualitas. Sebaliknya, ketidakcocokan dalam komunikasi perbedaan antara pesan verbal dan nonverbal dapat menyebabkan penilaian negatif terhadap pelayanan. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal memainkan peran vital dalam menciptakan pengalaman kuliner yang mengesankan dan profesional.

Etika komunikasi memiliki peranan krusial dalam membangun hubungan kerja yang baik di dapur yang umumnya sibuk dan penuh stres. Menunjukkan sikap hormat saat memberikan arahan, melakukan pendengaran aktif tanpa mengganggu, serta memberikan sinyal melalui anggukan atau isyarat tangan mencerminkan suasana kerja yang saling menghargai. (Marjo & Sodik, 2022) menyoroti bahwa etika komunikasi yang baik mampu memperlancar kerja sama, mengurangi perselisihan, serta meningkatkan efektivitas tim. Dalam situasi kerja yang cepat dan bising, bentuk komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah yang serius, gerakan yang efisien, dan nada suara yang sopan namun tegas sangat diperlukan untuk menjaga kelancaran kerja tanpa memerlukan komunikasi verbal yang berlebihan.

Oleh karena itu, komunikasi yang tidak memerlukan kata-kata dan etiket berkomunikasi adalah elemen penting dalam menciptakan interaksi profesional, terutama dalam dunia kuliner yang memerlukan kecepatan, akurasi, dan responsivitas dalam pelayanan. Kedua elemen ini tidak hanya memengaruhi keberhasilan layanan yang diberikan secara langsung kepada pelanggan, tetapi juga sangat berpengaruh dalam mempertahankan produktivitas tim serta membangun citra yang baik di mata publik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi peran komunikasi nonverbal dan etiket dalam konteks interaksi profesional di sektor kuliner, serta menilai bagaimana keduanya berperan dalam meningkatkan mutu pelayanan, keselarasan tim, dan reputasi bisnis. Memiliki pemahaman yang mendalam dan pelatihan yang berkelanjutan mengenai aspek-aspek komunikasi ini merupakan bagian penting dari manajemen sumber daya manusia dalam industri makanan. Dengan adanya komunikasi yang harmonis antara sikap, ucapan, dan ekspresi, pengalaman bersantap yang profesional dan berkesan dapat tercipta secara konsisten.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif melalui studi pustaka. Metode ini dipilih karena memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelidiki berbagai sumber ilmiah demi memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang penggunaan bahasa nonverbal serta etika komunikasi dalam interaksi profesional, terutama di bidang kuliner. Studi pustaka menawarkan kebebasan untuk meneliti, membandingkan, dan menganalisis teori serta hasil dari berbagai penelitian sebelumnya yang relevan tanpa perlu melakukan observasi atau pengumpulan data lapangan secara langsung.

Sumber Data

Sumber informasi yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari sejumlah literatur sekunder yang mencakup makalah ilmiah, publikasi akademis, buku referensi, dokumen penelitian, serta prosiding yang berkaitan dengan komunikasi antarpribadi, komunikasi tanpa kata, dan norma profesional di dunia kuliner. Kriteria untuk memilih literatur adalah:

- 1) Dirilis dalam periode enam tahun terakhir (2019–2024),
- 2) Ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris,
- 3) Dipublikasikan di platform yang tepercaya seperti Google Scholar, ResearchGate, DOAJ, dan jurnal nasional yang terakreditasi.

Teknik Analisis

Teknik yang dipakai untuk menganalisis data adalah analisis isi, yaitu dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasikan, membandingkan, dan merangkum informasi dari setiap sumber literatur yang diteliti. Peneliti mengelompokkan hasil temuan berdasarkan tema-tema utama seperti:

- 1) Peran komunikasi nonverbal dalam interaksi layanan pelanggan (Akbar, 2024); (Tresnawati & Prasetyo, 2020),
- 2) Etika profesional dalam dapur serta ruang lingkup kerja kuliner (Setiawan & Pribadi, 2024);(Marjo & Sodik, 2022),

Proses analisis dilakukan dengan pendekatan tematik untuk menemukan pola-pola penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi, khususnya dalam konteks efektivitas interaksi profesional, manajemen konflik, dan peningkatan mutu layanan. Melalui metode ini, penelitian mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai jenis strategi komunikasi yang paling efisien digunakan saat menghadapi konflik di lingkungan kerja kuliner. Kajian literatur ini juga diharapkan menjadi acuan bagi pelaku bisnis atau manajer restoran untuk menerapkan metode

komunikasi yang lebih baik, membangun tim yang solid, dan menciptakan suasana kerja yang harmonis.

PEMBAHASAN

Dalam lingkungan kerja kuliner yang penuh dinamika dan interaksi langsung, penggunaan bahasa nonverbal dan etiket komunikasi memainkan peran penting dalam membangun suasana kerja yang profesional serta menciptakan pengalaman pelanggan yang positif. Bahasa nonverbal seperti kontak mata, ekspresi wajah, postur tubuh, dan gestur tangan terbukti menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan emosional, niat, dan sikap profesional, terutama dalam konteks layanan langsung kepada pelanggan. Sebagai contoh, penelitian oleh (Kasmila & Abidin, 2024) mengungkapkan bahwa frontliner di Bank Central Asia Batam menggunakan senyuman hangat, kontak mata yang konsisten, dan gestur terbuka untuk menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan nasabah. Meskipun riset ini dilakukan dalam konteks perbankan, temuan ini relevan diterapkan pada sektor kuliner, di mana kedekatan emosional antara pelayan dan pelanggan menjadi kunci loyalitas.

Selanjutnya, konsep visual dari restoran modern seperti Eat Happens juga mencerminkan bagaimana elemen nonverbal dalam bentuk desain ruang dan estetika interior berfungsi sebagai media komunikasi yang memperkuat identitas merek serta menciptakan kesan yang memorable. Menurut (Pradini & Wempi, 2019), pemanfaatan desain bertema industrial-vintage dengan dekorasi “instagrammable” menciptakan suasana yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan ruang makan, sehingga mendorong mereka untuk membagikan pengalaman secara digital.

Dari sisi pengembangan sumber daya manusia, pelatihan etiket komunikasi seperti table manner terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran peserta terhadap pentingnya sopan santun, pengendalian emosi, dan profesionalisme dalam interaksi kerja. (Putriana et al., 2024) menemukan bahwa pelatihan table manner tidak hanya membekali peserta dengan teknik penggunaan alat makan, tetapi juga membentuk sikap percaya diri, postur tubuh yang tegak, dan kemampuan berbicara yang sopan dalam situasi formal seperti jamuan bisnis atau interaksi dengan atasan. Penerapan pelatihan ini berdampak positif pada peningkatan citra diri peserta dan kesiapan mereka menghadapi dunia kerja yang menuntut etika komunikasi tinggi, terutama dalam industri kuliner yang melibatkan banyak kontak sosial dan layanan publik.

Etika dan etiket komunikasi juga menjadi indikator penting dalam relasi antarpekerja, khususnya dalam konteks usaha kuliner keluarga. Komunikasi yang terbuka, jujur, dan empatik antaranggota keluarga terbukti mampu meminimalisir konflik dan meningkatkan keharmonisan kerja. Dalam konteks profesional, nilai-nilai seperti empati, kejujuran, dan kesopanan juga ditekankan sebagai elemen utama dalam membangun interaksi kerja yang etis dan humanis (Babtista et al., 2020).

Di sisi lain, komunikasi nonverbal juga menjadi bagian dari strategi pelayanan yang berkelanjutan di sektor perhotelan dan restoran. Frontliner hotel, meskipun tidak selalu memahami teori komunikasi nonverbal secara formal, secara alami mengembangkan kompetensi tersebut melalui pelatihan rutin yang mencakup ekspresi wajah, postur tubuh, nada suara, dan penampilan fisik (Rismiatun et al., 2020). Praktik seperti menyambut tamu dengan senyuman, menjaga jarak sesuai norma budaya, dan mengenakan seragam rapi menjadi simbol dari keramahan dan profesionalisme yang diharapkan dalam industri kuliner.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan menunjukkan bahwa penggunaan bahasa nonverbal dan etiket komunikasi tidak hanya melengkapi komunikasi verbal dalam interaksi profesional, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membentuk citra diri, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menjaga hubungan harmonis antarpegawai. Oleh karena itu, pelatihan dan penerapan nilai-nilai komunikasi etis harus menjadi bagian integral dalam pengembangan SDM industri kuliner, sebagai bentuk adaptasi terhadap tuntutan profesionalisme dan ekspektasi pelanggan di era modern. Di sektor perhotelan dan restoran yang berfokus pada pelayanan pelanggan, keterampilan komunikasi nonverbal sering kali dipelajari secara praktis melalui pelatihan rutin. (Rismiatun et al., 2020) mencatat bahwa pelatihan tersebut mencakup kemampuan membaca suasana, menyesuaikan ekspresi wajah, menjaga nada suara agar terdengar bersahabat, serta menjaga kebersihan dan kerapian diri sebagai representasi dari brand tempat mereka bekerja. Frontliner yang mampu menyambut pelanggan dengan senyum hangat dan sikap hormat tidak hanya mencerminkan keramahan, tetapi juga menegaskan citra profesional restoran tersebut. Dalam jangka panjang, hal ini turut membentuk reputasi institusi dan mempengaruhi keberhasilan bisnis secara keseluruhan.

Selain itu, penting untuk memahami bahwa komunikasi nonverbal bersifat lintas budaya. Dalam

dunia kuliner yang kian global, staf dituntut untuk memahami dan menyesuaikan etiket komunikasi mereka dengan latar belakang budaya pelanggan. Misalnya, tatapan mata yang intens mungkin dianggap sopan di satu budaya, namun bisa dianggap menantang atau tidak hormat di budaya lain. Oleh karena itu, pelatihan lintas budaya menjadi bagian penting dalam membekali tenaga kerja industri kuliner untuk lebih sensitif dan adaptif terhadap keragaman.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa bahasa nonverbal dan etiket komunikasi tidak hanya melengkapi komunikasi lisan, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam membangun citra diri, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta menciptakan hubungan kerja yang harmonis. Dalam industri kuliner yang mengandalkan pengalaman inderawi dan interaksi manusia, komunikasi etis dan nonverbal adalah kompetensi inti yang harus dikembangkan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan etika komunikasi harus menjadi bagian penting dalam pelatihan SDM di industri kuliner, baik melalui pendidikan formal, pelatihan internal, maupun pembinaan budaya kerja. Respon terhadap tuntutan profesionalisme dan harapan pelanggan masa kini memerlukan SDM yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga cerdas secara emosional dan komunikatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil diskusi, dapat disimpulkan bahwa penerapan bahasa nonverbal serta etika komunikasi memainkan peranan yang sangat signifikan dalam membangun interaksi profesional di sektor kuliner. Bahasa nonverbal, yang meliputi kontak mata, ekspresi wajah, postur tubuh, dan gerakan tangan, terbukti efektif dalam menyampaikan pesan emosi dan sikap profesional, terutama dalam konteks pelayanan langsung kepada konsumen. Di samping itu, aspek desain visual dalam ruang kuliner juga berperan sebagai media komunikasi nonverbal yang memperkuat citra merek serta pengalaman pelanggan. Pelatihan mengenai etika komunikasi, seperti perilaku di meja makan, turut menambah tingkat profesionalisme, kepercayaan diri, dan mutu hubungan antarpribadi pekerja di sektor ini.

Tidak hanya dalam interaksi antara karyawan dan konsumen, komunikasi yang beretika dan sopan sangat penting untuk menjaga keharmonisan di antara pegawai, termasuk dalam usaha kuliner keluarga. Prinsip-prinsip seperti empati, kejujuran, dan kesopanan menjadi fondasi

utama dalam menciptakan budaya kerja yang produktif dan mendukung. Pengalaman dari dunia perhotelan dan sektor layanan publik pun menunjukkan bahwa pelatihan dan penerapan komunikasi nonverbal secara konsisten mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Oleh karena itu, kemampuan dalam berkomunikasi secara nonverbal dan memahami etika profesional bukan lagi sekadar pelengkap dalam pelayanan kuliner, melainkan sudah menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan serta citra positif perusahaan. Untuk itu, pengembangan sumber daya manusia di bidang kuliner harus terus difokuskan pada peningkatan kompetensi komunikasi yang didasarkan pada nilai-nilai etika, kesopanan, dan kepekaan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, I. (2024). Evaluasi Pengaruh Komunikasi Waiter / Waitress Terhadap Kualitas Pelayanan. <http://eprints.umsb.ac.id/3239/1/20240024IrfanAkbar.pdf>
- Babista, O., Ernawati, R., & Wigunawati, E. (2020). Persepsi Mahasiswa Bimbingan dan Konseling terhadap Kinerja Guru Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Selaras: Kajian Bimbingan Dan Konseling Serta Psikologi Pendidikan*, 3(2), 111–128.
- Eleazar, E., & Ondy, F. (2017). Analisa Persepsi Konsumen Terhadap Komunikasi Nonverbal Resepsionis Hotel Bintang Lima Di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 5(2), 200–211. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/5953>
- Janur, Y., Seran, M. Y., Ngasa, G. J. W., & Hanny, Y. P. (2025). Terhadap Kepuasan Dan Minat Berkunjung Di Restoran Senja Eatery, Labuan Bajo. 11(1), 29–39. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/viewFile/8077/3187>
- Kasmila, M., & Abidin, S. (2024). Komunikasi Nonverbal Dalam Membangun Komunikasi Efektif (Studi Kasus Pada Frontliner Bank Central Asia Batam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Lestari, N. S., Mulyaningrum, N. I., Kesuma, A. C., & Sutawijaya, A. H. (2022). Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan: Study Case Anigre Kitchen. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 5(1), 34. <https://doi.org/10.22441/jdm.v5i1.13737>
- Marjo, H. K., & Sodik, D. (2022). Etika dan Kompetensi Konselor Sebagai Profesional (Suatu Pendekatan Literatur Sistematis). *Jurnal Paedagogy*, 9(1), 86. <https://doi.org/10.33394/jp.v9i1.4512>
- Pradini, R. P., & Wempi, J. A. (2019). Desain Interior Sebagai Medium Komunikasi

- Nonverbal Restoran Eat Happens Dalam Membentuk Reputasi. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(2), 177. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i2.18734>
- Putriana, M., Sari, W. P., Satrio, A. B., & Farabi, Q. N. S. El. (2024). *Penerapan Etika Komunikasi dalam Kegiatan Table Manner sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Mahasiswa*. 4(2), 523–530. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i2.3269>
- Rismiaturun, Wahid, U., & Ramdana, I. (2020). *Pengelolaan Kesan Verbal dan Nonverbal Customer Service Verbal and Nonverbal Customer Service Impression Management*. 4(1). <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>
- Setiawan, M. A., & Pribadi, T. I. (2024). *Tingkat Penerapan Etika Komunikasi Oleh Front Office Staff Di Sheraton Senggigi Beach Resort*. 2024, 22–34.
- Tjiutama, S. T., Zahwa, K., Rahmawati, V., & Priscilla, L. (2025). *Etika Komunikasi Dalam Dunia Dapur*. <https://journal.forikami.com/index.php/praxis/article/view/895/620>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2020). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- YATI, W. (2023). Pengaruh Bahasa Isyarat Indonesiasebagai Komunikasi Nonverbal Dan Kualitas Pelayananterhadap Kepuasan Pelanggan di Sunyi Coffee Bekasi. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Article-30692-5_0996.pdf