

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peran komunikasi antar pribadi digunakan dalam bidang industri. Khususnya industri yang bergerak pada bidang jasa *contract manufacturing* kosmetika. Komunikasi menjadi sebuah hal yang penting, mengingat industri kosmetika adalah sebuah gambaran industri yang sangat dinamis. Hal-hal baru banyak ditemukan setiap detiknya pada industri kosmetika. Komunikasi menjadi salah satu cara untuk mencapai kesepakatan antara pemilik jasa dengan pemilik *brand* dalam kerjasama di PT Cedefindo. Karena disinilah pemilik *brand* menaruh harapan produknya dikembangkan dan dibuat oleh pemilik jasa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan metodologi deskripsi *interpretatif* yang menjelaskan bagaimana peran komunikasi antar pribadi dengan sifatnya yang lentur mampu melenturkan karakter-karakter individu yang sebelumnya tidak saling mengenal namun dengan komunikasi yang *intens* terjadi dalam lingkup kerjasama industri mampu mencapai kesepakatan dengan komunikasi yang terjalin dengan baik. Disinilah komunikasi memainkan peran pentingnya, diharapkan dengan komunikasi yang berlangsung secara dialogis ini dapat membantu kelancaran sampai produk yang dikembangkan berhasil dipasarkan. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa situasi komunikasi antar pribadi dalam bidang industri sangat dibutuhkan, karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Dengan situasi dialogis ini dapat terlihat dan dirasakan interaksi yang aktif antara pihak pemilik jasa dengan pihak pemilik *brand*.

**Kata Kunci :** Peran Komunikasi Antar Pribadi, *Human Relations*, *Komitmen*, dan *brand*.

MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

### **THE ROLE OF INTERPERSONAL COMMUNICATION BETWEEN PRIVATE CONTRACT MANUFACTURING INDUSTRY THE TRUST BRAND OWNERS.**

(Case Study Business Cosmetics at PT Cedefindo - Martha Tilaar Group)

*The purpose of this study was to determine the extent to which the role of interpersonal communication in the industrial world, especially the industry engaged in Manufacturing of cosmetics contract. Communication is a vital thing in business because this is where the owner of the brand hopes for the development of its products in some future period. The method used in this research is using qualitative research, with a description of the interpretative methodology that explains how the model of interpersonal communication that are applied simultaneously applied to the industry in the world can improve quality of care to service users manufacturing industry in Indonesia, especially in terms of confidence in the importance of the role of the brand owner . Interpersonal communication within the cooperation of both sides between PT Cedefindo the brand owner is the current owner of the brand expressed the desire product to be made and the claim or unique selling these products goes according to planning and time required targets. With effective communication between team marketing, formulators and registration officer expected time required to develop products until the registration to the POM in accordance with the target launch a brand owner .. conclusion of this study is the role of interpersonal communication is very important to give the impression or a positive image to the owner brand. Based on the results of this study suggested that PT Cedefindo future as an enterprise service industry contract manufacturing continued to develop the communication skills of the employees as well as possible, especially to the personal who have direct access to communicate to the owner of the brand or personal who work area as a facilitator between the brand owner with the government issued regulations related to the Products that are made in PT Cedefindo.*

**Keywords:** *The Role of Inter-Personal Communication, Human Relations, Job Satisfaction, and Brand.*