

**LAPORAN KUNJUNGAN KERJA LAPANGAN
KOMPETENSI LADY YAKULT DALAM MENDORONG
TIMBULNYA LOYALITAS OLEH KONSUMEN
PT. YAKULT INDONESIA PERSADA
MOJOKERTO – JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

Aldo Kevinanda

181910051



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BINA DARMA

TAHUN 2020

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**JUDUL : KOMPETENSI KOMUNIKASI LADY YAKULT DALAM
MENDORONG TIMBULNYA LOYALITAS
KONSUMEN**

NAMA : ALDO KEVINANDA

NIM : 181910051

Dosen Pembimbing

Dr.Desy Misnawati, M.I.Kom

Mengetahui

Ketua Program Studi

Dr.Desy Misnawati, M.I.Kom

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas segala nikmat yang diberikan Allah SWT tuhan yang maha kuasa sehingga Laporan Kunjungan Industri (KI) di PT. Yakult Indonesia Persada, Mojokerto dapat terselesaikan dengan baik. Tak lupa pula sholawat dan salam diberikan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya hingga akhir zaman. Dan kepada kedua orang tua saya, terimakasih atas banyak hal yang telah diberikan, terimakasih untuk segalanya.

Maksud dan tujuan dari adanya penyusunan ini adalah sebagai dasar persyaratan untuk pembuatan jurnal yang akan menjadi tugas utama kami pada jurusan Ilmu Komunikasi di semester ini.

Adapun penyusunan Laporan Kunjungan Industri berdasarkan dari data -data dan keterangan dari pembimbing. Saya sangat menyadari jika dalam penyusunan Laporan Kunjungan Industri (KI) tidak lepas dari dukungan berbagai pihak.

Oleh karena itu saya pribadi ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Bina Darma Palembang Prof. Dr. H. Zainuddin Ismail, S.E.,M.M
2. Dekan Ilmu Komunikasi, Prof. Hj. Isnawijayani, Ph. D selaku dosen pembimbing lapangan kunjungan industri surabaya- malang yang telah membimbing kami selama berada disana .
3. Dr. Desy Misnawati, S. Sos., M.I.Kom Selaku Ketua Program Studi Komunikasi Dan ketua pelaksana kunjungan industry. serta dosen

pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis dalam penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan

Penulis sungguh-sungguh sadar bahwa dalam penulisan Laporan Kunjungan Industri (KI) ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik dari semua pihak sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan laporan ini. Akhirnya, semoga laporan ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi setiap pihak terutama bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
1.1 Rumusan Masalah.....	2
1.2 Tujuan Kunjungan.....	2
1.3 Manfaat Kunjungan Industri.....	3
1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	3
1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN	
2.1 Gambaran Umum.....	4
2.1.1 Profil Perusahaan	6
2.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan.....	6
2.1.3 Program Kegiatan	7
2.1.4 Hasil Tenuan Lapangan.....	10
2.2 Pembahasan	15
2.2.1 Teori Kompetensi Komunikasi.....	17

2.2.2 Kompetensi Komunikasi Interpersonal.....	31
2.2.3 Pengertian dan Manfaat Life Skill.....	35
2.2.4 Pengertian dan Manfaat Hard Skill.....	37
2.2.5 Pengertian dan Manfaat Soft Skill.....	38
BAB III PENUTUP	
3.1 Kesimpulan.....	42
3.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kunjungan Industri (KI) adalah merupakan salah satu jenis kegiatan pembelajaran diluar lingkungan perkuliahan untuk menambah wawasan mahasiswa dan untuk melihat langsung bagaimana suasana atau kondisi industri yang sesuai dengan program keahlian masing-masing. Pada kesempatan kali ini mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma melakukan kunjungan Industri ke PT. Yakult Indonesia Persada. Kunjungan ini dimaksudkan agar mahasiswa mendapatkan ilmu dan wawasan yang lebih luas baik dari segi teknis maupun non-teknis, dari proses awal produksi sampai distribusi.

Lokasi tepatnya PT. Yakult Indonesia Persada berada di Ngoro Industrial Park, Mojokerto, Jawa Timur. Perusahaan ini bergerak dibidang pengolahan minuman probiotik. Dalam proses distribusi suatu produk kebanyakan perusahaan menggunakan pihak ketiga untuk mendistribusikan produknya, biasanya menggunakan perusahaan rekanan yang bergerak di bidang jasa angkutan atau ekspedisi untuk menangani urusan distribusi. Ada juga perusahaan yang mengambil alih secara langsung untuk urusan distribusinya, bahkan sampai ke tangan terakhir konsumen demi menjaga kualitas produk, agar produk yang digunakan konsumen tetap terjaga kualitasnya.

PT. Yakult Indonesia Persada mengambil langsung segala urusan, mulai dari proses produksi sampai distribusi. *Yakult Lady* merupakan sebutan untuk ibu - ibu rumah tangga yang berperan penting untuk menjaga agar yakult tetap dalam kondisi yang baik sekaligus mengantarkan yakult langsung ke tangan konsumen ada juga *direct sales* yaitu petugas yang mengantarkan yakult menggunakan mobil box. Dari sini cukup terlihat keseriusan PT. Yakult Indonesia Persada dalam menjaga kepercayaan konsumen, juga kemampuan komunikasi yang dimiliki *yakult lady*. Disini juga terlihat betapa loyalnya *yakult lady* dan *direct sales* dalam menjaga produk. sarana bagi mahasiswa untuk menggali informasi komunikasi seperti apa yang digunakan perusahaan sehingga loyalitas dapat tumbuh subur di perusahaan ini dan tentunya agar ilmu komunikasi yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada dapat diterapkan dengan sebaik-baiknya oleh mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan “Bagaimana kompetensi *lady yakult* dalam membangun loyalitas masyarakat?”

1.3 Tujuan Kunjungan Industri

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka tujuan penelitian penulis adalah untuk mengetahui Kompetensi Komunikasi yang di miliki oleh karyawan PT. Yakult Indonesia Persada terutama *Lady Yakult*.

Tujuan Kunjungan Industri yang dilakukan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi adalah :

- a. Memperluas pengetahuan tentang kegiatan industri yang berkaitan dengan komunikasi antar pribadi.
- b. Mengetahui profil dan pola komunikasi PT. Yakult Indonesia Persada sebagai perusahaan yang mampu bertahan di pasar Indonesia.
- c. Mencari tahu pola komunikasi yang dilakukan PT. Yakult Indonesia Persada kepada *yakult lady* dan *direct sales*.
- d. Melihat secara langsung proses produksi dari awal hingga akhir.

1.4 Manfaat Kunjungan Industri

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Dapat mengetahui pola komunikasi sebuah perusahaan yang sudah memiliki ribuan karyawan yang telah dapat menjalankan sebuah perusahaan dengan efektif.

1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Terjalannya komunikasi yang baik sehingga mempengaruhi sebuah kerjasama antara perusahaan dan karyawan, serta memperluas jaringan antara sebuah perusahaan dengan sebuah lembaga.

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN

2.1 Gambaran Umum

Sejarah Yakult dimulai ketika Dr. Minoru Shirota, pendiri Yakult, memulai studinya di bidang ilmu Kedokteran preventif. Setelah lulus dari Fakultas Kedokteran Kyoto Imperial University, Dr. Minoru Shirota melanjutkan studinya di bidang mikrobiologi pada universitas yang sama.

Pada waktu itu, ilmu Kedokteran sangat menekankan pengobatan terhadap penyakit, tetapi Dr. Minoru Shirota, disamping menyadari pentingnya ilmu pengobatan penyakit, juga menyadari suatu saat kelak ilmu kedokteran preventif akan dihargai sepenuhnya. Karena alasan tersebut, beliau mengambil keputusan untuk mengabdikan diri di bidang ilmu kedokteran preventif.

Kemudian beliau menyelidiki langkah-langkah terbaik untuk melakukan perbaikan terhadap ilmu kedokteran preventif di bidang mikrobiologi. Akhirnya beliau berhasil mengkulturkan dan mengaplikasikan Bakteri Asam Laktat (BAL) khusus yang dinamakan *Lactobacillus casei* Shirota strain, pada tahun 1930. Studi yang dilakukan Dr. Shirota didasarkan atas konsep kesehatan yang baik bagi manusia. Strain yang diproduksi adalah dengan cara lactic acid bacilli Shirota yang merupakan strain hasil kulturisasi dengan susu dan diproses menjadi minuman kesehatan Yakult. Disamping memproduksi minuman susu asam (yoghurt) saat ini perusahaan Yakult di Jepang juga memproduksi berbagai jenis

produk, seperti: produk kosmetik (skin-care cosmetic for man and ladies make-up), produk minuman ringan (juices and other beverages), produk farmasi (medicines, over-the counter drugs, prescription drugs) dan susu (milk-milk and shoful). Sedangkan perusahaan Yakult di Indonesia hanya memproduksi satu macam produk saja, yaitu minuman susu asam Yakult.

Menjamin kualitas dan pengembangan produk-produknya, perusahaan mempunyai satu lembaga riset yang bernama Yakult Central Institute di Kunitachi, Tokyo. Pada awalnya lembaga ini bertanggung jawab untuk memajukan riset secara luas mengenai hubungan antara mikroorganisme dengan fisiologi manusia. Tapi sekarang usaha tersebut telah meluas dengan melaksanakan riset genetika, sitologi dan enzimologi. Produk minuman Yakult di Indonesia diproduksi oleh PT. Yakult.



Gambar 1

<https://assets.pikiran-rakyat.com/photo/2020/10/14/1620817573.jpeg>

Indonesia Persada, yang berdiri pada tanggal 10 Desember 1990 dan produk tersebut mulai aktif dipasarkan pada awal Januari 1991. PT. Yakult Indonesia Persada merupakan perusahaan patungan antara Indonesia (Salin Group) dan

Jepang (Yakult-Honsha Co, Ltd). Modal awal yang ditanamkan untuk mendirikan perusahaan ini adalah sebesar US\$ 5.750.000, dengan komposisi permodalan: 51 persen milik Salim Group dan 49 persen milik Yakult- Honsha Co, Ltd.

2.1.1 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT YAKULT INDONESIA PERSADA

Alamat Perusahaan : Plaza PP Lt. 7, Jl. TB. Simatupang No. 57 Jakarta
13760, Indonesia.

2.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

1. Visi Perusahaan : Mengeplorasi kemungkinan pemanfaatan bakteri berguna untuk meningkatkan kesehatan manusia.
2. Misi Perusahaan : Sebagai Pelopor Prebiotik minuman Yakult yang sehat yang membantu dalam menjaga usus
3. Tujuan Perusahaan :
 - a) Meraih profit dan benefit perusahaan dengan menjadi pelopor Probiotik minuman sehat untuk keluarga dengan mengoptimumkan untuk pemeliharaan usus, melalui tenaga kerja dan karyawan yang memiliki komitmen terhadap perusahaan dan lingkungan.
 - b) Memberikan komitmen kepada konsumen untuk tetap mempertahankan misi tersebut dengan mengintegrasikan semua aspek perusahaan.

4. Sasaran : Semua lapisan masyarakat

5. Moto Produk : Cintai Ususmu, Minum Yakult Setiap Hari

2. 1.3 Program Kegiatan

Program kegiatan kunjungan industri Fakultas Ilmu Komunikasi yang berlangsung selama 6 hari, dimana kegiatannya hanya berlangsung selama 1 hari dan 2 hari perjalanan serta waktu selebihnya digunakan untuk kunjungan kampus seperti : UNTAG, UNIV. CIPUTRA, JTV, TVRI JATIM.

Kunjungan Industri ini dilaksanakan terhitung sejak tanggal 26 – 31 Januari 2020. Kegiatan ini dilaksanakan saat libur pergantian semester tepatnya satu minggu sebelum perkuliahan aktif dimulai. Dalam kunjungan ini di ikuti juga oleh Dosen Pembimbing yang juga sebagai Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yaitu Prof. Isnawijayani, M.Si. dan Kaprodi Ilmu Komunikasi yaitu Dr. Dessy Misnawati, S.sos., M.I.Kom beliau berdua turut mendampingi mahasiswa dalam melaksanakan kunjungan ini sehingga kunjungan industri dapat terlaksana sampai selesai.

Tabel 2.1.3

Hari Pertama : Palembang – Lampung	
06.00	Peserta telah berkumpul di tempat yang telah ditentukan

	(halaman masjid Al-Fathul Akbar)
07.00	Berangkat menuju Lampung
12.00	Istirahat di <i>local resto</i> dan kemudian melanjutkan perjalanan
17.00	Tiba di Pelabuhan Bakauheni Lampung dan menyebrang ke Pulau Jawa
19.00	Makan malam di <i>local resto</i>
20.00	Melanjutkan perjalanan menuju Surabaya
Hari ke – 2 : Kunjungan di Kota Mojokerto	
09.00	Tiba di Mojokerto, istirahat dan makan pagi di <i>local resto</i>
13.00	Tiba di tempat kunjungan pertama, PT. Yakult Indonesia Persada, Mojokerto.
17.00	Tiba di Surabaya dan makan malam di <i>local resto</i>
20.00	Chek in Hotel dan acara bebas
Hari ke – 3 : Surabaya City Tour	
06.00	Sarapan pagi di hotel dan chek out
09.00	Kunjungan ke Universitas 17 Agustus Surabaya
12.00	Makan siang di <i>local resto</i>

13.00	Kunjungan ke JTV dan TVRI Jawa Timur
17.00	Melanjutkan perjalanan menuju Kota Malang
20.00	Makan malam dan Chek in hotel
Hari ke – 4 : Malang City Tour	
06.00	Sarapan Pagi
08.00	Menuju ke taman selecta di Kota Batu Malang
12.00	Istirahat makan siang di <i>local resto</i>
14.00	Lanjut ke wisata Museum Angkut
18.00	Makan malam di local resto
19.00	Menuju hotel dan Istirahat
Hari ke – 5 : Malang City Tour	
07.00	Sarapan Pagi
09.00	Menuju <i>Jatim Park 2</i>
12.00	Makan siang di <i>local resto</i>
16.00	Belanja di pusat oleh – oleh khas Kota Malang
17.00	Wisata malam di <i>Batu Night Spectacular</i>
19.00	Makan malam di <i>local resto</i>

21.00	Istirahat di Hotel dan acara bebas
Hari ke – 6 : Malang – Surabaya – Palembang	
06.00	Sarapan Pagi
08.00	Melanjutkan Perjalanan ke Serubaya dengan tujuan Bandara Internasional Djuanda
11.00	Chek in Airport
12.45	Take of Palembang
14.45	Tiba di Palembang

Tujuan utama melaksanakan Kunjungan Industri ke PT. Yakult Indonesia Persada adalah untuk mengetahui “Kompetensi Komunikasi Lady Yakult Dalam Menjual Minuman Kesehatan”, sesuai dengan judul laporan dan untuk mengetahui pola komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada karyawan sekaligus menjadi pengetahuan baru bagi mahasiswa tentang dunia kerja.

2.1.4 Hasil Temuan di Lapangan

Perusahaan yakult hanya memproduksi minuman prebiotik dengan kandungan bakteri *Lactobacillus casei* Shirota strain lebih dari 6,5 milyar yang mampu mencapai usus dalam keadaan hidup. Yakult selalu menjual produknya dengan takaran yang pas untuk sekali minum di setiap kemasan botol 65 ml, di beberapa negara yakult dijual dalam kemasan botol 100 ml.

PT. Yakult Indonesia Persada telah menerapkan proses produksi berdasarkan manajemen keamanan pangan sesuai standar ISO 22000:2005. Dalam manajemen kualitas, PT. Yakult Indonesia Persada telah mengantongi sertifikat Internasional ISO 9001:2008. Cara-cara yang diterapkan Yakult dalam menerapkan standar itu adalah dengan, sebelum memasuki ruang kerja, sepatu yang dikenakan akan secara otomatis dibersihkan dengan alat. Karyawan harus memakai masker serta penutup kepala.

Apabila karyawan telah membersihkan kedua tangan dengan cairan khusus, barulah pintu produksi bisa dibuka. Selain itu karyawan harus melalui *air shower* yang berfungsi untuk membersihkan pakaian kerja khusus dari kotoran yang menempel. Setelah karyawan siap dalam kondisi bersih, barulah mesin-mesin produksi bisa dioperasikan .

Hasil temuan dalam kunjungan industri kali ini, kami melihat bahwa dari segi teknologi produksi PT. Yakult Indonesia Persada sudah melakukan kerja menggunakan standar keamanan ISO 22000:2005.

Untuk menjamin proses produksi serta penanganan produk Yakult, sudah menerapkan standar prosedur operasi yang sudah dibakukan. Sebagai contoh, pintu masuk karyawan dilengkapi dengan pembersih sepatu otomatis. Selain itu pintu – pintu di ruang produksi hanya dapat dibuka apabila karyawan telah mensucihamakan kedua tangannya. Selain itu, sebelum memasuki ruang produksi, karyawan harus melewati *air shower*, yang berfungsi untuk membersihkan pakaian mereka dari kotoran yang menempel.

Yang menjadi temuan penulis kali ini adalah sistem pemasaran yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada. Sebelumnya sangat jarang sebuah perusahaan itu mengambil alih langsung distribusi, kebanyakan perusahaan biasanya menggunakan pihak ketiga untuk mengurus semua hal yang berkaitan dengan masalah distribusi karena beberapa pertimbangan.

Dalam dunia bisnis ada banyak cara untuk mendapatkan keuntungan. Baik melalui metode, sistem, cara, perjanjian atau apapun akan dilakukan perusahaan dalam rangka untuk meningkatkan penjualan produknya. Salah satu metode yang di pakai yakni penjualan *konsinyasi*. Secara definisi, penjualan *konsinyasi* merupakan suatu perjanjian antara dua pihak dimana salah satu pihak sebagai pemilik barang menyerahkan barangnya kepada pihak tertentu untuk menjualnya dan kemudian akan mendapatkan komisi tertentu. Pihak pemilik barang disebut *consignor*.

Sistem penjualan *konsinyasi* sendiri sudah banyak dilakukan, diantaranya dibidang makanan, elektronik dan bidang usaha lain. Hal ini banyak dilakukan oleh suatu perusahaan karena sistem ini mempunyai kelebihan tersendiri yang baik bagi pihak perusahaan.

Kelebihan sistem penjualan konsinyasi bagi pemilik produk adalah dapat memperluas pasar dan menghemat SDM dan biaya pelayanan. Dalam sistem ini selain mempunyai kelebihan ternyata juga mempunyai kekurangannya tersendiri sehingga jika terjadi kesalahan, yang paling utama adalah dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan pemilik produk.

Dalam proses pemasarannya PT. Yakult Indonesia Persada menerapkan sistem distribusi langsung ke tangan konsumen. Sistem pemasaran Yakult terdiri dari dua jenis :

1. Sistem *Direct Sales*

Direct Sales adalah penjualan secara langsung kepada para target market. Orang-orang penjualan adalah salah satu ujung tombak penting dalam pemasaran. Sistem ini digunakan untuk mendistribusikan yakult ke toko-toko, supermarket, koperasi, kantin dan lain-lain.



Gambar 2

(Sumber <https://cdn-2.tstatic.net/kupang/foto/bank/images/yakult-mobil.jpg>)

2. Sistem Yakult Lady

Yakult Lady adalah salah satu Strategi *Direct Sales* yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada selaku produsen minuman yakult . selain itu *yakult lady* juga merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk pemberdayaan perempuan . *Yakult Lady* merupakan ibu-ibu rumah tangga yang bertugas mendistribusikan yakult ke konsumen secara langsung. Dalam rangka untuk

memperkuat pasar sampai ke akar, sistem yakult lady diterapkan oleh perusahaan. Karena dengan jangkauan yakult lady yang lebih luas bahkan bisa dor to dor, hal ini jadi strategi Yakult mendekati end-user.



Gambar 3

<https://4.bp.blogspot.com/22d175c2-55f3-11e3-96f5-00144f.jpeg>

Sistem distribusi yang dilakukan PT. Yakult Indonesia Persada dapat terlihat keseriusan perusahaan dalam menjaga produknya agar benar-benar kualitas produknya tetap sama saat seperti baru keluar. Secara tidak langsung cara pendistribusian yang dilakukan oleh PT. Yakult Indonesia Persada mencerminkan Loyalitas terhadap masyarakat, sehingga masyarakatpun memberikan balasan yang sama yaitu Loyalitas pula.

Diartikan secara bebas Loyalitas adalah mutu dari sikap setia (loyal) sedangkan loyal sendiri diartikan sebagai tindakan memberi atau menunjukkan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi.

Pola pemasaran seperti ini dinilai sangat efektif dan dari sisi psikologisnya pelangganpun merasa aman tentu mereka sangat yakin untuk mengkonsumsi produk yang sudah mereka beli karena mereka berfikir bahwa produk yang akan mereka konsumsi itu sudah sesuai dengan standar dari perusahaan. Komitmen inilah yang dinilai oleh konsumen sebagai wujud loyalitas perusahaan terhadap masyarakat yang akhirnya membuat konsumen percaya dengan perusahaan, jika loyalitas sebuah perusahaan sudah tertanam dengan kokoh dimasyarakat maka itulah kekuatan sesungguhnya.

Dampak positif yang paling luar biasa jika loyalitas sudah tertanam di masyarakat terhadap suatu produk, jika terjadi krisis pada suatu perusahaan maka tidak terlalu sulit bagi perusahaan untuk mengelola manajemen krisis dan nama baik perusahaan akan jauh lebih cepat pulih.

2.2 Pembahasan

Filosofi Yakult adalah memberikan kontribusi pada kesehatan dan kebahagiaan masyarakat dunia dengan memacu keunggulan dalam ilmu kehidupan secara umum dan penelitian serta pengalaman dalam mikroorganisme secara khusus.

Yakult adalah minuman susu fermentasi yang mengandung *Lactobasillus casei Shirota strain* yang dapat mencapai usus dalam keadaan hidup. Bakteri ini membantu menjaga kesehatan pencernaan dan menekan pertumbuhan bakteri merugikan didalam pencernaan.

Adapun manfaat dari bakteri *Lactobasillus casei Shirota strain* adalah :

1. Menjaga keseimbangan mikroorganisme baik di dalam usus

2. Menekan pertumbuhan bakteri merugikan
3. Mengurangi racun dalam tubuh
4. Mencegah gangguan pencernaan seperti, sembelit atau diare
5. Meningkatkan kualitas kekebalan tubuh

Pendiri perusahaan Yakult, Dr. Minoru Shirota, percaya akan pentingnya pencegahan sebelum sakit dan “usus yang sehat membawa pada umur yang panjang”. Ia menganjurkan untuk menyebarkan kesehatan, yang diinginkan setiap orang, dengan harga terjangkau.

Bahan baku pembuatan yakult :

- a. Air
- b. Sukrosa
- c. Susu bubuk skim
- d. Dekstrosa
- e. Perisa identik alami

Kultur bakteri asam laktat (*Lactobacillus casei Shirota strain*)

Setiap tahapan proses produksi Yakult harus memenuhi standar Internasional secara ketat dan higienis untuk menjamin kualitas produk, dan proses produksi dilakukan dengan cara-cara yang ramah lingkungan.

2.2.1 Teori Kompetensi Komunikasi

Teori yang digunakan dalam penulisan laporan ini adalah teori “*Kompetensi Komunikasi*” teori ini menjelaskan bahwa pengertian ini sama dengan kemampuan orang dalam berkomunikasi. Meskipun banyak orang merasa bahwa ia sudah sering berkomunikasi, tapi untuk mengetahui sejauh mana keefektifitasan komunikasi kita baik secara Individual maupun secara Profesional itu masih menjadi tanda tanya besar.

Kompetensi sendiri memiliki pengertian kemampuan seseorang yang meliputi keterampilan, pengetahuan dan sikap dalam melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan tertentu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Sedangkan kompetensi komunikasi memiliki pengertian kemampuan yang meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sesuai dalam mengelola pertukaran pesan verbal dan non-verbal berdasarkan batasan-batasan tertentu.

Adapun komponen-komponen Kompetensi Komunikasi digambarkan dalam skema *Knowledge* (Pengetahuan) + *Skills* (Keterampilan) + *Attitude* (Sikap) = *Communication Competency*.

Keterampilan komunikasi interpersonal menjadi suatu keterampilan yang perlu dimiliki oleh setiap pekerjaan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, karena terkait dengan kemampuannya dalam menarik simpati. Selain itu tipe kepribadian individu menentukan ketertarikan masyarakat terhadap orang yang menawarkan suatu produk. Komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh tipe kepribadian individu dan lingkungan sosial, sehingga perlu dimasukkan dalam perencanaan strategis dalam pengembangan SDM untuk

meningkatkan produktivitas Perusahaan (Sunengsih, 2014). Kajian ini bermaksud untuk menggambarkan kemampuan komunikasi interpersonal *lady yakult*. Kepribadian dalam bahasa Inggris disebut sebagai *personality* yang memiliki konsep sebagai tingkah laku yang ditampakkan ke lingkungan sosial, kesan mengenai diri seseorang agar dapat ditangkap oleh lingkungan sosial (Alwisol, 2007).

Kepribadian memiliki beberapa istilah yaitu Kepribadian (*personality*) menggambarkan perilaku secara diskriptif tanpa memberi nilai (*devaluative*); Karakter (*character*) menggambarkan tingkah laku dengan menonjolkan nilai (benar-salah, baik-buruk) secara eksplisit maupun implisit; Watak (*disposition*) merupakan karakter yang telah dimiliki dan sampai sekarang belum berubah; Temperamen (*temperament*) merupakan kepribadian yang berkaitan dengan determinan biologis atau fisiologis, disposisi hereditas; Sifat (*traits*) merupakan respon yang sama terhadap kelompok stimuli yang mirip berlangsung dalam kurun waktu yang relatif lama; dan Kebiasaan (*habit*) merupakan respon yang sama cenderung berulang untuk stimulus yang sama pula.

Adapun istilah kepribadian lebih dekat pada perilaku yang telah menjadi kebiasaan dan telah menjadi sifat serta karakter seseorang.

West dan Turner (2007) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal mengacu pada komunikasi tatap muka antar individu. Griffin (2006). (Mia Rahma Romadona)¹⁷⁰ bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses unik yang mempunyai arti luas tetapi hasil pernyataan tersebut akan memiliki arti berbeda tergantung pada pikiran masing-masing individu. Maka komunikasi

interpersonal merupakan proses perpindahan informasi dan pemahaman dari individu satu dengan lainnya secara langsung dan melibatkan suatu proses olah pikir dan persepsi.

Adapun komunikasi interpersonal mengacu pada definisi DeVito (2004) adalah sebagai kemampuan peniliti dalam proses pengirim dan penerimaan pesan atau informasi pada orang lain yang melibatkan sikap dan perilaku.

Adapun karakteristik adalah dari individu ke orang lain, komunikasi tatap muka, baik bentuk dan isi komunikasi mencerminkan karakteristik pribadi individu dalam peran sosial. Selain itu indikator kemampuan komunikasi interpersonal terlihat pada kemampuan pengungkapan diri, empati, relaksasi sosial, ketegasan, altercentrism, manajemen interaksi, ekspresif, dukungan, kedekatan, dan pengendalian lingkungan.

Kemampuan interpersonal merupakan kemampuan seorang individu dalam menyampaikan dan menerima informasi dari dan untuk orang lain dengan ditandai adanya umpan balik yang memiliki efek langsung. Pada tataran ini seharusnya dalam menjalankan fungsinya untuk mampu memberikan informasi atau pesan serta juga mampu menerima pesan dari dan ke orang lain membutuhkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik. Hal itu dapat dicirikan dengan kemampuan lady yakult dalam memberikan umpan balik informasi atau pemahaman dari dan ke orang lain.

Aspek kepribadian yang sesuai dengan bidang keparakan dan untuk mendukung kemampuan mereka dalam mengkomunikasikan ide atau knowledge (Spencer & Spencer, 1993). Secara umum tidak semua orang memiliki

kemampuan komunikasi interpersonal dengan baik disebabkan oleh adanya kecenderungan dari tipe kepribadiannya. Hal ini menjadi permasalahan yang sering terjadi pada seseorang.

Kekurangmampuan mengkomunikasikan ide atau gagasan dan keterampilan komunikasi yang baik akan berimbas pada kemampuan mentransfer knowledge pada orang lain, karena kemampuan komunikasi interpersonal membutuhkan kemampuan untuk saling memberi dan menerima informasi. Kurangnya kemampuan komunikasi interpersonal

Kompetensi mengenai komunikasi berdasarkan kamus kompetensi Harvard University merupakan kemampuan individu dalam menyampaikan ide atau informasi secara langsung atau melalui media, sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Kemampuan komunikasi tidak hanya mampu berkomunikasi, namun mengarah pada kemampuan komunikasi efektif. Komunikasi efektif berdasarkan Mc Innes Cooper mendeskripsikan sebagai kemampuan individu dalam mendengarkan dan bertukar informasi, ide atau pemikiran untuk menyelesaikan permasalahan secara efektif.

Komunikasi efektif merupakan kemampuan individu dalam mendengarkan dan bertukar informasi, ide atau pemikiran untuk menyelesaikan permasalahan secara efektif. Komunikasi interpersonal merupakan perpindahan informasi dan pemahaman menggunakan simbol-simbol verbal dan non-verbal (Gibson, dkk, 2009). Selain itu menurut West dan Turner (2007) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal mengacu pada komunikasi tatap muka antar individu. Griffin (2006) menjabarkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses

unik yang mempunyai arti luas, tetapi hasil pernyataan tersebut akan memiliki arti berbeda tergantung pada pikiran masing-masing individu. Maka komunikasi interpersonal merupakan proses perpindahan informasi dan pemahaman dari individu satu dengan lainnya secara langsung dan melibatkan suatu proses olah pikir dan persepsi.

Indikator komunikasi interpersonal yang dibutuhkan untuk membantu berkinerja dengan baik adalah keterbukaan informasi dalam menyampaikan dan menerima pesan pada orang lain/konsumen (mampu memberikan umpan balik); mampu menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami oleh orang lain baik secara lisan, tulisan atau menggunakan media; mampu secara aktif mempertahankan perhatian orang lain dengan topik yang sedang dibahas, mampu memberikan bahasa yang memotivasi sebagai bentuk perhatian, mampu melibatkan empati dalam berkomunikasi dengan orang lain, dan mampu menjaga keajegan atau fokus pada tujuan berkomunikasi.

Berdasarkan dari indikator tersebut maka secara umum kemampuan komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan oleh peneliti untuk memaksimalkan potensi dan membantu dalam bekerja. Individu *lady yakult* membutuhkan keterampilan dalam mempresentasikan pengetahuan dan informasi ataupun idenya secara mudah dipahami oleh orang lain. Selain itu *lady yakult* membutuhkan keterampilan untuk memperdalam informasi dari narasumber dengan bahasa yang terbuka, mudah dipahami, dan focus pada tujuannya.

Selain itu dalam lingkup kerjasama dan menjalin relasi kerja juga membutuhkan kemampuan komunikasi interpersonal, sehingga dapat menjaga

dan mengembangkan kerjasama dengan orang lain, stakeholders, dan instansi lainnya. Kemampuan komunikasi interpersonal pada diri individu *lady yakult* merupakan keterampilan yang perlu untuk ditumbuhkan dengan terus berlatih dengan pelatihan ataupun kesediaan dengan kesadaran untuk membangun ruang-ruang diskusi.

Kecenderungan kemampuan komunikasi individu *lady yakult* dapat dijelaskan dengan berdasarkan indikator-indikator pembentuknya. Indikator tersebut menjelaskan mengenai sikap dan perilaku individu dalam kemampuan berkomunikasi. Individu *lady yakult* adalah SDM yang memiliki kompetensi-kompetensi khusus, sehingga perlu terus dikembangkan untuk mendukung kinerja maksimal. Salah satu standar kompetensi adalah aspek komunikasi yang baik untuk membantu proses pengiriman dan penerimaan pesan atau informasi kepada orang lain.

Kemampuan komunikasi setiap individu peneliti sangat tergantung pada tipologi kepribadian yang membentuknya. Selain itu Gungor, Kurt, dan Ekici (2014) menjelaskan bahwa tipe kepribadian akan mempengaruhi efikasi diri dari setiap orang. Hal itu didukung oleh didukung oleh Sari & Chairiyati (2013) yang menjelaskan kemampuan komunikasi interpersonal terkait dengan kepribadian seorang individu, sehingga mampu berkinerja.

Peneliti yang memiliki tipe kepribadian terbuka dengan kemampuan komunikasi yang baik dan empatik akan dapat meningkatkan efikasi diri dan harga diri dalam bekerja. Kemampuan komunikasi yang baik adalah efektif dan mampu menyentuh pada ranah interpersonal. Komunikasi interpersonal sebagai

bagian dari konsep diri, terkait penampilan *lady yakult* dalam berkomunikasi yang dapat membantu persepsi interpersonal dari lawan bicaranya. Hal itu dapat dicirikan dengan kemampuan *lady yakult* dalam memberikan umpan balik informasi atau pemahaman dari dan ke orang lain.

Berdasarkan dari indikator tersebut seharusnya keterampilan komunikasi interpersonal peneliti menjadi perhatian yang penting dan menjadi strategi utama pengembangan kompetensi *lady yakult*. Kompetensi komunikasi interpersonal selayaknya menjadi salah satu kompetensi utama yang menjadi kriteria, sehingga akan memaksimalkan produktivitas dan kinerja individu *lady yakult* dan litbang. Dimasukkan kompetensi komunikasi interpersonal individu peneliti tidaklah bertentangan dengan tugas pokoknya dan bersinergi dengan kompetensi organisasi sebagai lembaga litbang.

Selain itu peneliti yang memiliki kemampuan komunikasi interpersonal akan memberikan warna dan dampak yang lebih positif terhadap pola interaksi dengan konsumen. Ruang-ruang diskusi akan terbentuk secara natural dan pola komunikasi akan lebih terbuka, sehingga arus informasi semakin luas dan akan terbangun hubungan yang saling percaya.

Kemampuan komunikasi interpersonal yang baik pada tentunya akan memberikan dampak positif pada pencapaian suatu perusahaan karena akan meningkatkan produktivitasnya. Hal itu berhubungan dengan keterampilan *lady yakult*, sehingga akan mudah menarik konsumen.

Komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) di defenisikan oleh Joseph A. Devito dalam bukunya "The Interpersonal Communication

Book”. “The process of sending and receiving messages between two persons, or among a small group of persons, with some effect and some immediate feedback” (Devito, 1989: 4) “Proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika”.

Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung antara dua orang yang memang sedang berdua-duaan seperti suami istri yang sedang bercakap-cakap, atau antara dua orang dalam suatu pertemuan, misalnya antara penyaji makalah dengan salah seorang peserta suatu seminar (Effendy, 2003:60). Komunikasi antarpribadi adalah sangat penting dikarenakan komunikasi antarpribadi melibatkan personalnya antara dua orang atau lebih secara langsung yaitu dengan tatap muka. seperti yang dikatakan oleh R. Wayne Pace dalam Haffied Cangara bahwa “Interpersonal communication is communication involving two or more people in a face setting” (Cangara, 2008: 32).

Selain itu Onong Uchjana Effendi mengemukakan komunikasi antarpribadi dianggap paling ampuh dalam upaya mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikasi (Effendy, 2003: 62). Dari beberapa pendapat di atas dapat diketahui bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara tatap muka (face to face) maka terjadilah kontak pribadi (personal contact), sehingga hasil umpan balik berlangsung seketika, sehingga komunikator dapat mengetahui apakah komunikasinya ditanggapi positif atau negatif oleh komunikan dan hasil ini dapat dilihat dari mimik atau ekspresi wajah, jika tanggapan komunikan itu negatif maka dapat diubah gaya komunikasi tersebut.

Namun saat ini dengan perkembangan teknologi yang semakin maju memberi kemudahan dalam melakukan komunikasi antarpribadi, terkadang bertatap muka langsung(face to face) itu tidak harus bertemu secara langsung, karena dengan adanya media komunikasi sehingga dikatakan bahwa dunia itu dalam genggamannya itu terjadi. Media komunikasi yang digunakan seperti telephone, handphone, teleconference, internet,dan sebagainya.

Bahkan untuk smartphone sekarang ini yang sudah mempunyai fasilitas 4G, sudah dapat bertatap muka di depan layar secara langsung, begitu juga dengan internetdan teleconference. Pendapat lain mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan proses pengiriman dan penerimaan pesan di antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang, dengan berbagai efek dan umpan balik (feed back) (Widjaya, 2000:122).

Pendapat lain seperti Mulyana mengatakan, pemahaman tentang komunikasi bertatap muka langsung harus diawali dengan pembentukan konsep diri. Bahwa konsep diri yaitu pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu dapat diperoleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri paling dini pada umumnya dipengaruhi oleh keluarga dan orang-orang yang dekat lainnya disekitar kita. Mereka itulah disebut dengan significant other.Orang tua kita atau siapapun yang pertama kali memelihara kita, mereka itulah yang pertama kali mengetahui bagaimana kita.

Oleh karena itu,Mulyana mengatakan bahwasanya manusia itu tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya mereka tidak sadar bagaimana diri mereka sebenarnya dan kesadaran itu didapatkan dari suatu proses komunikasi

yang disebut komunikasi antarpribadi (Widjaya, 2001: 7-8). Sedangkan menurut Arni Muhammad mengatakan bahwa Komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya.

Dengan bertambahnya orang yang terlibat dalam komunikasi, menjadi bertambahlah persepsi orang dalam kejadian komunikasi sehingga bertambahlah komplekslah komunikasi tersebut. Komunikasi antarpribadi adalah membentuk hubungan dengan orang lain (Muhammad, 2002: 159).

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar-perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (tanpa podium) ataupun tidak langsung (melalui podium). Contohnya kegiatan percakapan tatap muka, percakapan melalui telephone, HP, Internet, teleconference, surat menyurat pribadi. Fokus pengamatannya adalah bentuk-bentuk dan sifat-sifat hubungan (relationship), percakapan, interaksi dan karakteristik komunikator.

Dari beberapa pendapat di atas, Widjaya menyimpulkan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
2. Mengetahui dunia luar.
3. Menciptakan dan memelihara hubungan.
4. Mengubah sikap dan perilaku.
5. Membantu orang lain (Widjaya, 2000: 123).

Tinjauan Teori-Teori Komunikasi Antarpribadi Dari tinjauan teori-teori komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) di atas Sendjaja dalam bukunya yang berjudul Teori Komunikasi menyatakan bahwa, Secara umum komunikasi antarpribadi dapat diartikan sebagai suatu proses pertukaran makna antara orang-orang yang saling berkomunikasi.

Pengertian proses mengacu pada perubahan dan tindakan (action) yang berlangsung terus-menerus. Komunikasi antarpribadi juga merupakan suatu pertukaran, yaitu tindakan menyampaikan dan menerima pesan secara timbal balik. Sedangkan makna, yaitu sesuatu yang dipertukarkan dalam proses tersebut, adalah kesamaan pemahaman di antara orang-orang yang berkomunikasi terhadap pesan-pesan yang digunakan dalam proses komunikasi (Sendjaya, 1994:41).

Dari definisi komunikasi antarpribadi (interpersonal communication) yang telah diuraikan di atas komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses yang sangat unik. Artinya kegiatan yang terjadi dalam komunikasi antarpribadi tidak seperti kegiatan lainnya, seperti menyelesaikan soal matematika, mengikuti perlombaan, menulis suatu artikel, atau merancang kampanye periklanan.

Komunikasi antarpribadi melibatkan paling sedikit 2 orang yang mempunyai sifat, pendapat, pikiran dan perilaku yang khas dan berbeda-beda. Selain itu, komunikasi antarpribadi melibatkan di antara pelaku dalam komunikasi. Dengan kata lain para pelaku komunikasi saling bertukar informasi, pikiran, gagasan, dan sebagainya.

Dengan adanya pertukaran ini komunikasi disebut sebagai komunikasi transaksional, bila kita mengatakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses transaksional, berarti:

Pertama, komunikasi antarpribadi merupakan proses; Kedua, komponen-komponennya saling tergantung (interpendensi) pelaku komunikasi bertindak sekaligus bereaksi.

Dari beberapa pengertian yang telah disebutkan di atas oleh Judi C. Pearson (1983) menyebutkan bahwa ada 6 (enam) karakteristik yang menentukan kegiatan dapat disebut sebagai komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Komunikasi pribadi dimulai dari diri sendiri (self). Maksudnya, berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pengamatan dan pemahaman berangkat dari dalam diri kita, artinya dibatasi oleh siapa diri kita dan bagaimana pengalaman kita.
2. Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional. Anggapan ini mengacu pada tindakan pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak menyampaikan dan menerima pesan.
3. Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Maksudnya komunikasi antarpribadi tidak hanya berkenaan dengan isi pesan yang dipertukarkan, tetapi juga melibatkan siapa partner komunikasi kita dan bagaimana hubungan kita dengan partner tersebut.
4. Komunikasi antarpribadi mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

5. Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling tergantung satu dengan lainnya(interdependen) dalam proses komunikasi.

6. Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang. Jika kita salah mengucapkan sesuatu kepada partner komunikasi kita, mungkin kita dapat meminta maaf dan diberi maaf, tetapi itu tidak berarti menghapus apa yang pernah kita ucapkan. Demikian pula kita tidak dapat mengulang suatu pernyataan dengan harapan untuk mendapatkan hasil yang sama, karena dalam proses komunikasi antar manusia, hal ini akan sangat tergantung dari respons partner komunikasi kita (Sendjaya, 1994: 41).

Sedangkan 3 ukuran kompetensi komunikasi, adalah :

- a. pemahaman terhadap berbagai proses komunikasi dalam berbagai konteksnya.
- b. Kemampuan perilaku komunikasi verbal dan non-verbal secara tepat.
- c. Berorientasi pada sikap positif terhadap komunikasi.

Bisa disimpulkan bahwa komunikator yang kompeten harus memiliki syarat berikut :

- a. Mengerti apa yang harus dilakukan dalam berbagai peristiwa komunikasi.
- b. Mengembangkan perilaku yang dapat menghasilkan pesan yang tepat.
- c. Peduli pada pentingnya tindakan dan proses komunikasi.

Adapun 4 tingkatan kompetensi menurut William Howel dalam Griffin, 2003:425 adalah :

- a. Unconscious Incompetence

Tidak sadar dan tidak bisa melakukan apa-apa. Dimaksud tidak sadar adalah telah salah menafsirkan pesan atau perilaku komunikasi pihak lain secara tidak

sadar. Sedangkan tidak bisa melakukan apa-apa adalah tidak cukup peduli dengan perilaku komunikasinya sendiri. Bentuk kompetensi ini adalah yang paling rendah dari bentuk lainnya.

b. Conscious Incompetence

Sadar dalam berkomunikasi, tetapi tidak bisa melakukan apa-apa. Dimaksud sadar adalah komunikasi yang dilakukannya tidak efektif dan seringkali terjebak pada salah paham, seperti penanganan konflik yang tidak produktif. Meskipun begitu, mampu melakukan apapun untuk memperbaikinya.

c. Conscious Competence

Sadar dalam hal berkomunikasi dan mampu melakukan sesuatu. Orang pada bentuk ini mampu mengontrol perilaku komunikasinya secara sadar dan melakukannya terus menerus sehingga menjadi komunikasi yang lebih efektif.

d. Unconscious Competence

Tidak sadar karena telah menjadi sebuah kebiasaan dan mampu melakukan sesuatu. Bentuk ini merupakan tingkatan paling tinggi dalam kompetensi komunikasi. Orang pada tingkatan ini memiliki kemampuan untuk menyatukan tindakan komunikasi menjadi bagian dari perilakunya sehari-hari. Dia tidak perlu lagi sibuk untuk mengatur perilakunya terus menerus karena secara otomatis dirinya telah menyesuaikan.

2.2.2 Kompetensi Komunikasi Interpersonal

Cegala, McGee dan McNellis (1996) mengatakan kompetensi komunikasi interpersonal adalah kemampuan seseorang dalam berkomunikasi secara efektif sehingga dapat melancarkan kemajuan seseorang dalam mencapai tujuan mereka dan secara simultan mencerminkan penghargaan kepada tujuan orang lain. Demikian pula, Spano dan Zimmerman (1995) mendefinisikan kompetensi komunikasi interpersonal sebagai kemampuan untuk mencapai tujuan antar pribadi sesuai dengan konteks situasional dan relasional.

Spitzberg dan Hecht (1984) mendefinisikan kompetensi komunikasi interpersonal sebagai kemampuan dalam berinteraksi dengan baik dengan orang lain, dimana baik di sini merujuk pada kualitas terhadap keakuratan, kejelasan, dapat dipahami, koherensi, keahlian, keefektifan dan kesesuaian dalam berkomunikasi.

Dari pengertian tersebut, Rubin dan Martin (1994) kemudian mengembangkan Skala Kompetensi Komunikasi interpersonal, berdasarkan hasil temuan mereka mengenai keterampilan komunikasi interpersonal yang paling penting dibutuhkan untuk mencapai komunikasi yang efektif. Keterampilan tersebut antara lain: self-disclosure, empathy, social relaxation, assertiveness, interaction management, altercentrism, expressiveness, supportiveness, immediacy, dan environmental control.

Berikut ini adalah penjelasan dari setiap keterampilan tersebut.

1. Self-disclosure.

Self-disclosure didefinisikan sebagai kemampuan untuk membuka atau mengungkapkan unsur-unsur kepribadian orang lain melalui komunikasi. Self-disclosure adalah sengaja mengungkapkan informasi yang signifikan tentang diri sendiri yang biasanya tidak diketahui oleh orang lain (Adler, Proctor, & Towne, 2005).

2. Emphaty.

Empathy adalah proses identifikasi dan artinya merasa seperti yang lain dengan menjadikan orang lain sebagai acuan dan bukan berdasarkan referensi pengalaman pribadi. Berempati adalah untuk mengambil sudut pandang lain dalam upaya untuk mengalami pikiran dan perasaan mereka (Adler, Proctor, & Towne, 2005).

3. Social relaxation.

Social relaxation adalah dimensi ketiga dari komunikasi interpersonal kompetensi dan digambarkan sebagai minimnya atau kurangnya kecemasan atau ketakutan dalam menjalani kehidupan sosial sehari-hari. Terdiri dari perasaan nyaman, ketakutan sosial yang rendah rendah, dan kemampuan untuk menangani reaksi negatif atau kritik orang lain tanpa stres.

4. Assertiveness.

Assertiveness mengacu pada perilaku memperjuangkan hak pribadi seseorang dengan mempertimbangkan hak-hak orang lain. Komunikator yang asertif mengungkapkan kebutuhan mereka, mereka tidak menyerang atau menegasikan kebutuhan orang dan menjaga martabat mereka (Adler, Proctor, & Towne, 2005).

5. Interaction Management.

Interaction management, merupakan kemampuan seseorang untuk menangani prosedur ritual dalam percakapan sehari-hari seperti membahas topik yang akan dibicarakan, melakukan percakapan secara bergantian, memulai dan mengakhiri percakapan, dan mengembangkan topik percakapan.

6. Altercentrism.

Altercentrism dimensi keenam, termasuk didalamnya menunjukkan ketertarikan terhadap topik yang dimulai oleh orang lain, perhatian penuh pada apa yang mereka katakan dan bagaimana mereka mengatakannya, tanggap tidak hanya dari apa yang dikatakan tetapi juga apa yang tidak dikatakan, responsif terhadap apa yang lawan bicara pikirkan, dan mampu beradaptasi selama percakapan.

7. Expressiveness.

Dimensi ketujuh adalah dimensi expressiveness, yaitu kemampuan untuk mengkomunikasikan perasaan melalui perilaku nonverbal dan komunikasi verbal dari pikiran dan perasaan. Termasuk di dalamnya perilaku nonverbal seperti

ekspresi wajah, gerak tubuh, penggunaan kata-kata yang tepat dalam mengekspresikan diri seseorang.

8. Supportiveness.

Supportiveness adalah kemampuan dalam memberikan tanggapan yang menunjukkan solidaritas dengan situasi lain (Adler, Proctor, & Towne, 2005). Tujuannya adalah agar perasaan yang dimiliki dari kedua orang sama. Akibatnya, komunikasi menjadi jauh lebih mudah.

9. Immediacy.

Immediacy, keterampilan kesembilan, mengacu kepada kesediaan untuk didekati dan tersedia untuk komunikasi.

10. Environmental Control

Environmental control menunjukkan kemampuan seseorang untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dan dapat memenuhi kebutuhan pribadi, kemampuan untuk menangani konflik dan memecahkan masalah dalam suasana kooperatif, dan kemampuan untuk mendapatkan kepatuhan dari yang lain

2.2.3 Pengertian dan Manfaat Life Skills

1. Pengertian Life Skills

Menurut definisi World Health Organization (WHO), life skills atau keterampilan hidup adalah kemampuan untuk berperilaku yang adaptif dan positif yang membuat seseorang dapat menyelesaikan kebutuhan dan tantangan sehari-hari dengan efektif. Menurut Brolin life skills atau kecakapan hidup adalah sebagai kontinum pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan oleh seseorang agar menjadi independen dalam kehidupan.

Pendapat lain mengatakan bahwa life skill merupakan kecakapan yang harus dimiliki oleh seseorang agar dapat bahagia dalam kehidupan. Malik Fajar mengatakan bahwa life skills adalah kecakapan yang dibutuhkan untuk bekerja selain kecakapan dalam bidang akademik. Sedangkan Slamet PH mendefinisikan life skills adalah kemampuan, kesanggupan dan keterampilan yang diperlukan oleh seseorang untuk menjalankan kehidupan dengan nikmat dan bahagia. Kecakapan tersebut mencakup segala aspek sikap perilaku manusia sebagai bekal untuk menjalankan kehidupannya.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Kecakapan Hidup (life skills) diartikan sebagai kecakapan yang dimiliki seseorang untuk mau dan berani menghadapi problema hidup dan penghidupan secara wajar tanpa merasa tertekan, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari serta menemukan solusi sehingga akhirnya mampu mengatasinya.

Unsur-unsur life skills beserta nilai, kemampuan dan sikap yang diperlukan adalah:

1. Understanding oneself and others

Mengenal diri sendiri, memahami orang lain, empati, konsep diri, kepekaan nurani, nilai nilai, tujuan hidup, stress management, kehidupan spiritual

2. Communicating

Kemampuan mendengar, kemampuan bicara, komunikasi non verbal, menulis, ekspresi diri, kiasan tubuh

3. Getting along with others

Perhatian pada sesama. Empati, kemampuan bergaul, menerima orang lain apa adanya, curhat, bekerja sama dalam teamwork

4. Learning to Learn

Kreatifitas, pencarian sumber informasi, mengorganisir informasi, kemampuan bertanya, kemauan berexperimen, mengajar, belajar, pola dan tehnik belajar

5. Making decision

Identifikasi masalah, sumber informasi, pengumpulan informasi, goal settings, pengumpulan alternatives, process pengambilan keputusan, mendefinisikan masalah

6. Managing

Time management, pengorganisasian, tujuan, perencanaan, supervise, pengontrolan, refleksi, evaluasi, mobilisasi.

7. Working with group

Kerja sama, penyampaian informasi, komunikasi, feedback, kebutuhan kelompok, kebutuhan individual, lingkungan, motivasi, saling menghormati.

2. Manfaat Life Skills

Manfaat dari life skills adalah:

1. Berani menghadapi problema hidup dan penghidupan secara wajar tanpa merasa tertekan
2. Tidak mudah merasakan stress
3. Dapat menemukan solusi secara proaktif dan kreatif
4. Mampu menyikapi problema secara tenang

2.2.4 Pengertian dan Manfaat Hard Skills

1. Pengertian Hard Skills

Hard skill adalah kemampuan yang dapat menghasilkan sesuatu sifatnya visible dan immediate. Hard skills merupakan penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya. Hardskill adalah keterampilan teknis yang melekat atau dibutuhkan untuk profesi tertentu. Hard skill dapat dinilai dari technical test atau practical test. Dari definisi

diatas dapat diartikan Hard skill adalah penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi dan ketrampilan teknis yang berhubungan dengan bidang ilmunya.

2. Manfaat Hard Skills

Manfaat memiliki hard skills adalah:

1. Dapat menguasai bidang yang ditekuni
2. Mampu menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi secara rasional
3. Dapat menciptakan suatu karya melalui ilmu pengetahuan yang dimiliki

2.2.5 Pengertian dan Manfaat Soft Skills

1. Pengertian Soft Skills

Soft skill adalah keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain (Interpersonnal SKills) dan ketrampilan dalam mengatur dirinya sendiri (Intrapersonnal skills) yang mampu mengembangkan unjuk kerja secara maksimal. Soft skills adalah keterampilan seseorang dalam berhubungan dengan orang lain (termasuk dengan dirinya sendiri).

Menurut Ramdhani (2008) Soft skill sering juga disebut keterampilan lunak adalah keterampilan yang digunakan dalam berhubungan dan bekerjasama dengan orang lain. Contoh soft skill antara lain: kemampuan beradaptasi, komunikasi, kepemimpinan, pengambilan keputusan, pemecahan masalah, conflict resolution , dan lain sebagainya.

Adapun macam-macam soft skills adalah:

1. Inisiatif

Inisiatif dekat hubungannya dengan kepeloporan. Para pelopor adalah pribadi-pribadi yang memiliki kekuatan inisiatif kerja yang menembus ruang-ruang waktu. Inisiator seringkali mengawali kerjanya dari kritik terhadap realitas. Terlebih ketika mereka melihat adanya jarak yang menjeda antara cita-cita dengan karakter zaman.

2. Kemauan

Kemauan adalah kata kunci dari segala sukses. Punya bakat dan ilmu tidak akan membuat kita sukses. Keinginan harus disertai dengan tindakan untuk mewujudkannya. Bukan hanya sekedar ingin tetapi harus mau dan berusaha memperjuangkannya.

3. Komitmen

Komitmen adalah sesuatu yang melampaui segala bentuk perbedaan, perselisihan dan pertengkaran. Ia tidak dapat dihancurkan oleh kekurangan, kelemahan maupun keterbatasan lahiriah karena ketika kita berani mengikatkan diri dalam sebuah komitmen, kita telah 'mati' terhadap kepentingan diri sendiri.

4. Motivasi

Motivasi adalah sebuah alasan atau dorongan seseorang untuk bertindak. Alasan atau dorongan itu bisa datang dari luar maupun dari dalam diri. Sebenarnya pada dasarnya semua motivasi itu datang dari dalam diri, faktor luar hanyalah pemicu munculnya motivasi tersebut.

5. Kreativitas

Kreativitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada. Dari sudut pandang keilmuan, hasil dari pemikiran kreatif (kadang disebut pemikiran divergen) biasanya dianggap memiliki keaslian dan kepantasan, tindakan membuat sesuatu yang baru.

6. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya.

7. Berfikir kritis

Berfikir kritis adalah suatu aktifitas kognitif yang berkaitan dengan penggunaan nalar. Belajar untuk berpikir kritis berarti menggunakan proses-proses mental, seperti memperhatikan, mengkategorikan, seleksi, dan menilai/memutuskan.

8. Mandiri

Mandiri adalah melakukan perencanaan hidup dengan baik, bertanggung jawab, dengan sadar akan resiko setiap melakukan sesuatu, dan tanpa campur tangan orang lain. Mandiri juga berarti mengetahui dan memahami mana yang benar dan yang salah, jadi bisa menentukan sikap dengan berlandaskan pemikiran dan pengetahuan sendiri, tanpa *dibumbui atau dipengaruhi* orang lain. Mandiri itu pada intinya tidak mudah minta belas kasihan pada orang lain.

9. Integritas diri

Integritas diri adalah suatu pemahaman tentang terwujudnya perkembangan yang seimbang dan sinergis atas berbagai dimensi diri. Terwujudnya perkembangan diri pribadi secara utuh, tanpa satu pun aspek atau dimensi yang terabaikan. Adanya perhatian yang seimbang, tepat dan proporsional terhadap semua dimensi diri.

10. Disiplin

Disiplin adalah kepatuhan untuk menghormati dan melaksanakan suatu sistem yang mengharuskan orang untuk tunduk kepada keputusan, perintah dan peraturan yang berlaku. Dengan kata lain, disiplin adalah sikap menaati peraturan dan ketentuan yang telah ditetapkan tanpa pamrih.

2. Manfaat Soft Skills

Manfaat dari adanya soft skills adalah:

1. Sebagai atribut kualitas jasa
2. Dapat bersifat mandiri
3. Softskill dapat membangun karakter
4. Membangun kepribadian yang berkualitas
5. Menumbuhkan rasa percaya diri
6. Dapat bersosialisasi dalam team
7. Menumbuhkan kepekaan wawasan pemikiran dan kepribadian kita
8. Juga dapat membentuk jiwa yang kritis di dalam diri kita.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari Laporan Kunjungan Industri (KI) ini adalah dapat menambah pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada mahasiswa/i yang telah mengikuti kegiatan Kunjungan Industri (KI) dan juga agar diharapkan dapat berfikir maju, kreatif, dan efisien sehingga dapat mengurangi perilaku yang bersifat negatif seperti kenakalan remaja karena bakat dan kemampuannya lebih tersalur kepada hal-hal yang positif yang akan berguna bagi kehidupannya baik sekarang maupun yang akan datang dari pola komunikasi yang telah tersusun secara efisien.

Kemampuan berkomunikasi secara efektif sangat diperlukan dalam segala bidang pekerjaan, terutama pekerjaan yang bersentuhan langsung dengan pelanggan. Salah satu pekerjaan yang bersentuhan langsung dengan pelanggan adalah *Lady yakult*. *Lady Yakult* harus menguasai kemampuan komunikasi yang efektif, terutama kemampuan komunikasi *Inter Personal*.

Produksi yang dihasilkan “PT. Yakult Indonesia Persada” memberikan pengetahuan baik dibidang usaha maupun pola komunikasi yang mana terjalannya komunikasi yang baik antara karyawan maupun atasan sehingga “PT. Yakult Indonesia Persada” dapat berkembang dengan pesat dan produknya dapat dirasakan di seluruh penjuru Indonesia melalui baik *Lady yakult* maupun tiap toko-

toko yang tersedia dengan komunikasi yang baik hingga produk sampai ke pelanggan dengan keadaan yang baik .

3.2 Saran

Adapun saran yang akan saya berikan menurut saya yaitu :

1. Baiknya dosen pembimbing yang memegang bimbingan Laporan Kunjungan Industri (KI) ikut serta dalam Kunjungan Industri (KI) agar dapat tahu mana yang kurang dan dibutuhkan mahasiswa dalam bimbingan Laporan Kunjungan Industri (KI) sebagai bahan revisi
2. Pada saat melakukan Kunjungan Industri agar diberikan satu karyawan atau seorang pekerja dari perusahaan yang menjadi tempat Kunjungan Industri (KI) agar mahasiswa dapat bertanya dan sedikit berwawancara mengenai hal-hal yang menyangkut dalam Laporan Kunjungan Industri (KI).

Daftar Pustaka

www.yakult.co.id

Ebook Metode Penelitian oleh Yuliana Rakhmawati

http://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wpcontent/uploads/2019/07/Metode_Penelitian_Komunikasi_Yuliana.pdf di akses pada 23/01/2021

Supratiknya. 1995. Komunikasi Antarpribadi. 1995. Yogyakarta: Kanisius.

Ferris, G.R, Prati, L.M, Douglas, C., Ammer, A.P, Buckley, M.R. 2003.

“Emotional Intelegence, Leadership Effectiveness, And Team Outcomes”.

The International Journal of Organization Analysis, Vol 11, No. 1, 2003

Goleman, D., 1998. Working With Emotional Intelegence. Jakarta:

PT Gramedia Pustaka Utama.

Goleman, D., Boyatzis, R., McKee, A. 2002. Primal Leadership: Realizing the

Power of Emotional Intelligence. Harvard Business School Press, Boston.

Meinanda, T. 1981. Pengantar Ilmu Komunikasi dan Jurnalistik. Bandung:

Armico.

Mulyana, D.2001. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosda

Karya.

Liliweri, Alo. 1997. Komunikasi Antar Pribadi. Bandung: Citra Aditya Bhakti.

Jurnal Pekommas Vol. 1 No. 2, Oktober 2016 di tulis oleh Mia Rahma Romadona

<https://media.neliti.com/media/publications/222387-interpersonal-communication-competency-o-70cd107b.pdf> di akses 10/02/2020

3.3 LAMPIRAN





