

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF OLEH MEMBER
PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM) ASAYAMA
FAMILY CLUB DI INSTAGRAM**



Fellycia Indriyani Pratama

18.M1.0124

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF OLEH MEMBER
PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM) ASAYAMA
FAMILY CLUB DI INSTAGRAM**

Diajukan Kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi Guna Memenuhi Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Fellycia Indriyani Pratama

18.M1.0124

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fellycia Indriyani Pratama
NIM : 18.M1.0124
Progdi/ Konsentrasi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF OLEH MEMBER PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM) ASAYAMA FAMILY CLUB DI INSTAGRAM tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 27 Juli 2022

Yang memberi pernyataan,



Fellycia Indriyani Pratama

18.M1.0124

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF OLEH MEMBER
PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM) ASAYAMA
FAMILY CLUB DI INSTAGRAM**

Disusun oleh :

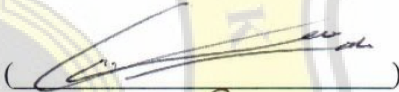
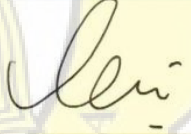
Nama : Fellycia Indriyani Pratama

NIM : 18.M1.0124

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: Rabu, 27 Juli 2022

Dewan Penguji:

1. Drs. St. Hardiyarso, M. Hum. ()
2. Bernadeta Lenny Setyowati, SS., M.I.Kom. ()
3. Emanuela Agra S.K.D., S.I.Kom., M.A. ()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal:

Rabu, 27 Juli 2022




Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fellycia Indriyani Pratama
Program Studi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF OLEH MEMBER PERUSAHAAN MULTI LEVEL MARKETING (MLM) ASAYAMA FAMILY CLUB DI INSTAGRAM** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan hak bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selamat tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Juli 2022

Yang memberi pernyataan,



Fellycia Indriyani Pratama

18.M1.0124

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus. Ucapan syukur berlimpah atas terselesainya skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif oleh Member Perusahaan Multi Level Marketing (MLM) Asayama Family Club di Instagram”. Skripsi ini berhasil dibuat atas dukungan moril, material bahkan kekuatan rahmat oleh beberapa pihak yang pantas penulis ucapkan terimakasih dan rasa hormat yang tinggi kepada:

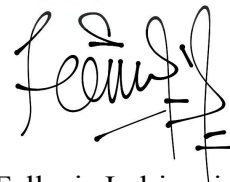
1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat melimpah selama penulis melakukan dan mengerjakan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing 1, Bapak Drs. St. Hardiyarso M. Hum. yang senantiasa membimbing selama proses pengerjaan ini dari awal hingga akhir.
3. Dosen pembimbing 2, Ibu Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. yang juga senantiasa membimbing selama proses pengerjaan ini dari awal hingga akhir.
4. Para informan dalam penelitian ini, pemilik akun @rickybastila, @margarethapriliay dan @vincentiusandre98 yang senantiasa meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penelitian ini hingga dapat menemukan hasil penemuan berdasarkan hipotesis dan rumusan masalah yang dibuat dalam penelitian ini.
5. Orangtua yang selalu mendukung, Papa dan Mama dalam segala bentuk kepeduliannya selama penulis melakukan studi di Fakultas Hukum dan Komunikasi ini baik secara material maupun moril hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Kekasih yang selalu mendukung saya, Ricky, dalam mendengarkan segala keluh kesah dan memberi semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Sahabat yang sangat perhatian, Celia, dalam mendukung dan memberi semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Sahabat yang selalu menemani dan membantu, Nisa, dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Sahabat yang selalu membantu dan mengajari, Vina, dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Adek-adek yang selalu mendukung, Fallencia dan Fichiello yang selalu mendukung dan memberi semangat selama proses pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga berkat dan kasih berlimpah menaungi semua pihak yang telah membantu selama ini. Semoga skripsi ini akhirnya berguna dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 8 Juli 2022

Yang memberi pernyataan,



Fellycia Indriyani Pratama

18.M1.0124

ABSTRAK

Dunia bisnis berkaitan erat dengan komunikasi. Dalam menerapkan kegiatan bisnis, diperlukan strategi berupa komunikasi yang persuasif dan tepat untuk mengembangkan suatu bisnis agar dapat bertahan dan berkembang. Dalam mengembangkan promosi dan komunikasi yang persuasif, perusahaan mengembangkan strategi dalam sistem yang sedang marak digunakan saat ini yaitu sistem *multi level marketing (MLM)*. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif yang berfokus pada tiga orang informan yang menjalani bisnis dalam sistem *multi level marketing (MLM)*. Perusahaan *multi level marketing (MLM)* yang dipilih dalam penelitian ini adalah perusahaan milik AFC (*Asayama Family Club*). Penulis berfokus untuk melihat strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh member (*Asayama Family Club*) melalui media sosial *Instagram*. Metode penelitian yang dilakukan untuk mencapai hasil penelitian dan keabsahan data yaitu seperti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Proses komunikasi yang dilakukan oleh ketiga informan menerapkan teori komunikasi yang digunakan oleh Ardianto dan Arianto demi mencapai tujuan komunikasi persuasif itu sendiri seperti memberikan informasi, memberi persuasi dan juga untuk mengingatkan kembali. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh member (*Asayama Family Club*) melalui media sosial *Instagram* memiliki pola dasar seperti menunjukkan sifat seperti kejelasan obyektif sebagai acuan penerapan komunikasi persuasif, kejelasan penggunaan media yaitu media sosial *instagram* sebagai salah satu metode yang digunakan, pesan yang kreatif yang disampaikan melalui konten yang dibuat oleh ketiga informan, penggalan *database* yang sesuai melalui penggunaan fitur di *instagram* dalam setiap konten yang diunggah oleh informan dan juga penerapan *fulfillment* yang merupakan cara dan strategi yang digunakan dari perkenalan hingga *closing*.

Kata kunci: *Multi Level Marketing (MLM)*, Komunikasi persuasif, Komunikasi di media sosial.

ABSTRACT

The business world is closely related to communication. In implementing business activities, a strategy in the form of persuasive and appropriate communication is needed to develop a business so that it can survive and thrive. In developing promotions and persuasive communications, the company develops strategies in a system that is currently being widely used, namely the multi-level marketing (MLM) system. This research is descriptive qualitative which focuses on three informants who run a business in a multi-level marketing (MLM) system. The multi-level marketing (MLM) company selected in this study is a company owned by AFC (Asayama Family Club). The author focused on looking at the persuasive communication strategies implemented by members (Asayama Family Club) through Instagram social media. The research method used to achieve research results and data validity is such as conducting interviews, observations and documentation. The communication process carried out by the three informants applied the communication theory used by Ardianto and Arianto in order to achieve the goal of persuasive communication itself, such as providing information, giving persuasion and also to remind. The results of this study indicated that the persuasive communication strategy applied by members (Asayama Family Club) through Instagram social media has basic patterns such as showing characteristics such as objective clarity as a reference for the application of persuasive communication, clarity of media use, namely social media Instagram as one of the methods used, creative messages conveyed through the content created by the three informants, extracting the appropriate database through the use of features on Instagram in every content uploaded by the informants and also the application of fulfillment which is the method and strategy used from introduction to closing.

Keywords: Multi Level Marketing (MLM), persuasive communication, communication on social media.

DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	
Lembar Pengesahan.....	
Kata Pengantar.....	
Abstrak.....	
Abstract.....	
Daftar Isi.....	
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
1.4 Lokasi dan Tatakala Penelitian.....	5
BAB II Tinjauan Pustaka.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Komunikasi Persuasif dalam Dunia Bisnis.....	9
2.2.2 Bisnis Multi Level Marketing	10
2.2.3 AFC (Asayama Family Club).....	13
2.2.4 Peran Media Sosial dalam Komunikasi Persuasif.....	14
2.2.5 Instagram.....	15
2.3 Kerangka Berpikir.....	17

BAB III Metode Penelitian.....	19
3.1 Metode Riset.....	19
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Pencatatan Data.....	20
3.4 Teknik Analisis Data.....	21
3.5 Penarikan kesimpulan.....	21
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	22
4.1 Tentang Multi Level Marketing.....	22
4.2 Detail AFC (Asayama Family Club).....	22
4.3 Identitas Subyek Penelitian.....	23
4.4 Komunikasi Persuasif oleh Para Member AFC.....	25
4.5 Pengaruh Sosial Media dalam Bisnis MLM AFC.....	28
4.6 Komunikasi Persuasif oleh Member AFC.....	34
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	47
Daftar Pustaka.....	48
Lampiran.....	50
A. Hasil	
Wawancara.....	50
B. Dokumentasi.....	54

DAFTAR TABEL

1.4 Tatakala Penelitian.....	5
4.1 Identitas Member AFC (<i>Asayama Family Club</i>).....	24



DAFTAR GAMBAR

1.1	Contoh Bentuk Jaringan MLM di AFC (<i>Asayama Family Club</i>).....	11
1.2	Perbedaan Pemasaran di MLM dengan Pemasaran Biasa.....	12
1.3	Tentang Logo AFC (<i>Asayama Family Club</i>).....	13
1.4	Tampilan Logo AFC (<i>Asayama Family Club</i>).....	15
1.5	Kerangka Berpikir.....	17
4.1	Pohon MLM (<i>Multi Level Marketing</i>).....	21
4.2	Akun <i>Instagram @dreamchaser</i>	23
4.3	Akun <i>Instagram</i> Masing-masing Informan.....	24
4.4	Kalimat Persuasif dalam Akun <i>@rickybastila</i>	25
4.5	Kalimat Persuasif dalam Akun <i>@vincentiusandre98</i>	25
4.6	Kalimat Persuasif dalam Akun <i>@margarethapriliay</i>	25
4.7	Sistem <i>Polling Instagram</i>	25
4.8	Pengumuman <i>Live</i> di Fitur <i>Instagram</i>	27
4.9	Postingan <i>Repost Instagram</i>	28
4.10	Postingan <i>Repost Instagram</i>	29
4.11	Ringkasan <i>Pairing Objektif</i> milik AFC (<i>Asayama Family Club</i>).....	31
4.12	<i>Highlight @rickybastila</i> dengan <i>Judul Cuan Cuan Cuan</i>	32
4.13	Tampilan <i>Feed Instagram</i> dalam komunikasi persuasif.....	33
4.14	Reaksi Komunikasi Persuasif dari <i>Feed Instagram</i>	33
4.15	Tampilan <i>Profile Instagram</i>	34
4.16	Nilai Kreatif dalam Komunikasi Persuasif.....	35
4.17	Hasil Respon Nilai Kreatif di <i>Instagram</i>	37

4.18	Hasil <i>Polling Story Instagram</i>	37
4.19	Pesan <i>Direct Message</i> Tertarik dengan MLM.....	38

