

ABSTRACT

R. Nugroho Ap. 2016. Patterns Of Communication By Members Melia Healthy Prosperous Creating Word Of Mouth. Thesis. Faculty of Social and Cultural Science, Trunojoyo University of Madura.

Advisors : Muhtar Wahyudi, S.Sos, MA

This research conducted on community members Melia Healthy Prosperous in Bangkalan. The discussion in this study of how members as leaders and junior leaders community Melia Healthy Prosperous in Bangkalan in the business market, at the same time seeking the creation *Word of Mouth Communication* to consumers or prospective members.

The design of this research is part of the process *Word of Mouth*, as a members Melia Healthy Prosperous which sought through a number of marketing elements. The unit of analysis in this study using the discussion groove which has a unit of communication, *Word of Mouth*, and conversation analysis. This study used descriptive qualitative. Data collection methods used by interview and documentation study.

Research shows that members of the community Melia Healthy Prosperous has concentrated its marketing activities at the same time seeking the creation *Word of Mouth* through talking, promoting, and Selling. Talking, refer to the conversations that occur around the business products, where talks can be more clear and focused with the intention of linking goals and planning on the course of business of the community Healthy Prosperous in Bangkalan. Promoting, is promotional activity that has a number of elements at the same time seeking the creation *Word of Mouth* to consumers or prospective members which include, phase commit prospects, media channels, participation, and monitoring and evaluation. In doing prospects, members sought through a persuasive speech topic talks persuasively. Participation is an effort to steer through ways such as the availability of facilities and prospect information in the early stages, while guidance including ways to ease access to the learning system and coordination. Discussion on monitoring and evaluation of the strengths and weaknesses in order to create *Word of Mouth* as well as a part in analyzing the conversations that have been carried out by members, especially as a leaders.

Keywords : Members (leaders and Junior Leaders), Promotion, Word of Mouth.

ABSTRAK

R. Nugroho Ap. 2016. Pola Komunikasi oleh Member Melia Sehat Sejahtera Dalam Menciptakan WOM. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura.

Pembimbing: Muhtar Wahyudi, S.Sos, MA

Penelitian ini dilakukan pada member komunitas Melia Sehat Sejahtera di Bangkalan. Pembahasan dalam penelitian ini mengenai bagaimana Member sebagai *Leader dan Junior Leader* komunitas Melia Sehat Sejahtera di Bangkalan dalam memasarkan bisnisnya tersebut, sekaligus mengupayakan terciptanya *Word of Mouth Communication* terhadap konsumen atau calon member.

Desain dalam penelitian ini merupakan bagian dari proses *Word of Mouth*, sebagai member Melia Sehat Sejahtera yang mengupayakan melalui sejumlah elemen marketingnya. Mengenai unit analisis dalam penelitian ini menggunakan alur pembahasan yang memiliki bagian unit dari komunikasi, *Word of Mouth*, dan analisis percakapan. Penelitian disini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa member dalam komunitas Melia Sehat Sejahtera telah memusatkan kegiatan pemasaran sekaligus mengupayakan terciptanya *Word of Mouth* melalui talking, promoting, dan Selling. Talking, merujuk pada pembicaraan yang terjadi seputar bisnis produk, dimana pembicaraan dapat bersifat lebih jelas dan fokus dengan maksud menghubungkan tujuan dan perencanaan terhadap jalannya bisnis dari komunitas Melia Sehat Sejahtera di Bangkalan. Promoting, merupakan aktivitas promosi yang memiliki sejumlah elemen sekaligus mengupayakan terciptanya *Word of Mouth* terhadap konsumen atau calon member yang diantaranya, tahap melakukan prospek, saluran media, partisipasi, beserta monitoring dan evaluasi. Dalam melakukan prospek, member mengupayakan melalui topic pembicaraan secara persuasif. Partisipasi merupakan upaya dalam mengarahkan melalui cara-cara berupa ketersediaan fasilitas dan informasi dalam tahap awal prospek, sedangkan bimbingan termasuk cara-cara kemudahan akses dalam sistem pembelajaran dan kordinasi. Pembahasan mengenai monitoring dan evaluasi yang dilakukan mengenai kekuatan dan kelemahan dalam upaya menciptakan *Word of Mouth* sekaligus menjadi bagian dalam menganalisa percakapan yang telah dilakukan oleh member, khususnya sebagai Leader.

Kata Kunci : *Member (leader dan Junior Leader), Promosi, Word of Mouth*

DAFTAR ISI

Halaman Cover	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Persetujuan	iv
Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan Publikasi	vi
Motto	vii
Ucapan terimakasih	viii
Kata Pengantar.....	ix
Abstract.....	x
Abstrak.....	xi
Daftar isi	xii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

2.1.1. Pengertian komunikasi.....	11
2.1.2. Unsur - Unsur Komunikasi.....	12

2.2. Komunikasi Pemasaran

2.2.1. Proses Komunikasi Pemasaran	16
--	----

2.2.2. Saluran Komunikasi.....	16
2.2.3. Word Of Mouth	
2.2.3.1. Menciptakan Word Of Mouth	17
2.2.3.2. Marketing Word Of Mouth.....	19
2.3. Kajian Teori Komunikasi (Percakapan)	
2.3.1. Analisis Percakapan.....	22
2.3.1.1. Prinsip Dalam Percakapan.....	25
2.3.1.2. Argumentasi Dalam Percakapan.....	27
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	34
3.2. Unit Analisis	34
3.3. Subyek dan Objek Penelitian.....	37
3.4. Informan	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	39
3.6. Analisa Data.....	40
3.7. Validitas Data	
3.7.1. Triangulasi Data.....	40
BAB IV	
TINJAUAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
4.1 Subjek Penelitian	47
4.1.1 Profil Informan	48
4.2 PT Melia Sejahtera	
4.2.1 Sejarah perusahaan	49
4.2.2 Lima Pilar Perusahaan	50
BAB 5	
HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1 Komunitas MSS di Bangkalan Dalam Komunitas WOM	

5.1.1 Member Komunitas MSS di Bangkalan Dalam Mengupayakan Terciptanya Komunikasi WOM Terhadap Konsumen Atau Calon Member	58
---	----

5.2 Komunitas MSS di Bangkalan Dalam Menciptakan WOM Terhadap Konsumen atau Calon Member

5.2.1 Sistem Pembelajaran Dan Pematangan Kepada Member Komunitas MSS di Bangkalan.....	64
5.2.2 Promosi Bisnis MSS oleh Member Terhadap Konsumen atau Calon Member	68
5.2.2.1 Tahap Prospek oleh Konsumen MSS di bangkalan dalam Menciptakan WOM Terhadap Konsumen atau Calon member.....	71
5.2.2.2 Media Komunitas MSS di bangkalan Dalam menciptakan WOM terhadap Konsumen atau calon Member.....	78
5.2.2.3 Partisipasi Komunitas MSS di bangkalan Dalam Menciptakan WOM terhadap Konsumen atau Calon member	81
5.2.3 Selling, Perekrutan Member oleh Komunitas MSS Di Bangkalan	84
5.3 Monitoring dan evaluasi Komunitas MSS di bangkalan, dalam Mengupayakan WOM dan Perekrutan Terhadap Calon member	85
5.3.1 Analisis percakapan member sebagai leader komunitas MSS di Bangkalan dalam mengupayakan WOM dan Perekrutan Terhadap Calon Member	88
5.3.2 Kekuatan dalam mengupayakan terciptannya WOM oleh Komunitas MSS di Bangkalan.....	97

BAB VI

PENUTUP

6.1 Simpulan.....	101
6.2 Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA	107
-----------------------------	------------

LAMPIRAN