



**ANALISIS IMPLEMENTASI *WORD OF MOUTH* BARANG  
BEKAS**

**(Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok Depok)**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCA SARJANA**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**2016**



**ANALISIS IMPLEMENTASI *WORD OF MOUTH* BARANG  
BEKAS**

**(Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok Depok)**

**TESIS**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
RUSMAN LATIEF**

**55213120018**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCA SARJANA**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**2016**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Rusman Latief
2. NIM : 55213120018
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : Analisis Implementasi *Word of Mouth* Barang Bekas (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok Depok)

Jakarta, 12 Januari 2016

Dosen Pembimbing

Dr. Henni Gusfa, M.Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBARAN TANDA LULUS SIDANG


7. Judul : Analisis Implementasi *Word of Mouth* Barang Bekas (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok Depok)
8. Nama : Rusman Latief
9. NIM : 55213120018
10. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
11. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
12. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
13. Tanggal : 26 Januari 2016

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Januari 2016


Mengetahui,

1. Ketua Sidang:  
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



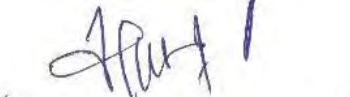
(.....)

2. Penguji Ahli:  
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si



(.....)

3. Pembimbing:  
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**


LEMBARAN PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

14. Judul : Analisis Implementasi *Word of Mouth* Barang Bekas (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok Depok)
15. Nama : Rusman Latief
16. NIM : 55213120018
17. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
18. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
19. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
20. Tanggal : 29 Januari 2016

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 29 Januari 2016


Mengetahui,

4. Ketua Sidang:  
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



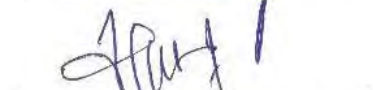
(.....)

5. Penguji Ahli:  
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si



(.....)

6. Pembimbing:  
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

LEMBARAN PENGESAHAN TESIS

21. Nama : Rusman Latief  
22. NIM : 55213120018  
23. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
24. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
25. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*  
26. Judul : Analisis Implementasi *Word of Mouth* Barang  
Bekas (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall  
Rongsok Depok)

Jakarta, 10 Februari 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Dr. Henni Gusfa, M.Si

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik. J.Rachbini

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan Tesis ini:

Judul : Analisis Implementasi *Word of Mouth* Barang Berkas  
(Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok  
Depok)

Nama : Rusman Latief

NIM : 55255213120018

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 26 Januari 2016

Merupakan hasil penelitian dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang telah ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelas ke sarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 26 Januari 2016



METERAI  
TEMPEL  
1CD44ADF428665539  
5000  
RIBU RUPIAH  
Rusman Latief

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini yang berjudul: Analisis Implementasi *Word of Mouth* Barang Bekas (Studi Kasus Komunikasi Pemasaran Mall Rongsok Depok).

Tesis ini ditulis dalam memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang implementasi *word of mouth* barang bekas di Mall Rongsok Depok.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada, Dr. Henni Gusfa, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga selesai.

Penulis juga berterima kasih kepada: Dr. Mulyana, M.Si, selaku penguji pada seminar proposal, Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku penguji pada ujian tesis, Prof. Dr. Didik J. Rachhini, selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterima kasih kepada ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, Dr. Nur Kholisoh, M.Si. Demikian juga penulis sampaikan terima kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk sahabat-sahabat di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana angkatan 2013 yang secara aktif memberikan masukan-masukan melalui diskusi serius dan kritis.

Terima kasih sahabat-sahabat yang luar biasa: Frans Thomas, Andra Gustian, Abbas Yahya, Andi Andrianto, Novrian, Putiarsa Bagus Wibowo, Tantri Relatami, Mustofa, Ayu Rizki Wahyuni, Fitria Komalasari, Joko Prihatin, Heni Kholiawati, Budi Margono, Jatra Merie Ardhiana, Aji Bandung Prianggoda, Simon Sugito, Rasmadiyah, Tatik Purwaningsih, Abdul Karim, Kenis Setyoningsih, Adrian Arditiar, Muhammad Rifky Al Fitrah, Retta Mona Sativa Gultom, Ria Restina Robiyanti, Frets Ferdinan, Ariroh Rezeki Matanari, Nursyafa Amahoru, Nurratri Hastorini, Ida Fitri Halili, dan Dara Yulita.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada, Nurcholis Agie, selaku pemilik Mall Rongsok, Ibu Sulistianingsih, Osman Sosiawan, selaku produser Elshinta TV yang pertama kali meliput Mall Rongsok, para informan sudah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan wawancara dengan penulis.

Terima kasih juga Manajemen Politeknik Negeri Media Kreatif (Polimedia) Jakarta: Direktur Polimedia, Sarmada, S.sos., M.Si. Ketua Jurusan Penerbitan Polimedia, Drs. Benget Simamora, M.M. Sekretaris Jurusan Penerbitan Polimedia, Drs. Jimmy Paat, M.Si., Ketua Program Studi Broadcast



Polimedia, Lambok Risdianto, S.Sn., yang selalu memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan studi di Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Akhir penulis mengucapkan terima kasih kepada istri tercinta Dra. Yusiatie Utud, MM, M.Si dan anakku tercinta Muhammad Wira Akira, S.T, dan Raja Daffa Abdullah dengan penuh kasih sayang dan kesabaran mendampingi penulis untuk menyelesaikan karya Ilmiah ini. Kiranya hasil penelitian ini memberi sumbangsih dalam perkembangan ilmu komunikasi pemasaran, khususnya metode *word of mouth* di Indonesia.

Depok, Februari 2016  
Penulis

Rusman Latief  
55213120018



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TESIS</b> .....	ii
<b>LEMBARANN TANDA LULUS SIDANG</b> .....	iii
<b>LEMBARAN PENGESAHAN PERBAIKAN</b> .....	iv
<b>LEMBARAN PENGESAHAN TESIS</b> .....	v
<b>PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Aspek Teoritis.....	12
1.4.2 Aspek Akademis.....	12
1.4.3 Aspek Praktis.....	12
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.2 Analisis.....	30
2.3 Implementasi.....	31
2.4 Komunikasi.....	32
2.5 Pemasaran.....	34
2.6 Komunikasi Pemasaran.....	36
2.7 Dari Mulut ke Mulut.....	37
2.7.1 Pengertian.....	38
2.7.2 Kategori.....	40
2.7.3 Manfaat.....	40
2.7.4 Strategi Komunikasi.....	41
2.7.5 Metode Penyebaran Informasi.....	42
2.7.6 Saluran Komunikasi.....	44
2.7 Barang Bekas.....	45
2.8 Kerangka Pemikiran.....	46

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Obyek Penelitian .....	48
3.2 Paradigma Penelitian.....	48
3.2.1 Positivisme .....	50
3.2.2 Post-Positivisme .....	51
3.2.3 Teori Kritis .....	52
3.2.4 Konstruktivisme .....	52
3.3 Metode Penelitian .....	54
3.4 Definisi Konsep.....	57
3.5 Karakteristik Informan .....	59
3.6 Key Informan .....	60
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.7.1 Data Primer .....	61
3.7.2 Data Sekunder .....	63
3.8 Teknik Analisa Data .....	63
3.9 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	65

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	67
4.1.1 Sejarah Mall Rongsok .....	67
4.1.2 Produk Mall Rongsok .....	71
4.1.3 Pelayanan Jasa Mall Rongsok.....	74
4.1.4 Karyawan Mall Rongsok .....	76
4.1.5 Aset Mall Rongsok.....	78
4.2 Hasil Penelitian.....	80
4.2.1 Analisis Implementasi WOM Barang Bekas Mall Rongsok Depok .....	81
(1) Melalui Media.....	82
(2) Non Media .....	90
4.2.2 Pelayanan Mall Rongsok .....	100
(1) Berbagi Informasi.....	100
(2) Ramah dan Jujur .....	101
4.2.3 Peningkatan Omzet .....	105
4.2.4 Motivasi Pengunjung .....	107
(1) Penasaran .....	107
(2) Harga Murah .....	109
(3) Barang Langka .....	110
(4) Tidak diperjual Belikan .....	112
4.3 Pembahasan .....	114
4.3.1 Implementasi WOM Terintegrasi .....	114
(1) WOM Marketing Mix Terintegrasi.....	115
(2) WOM Media Terintegrasi.....	119
4.3.2 Tidak Terencana dan Terstruktur.....	122
(1) Orang Berpengaruh.....	122
(2) Pelayanan Terbaik .....	125
(3) Menarik dan Unik .....	127

4.3.3 Penyebaran Informasi WOM Mall Rongsok.....	131
(1) Buzz.....	131
(2) Viral.....	133
(3) Organic WOM.....	134
4.3.4 Hubungan Baik dan Empati Mall Rongsok.....	137
(1) Media.....	139
(2) Badan Usaha.....	139
(3) Pemerintah.....	140
(4) Mahasiswa.....	141
(5) Masyarakat.....	143
(6) Pengunjung.....	145
4.3.5 Advokasi Spiritual.....	146
(1) Loyalitas.....	146
(2) Mempengaruhi.....	148
(3) Dihargai.....	149
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	151
5.2 Saran.....	152
5.2.1 Saran Akademis.....	152
5.2.2 Saran Praktis.....	153
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>155</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>160</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>252</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omzet Mall Rongsok tahun 2010 – 2015 .....	8
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	18
Tabel 3.1. Daftar Informan.....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Mall Rongsok di Jl. Bungur Besar, Kukusan, Depok .....	68
Gambar 4.2	Nurcholis Agie (48) pendiri dan pemilik Mall Rongsok.....	69
Gambar 4.3	Berbagai jenis produk elektronik di Mall Rongsok .....	71
Gambar 4.4	Furniture bongkaran dari restoran .....	72
Gambar 4.5	Alat musik di Mall Rongsok Depok .....	73
Gambar 4.6	Barang bongkaran dari restoran atau rumah makan .....	74
Gambar 4.7	Furniture yang disewakan untuk shooting film dan televisi.....	75
Gambar 4.8	Struktur Organisasi Mall Rongsok Depok .....	77
Gambar 4.9	Seorang karyawan sedang memperbaiki kipas angin.....	78
Gambar 4.10	Mobil pick up salah satu aset Mall Rongsok .....	80
Gambar 4.11	Osman Sosiawan, produser Elshinta TV.....	84
Gambar 4.12	Mall Rongsok di program hitam putih Trans 7.....	88
Gambar 4.13	Publikasi Mall Rongsok di internet .....	89
Gambar 4.14	Sitti Sumarni (53) mengetahui Mall Rongsok dari keluarganya..	93
Gambar 4.15	Mamad (38) mengetahui Mall Rongsok dari temannya.....	95
Gambar 4.16	Ilmi (22) mengetahui Mall Rongsok dari plang.....	97
Gambar 4.17	Plang Mall Rongsok terlihat dari jalan .....	99
Gambar 4.18	Sulistianingsih (37) melayani pengunjung Mall Rongsok.....	103
Gambar 4.19	Plang Mall Rongsok yang bikin penasaran.....	108
Gambar 4.20	Barang-barang elektronik yang harganya murah.....	110
Gambar 4.21	Barang langka di Mall Rongsok .....	111
Gambar 4.22	Komponen kipas yang bisa dibeli.....	113
Gambar 4.23	Mall Rongsok dalam Kabar Indonesia tvOne.....	129
Gambar 4.24	Unsur pendukung WOM alami Mall Rongsok.....	130
Gambar 4.25	Hubungan dan empati Mall Rongsok dengan berbagai pihak...	138
Gambar 4.26	Parkiran kendaraan pengunjung Mall Rongsok.....	141
Gambar 4.27	Buku bekas yang dijual di Mall Rongsok.....	142
Gambar 4.28	Rumah tanpa pintu.....	144
Gambar 4.29	Pengunjung memilih sendiri barang yang diinginkan.....	150

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Hasil wawancara dengan informan satu .....	160
Lampiran 2: Hasil wawancara dengan informan dua.....	171
Lampiran 3: Hasil wawancara dengan informan tiga.....	177
Lampiran 4: Hasil wawancara dengan informan empat.....	180
Lampiran 5: Hasil wawancara dengan informan lima.....	183
Lampiran 6: Hasil wawancara dengan informan enam.....	185
Lampiran 7: Hasil wawancara dengan informan tujuh.....	187
Lampiran 8: Hasil wawancara dengan informan delapan.....	189
Lampiran 9: Hasil wawancara dengan informan sembilan.....	191
Lampiran 10: Hasil wawancara dengan informan sepuluh.....	193
Lampiran 11: Hasil wawancara dengan informan sebelas.....	195
Lampiran 12: Hasil wawancara dengan informan dua belas.....	198
Lampiran 13: Hasil wawancara dengan informan tiga belas.....	200
Lampiran 14: Hasil wawancara dengan informan empat belas.....	202
Lampiran 15: Hasil wawancara dengan informan lima belas.....	204
Lampiran 16: Hasil wawancara dengan informan enam belas.....	206
Lampiran 17: Hasil wawancara dengan informan tujuh belas.....	209
Lampiran 18: Hasil wawancara dengan informan delapan belas.....	211
Lampiran 19: Hasil wawancara dengan informan sembilan belas.....	213
Lampiran 20: Hasil wawancara dengan informan dua puluh.....	214
Lampiran 21: Hasil wawancara dengan informan dua puluh satu.....	216
Lampiran 22: Hasil wawancara dengan informan dua puluh dua.....	219
Lampiran 23: Hasil wawancara dengan informan dua puluh tiga.....	221
Lampiran 24: Hasil wawancara dengan informan dua puluh empat.....	224
Lampiran 25: Hasil wawancara dengan informan dua puluh lima.....	226
Lampiran 26: Hasil wawancara dengan informan dua puluh enam.....	231
Lampiran 27: Artikel Mall Rongsok di media massa-1.....	236
Lampiran 28: Artikel Mall Rongsok di media massa-2.....	241
Lampiran 29: Artikel Mall Rongsok di media massa-3.....	245
Lampiran 30: Artikel Mall Rongsok di media massa-4.....	249
Lampiran 31: Artikel Mall Rongsok di media massa-5.....	250