



CITRA DIRI ANGGOTA MULTI LEVEL MARKETING *ORIFLAME*

(Studi Fenomenologi Pada Motif, Kesadaran, dan Pola Komunikasi Anggota)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S-1) Ilmu

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
IRA NURIANTI
44211010045

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **CITRA DIRI ANGGOTA MLM ORIFLAME**

(**Studi Fenomenologi Pada Motif, Kesadaran, dan Pola Komunikasi Anggota**)

Nama : Ira Nurianti
NIM : 44211010045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Februari 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Riswandi.M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **CITRA DIRI ANGGOTA MLM ORIFLAME (Studi Fenomenologi Pada Motif, Kesadaran, dan Pola Komunikasi Anggota)**

Nama : Ira Nurianti
NIM : 44211010045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 4 Maret 2015

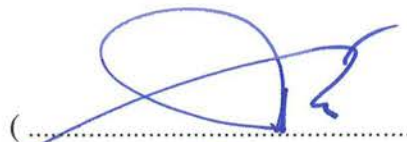
Ketua Sidang,
Novi Erlita, MA

Penguji Ahli,
Dr. Farid Hamid, M.Si


Pembimbing I
Drs. Riswandi, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Citra Diri Anggota Multi Level Marketing Oriflame (Studi Fenomenologi Pada Motif, Kesadaran dan Pola Komunikasi Anggota)**

Nama : Ira Nurianti

NIM : 44211010045

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 4 Maret 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Drs. Riswandi, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

an-


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi *Public Relations*



(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan kemampuan peneliti. Di mana dalam penyusunan skripsi ini peneliti mengangkat judul :

Citra Diri Anggota MLM (Studi Fenomenologi pada Motif, Kesadaran, dan Pola Komunikasi Anggota)

Skripsi ini di susun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini, perkenankan peneliti menyamoaikan ucapan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Riswandi, Msi selaku dosen pembimbing skripsi. Yang senantiasa memberikan nasihat dan masukan yang sangat berharga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini semaksimal kemampuan yang di miliki peneliti.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, Msi selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Seluruh Staff TU Fokom, BAA,BAK, dan Perpustakaan terima kasih telah membantu dan memberikan pelayanan yang baik.

4. Keluarga tercinta terutama Ayah Didit Hendiarto, Ibu Nurliah, Kakak Tantri Nurhendianti dan Kakak Ipar Ari Wilarto yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
5. Para sahabat tersayang yang selalu memberikan semangat dan support kepada penulis Randy Praditia, Hilmar Ryanto, Annissa Dwiputri, Fahrudin Nisa, Tyas Wulandari, Gianisa, dan Ira Astrida yang selalu memberikan semangat ceria serta saran selama penulisan menyusun skripsi ini, dan
6. Seluruh teman-teman Public Relation angkatan 2011 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dan keberkahan dari ALLAH SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 23 Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi	9
2.2	Komunikasi Interpersonal	11
2.2.1	Tujuan Komunikasi Interpersonal	11
2.2.2	Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal	13
2.2.3	Faktor-faktor yang menumbuhkan hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal	15
2.3	Komunikasi Kelompok	17
2.3.1	Karakteristik Komunikasi Kelompok	19
2.3.2	Keikutsertaan Individu dalam Kelompok	20
2.3.3	Faktor Personal karakteristik Kelompok	20
2.3.4	Fungsi Komunikasi Kelompok	21
2.4	Pola Komunikasi	22
2.5	Konsep Diri	23
2.5.1	Faktor yang mempengaruhi konsep diri	24
2.6	Public Relations	25
2.7	Citra	27
2.7.1	Proses pembentukan citra	28

2.7.2	Jenis-Jenis citra	29
2.7.3	Citra Diri	31
2.8	Motif	32
2.8.1	Peran motif	33
2.9	Multi Level Marketing	34
2.9.1	Karakteristik Multi Level Marketing	35
2.10	Teori Fenomenologi	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	41
3.2	Metode Penelitian	42
3.3	Subjek Penelitian	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Data Primer	48
3.4.2	Data Sekunder	49
3.5	Teknik Analisis Data	49

3.6	Teknik Keabsahan Data	51
-----	-----------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	52
-----	--------------------------------------	----

4.1.1	Konsep Bisnis Di Dalam Oriflame	53
-------	---------------------------------------	----

4.2	Hasil Penelitian	56
-----	------------------------	----

4.2.1	Identitas Informan	57
-------	--------------------------	----

4.2.2	Motif Mengikuti MLM Oriflame	58
-------	------------------------------------	----

4.2.2.1	Motif Impian	58
---------	--------------------	----

4.2.2.1	Motif Memiliki Pekerjaan	61
---------	--------------------------------	----

4.2.2.3	Motif Memiliki Rekan Kerja	63
---------	----------------------------------	----

4.2.3	Pengalaman anggota bergabung pada bisnis MLM	68
-------	---	----

4.2.3.1	Persepsi Terhadap MLM Sebelum Bergabung Menjadi Anggota Oriflame	68
---------	---	----

4.2.3.2	Proses Anggota Bergabung Oriflame	70
---------	---	----

4.2.4	Makna Oriflame	75
-------	----------------------	----

4.2.4.1	Makna anggota ketika pertama kali masuk Oriflame	76
---------	---	----

4.2.4.2 Makna anggota sesudah bergabung	
(setelah proses adaptasi dalam anggota)	78
4.2.5 Pola komunikasi anggota MLM Oriflame	81
4.2.5.1 Pola komunikasi sesama anggota Oriflame	82
4.2.5.2 Pola komunikasi anggota MLM Oriflame	
di lingkungan sosial	86
4.2.6 Citra Diri	88
4.2.6.1 Citra Diri Anggota MLM Oriflame	88
4.2.6.2 Citra Diri Anggota Dalam Lingkungan	
Sosial	91
4.3 Pembahasan	94

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

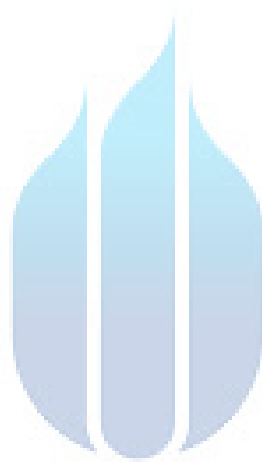
BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107
5.2.1 Saran Akademis	107
5.2.2 Saran Praktis	108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURICULUM VITAE



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

4.1	Success Plan Oriflame.....	53
4.2.2	Motif Anggota Multi Level Marketing.....	65
4.2.3.2.1	Proses Anggota Bergabung di MLM Oriflame.....	74
4.3.1	Makna dari Proses Bergabung di Oriflame.....	81
4.3	Motif dan Makna dari Anggota Oriflame.....	97
4.3.1	Pola Komunikasi Anggota Oriflame.....	100
4.3.2	Bagan Keseluruhan dari Citra Diri Anggota MLM Oriflame (Studi Fenomenologi pada Motif, Kesadaran, dan Pola Komunikasi Anggota).....	104



UNIVERSITAS
MERCU BUANA