

KOMPONEN TUTUR DALAM PRESENTASI BISNIS MLM TIANSHI

(3 MARET 2013)



TESIS

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Strata 2

Magister Linguistik

Pramawati Yustiana

13020211400036

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2016

TESIS

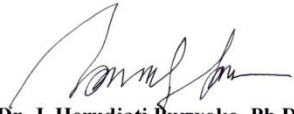
TESIS
KOMPONEN TUTUR DALAM PRESENTASI BISNIS MLM TIANSHI
(3 MARET 2013)

Disusun oleh:

Pramawati Yustiana
13020211400036


Telah disetujui oleh Pembimbing
Penulisan Tesis pada tanggal 21 September 2016

Pembimbing,



Dr. J. Herudjati Purwoko, Ph.D.
NIP. 195303271981031006

Ketua Program Studi
Magister Linguistik,



Dr. Deli Nirmala, M. Hum.
NIP. 196111091987032001

TESIS

KOMPONEN TUTUR DALAM PRESENTASI BISNIS MLM TIANSHI
(3MARET 2013)

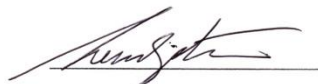
Disusun oleh

Pramawati Yustiana
13020211400036

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Tesis
Pada Tanggal 11 Oktober 2016
dan Dinyatakan Diterima

Ketua Penguji

Dr.J. Herudjati Purwoko, Ph.D.
NIP. 195303271981031006



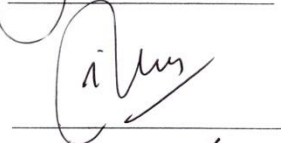
Penguji I

Dr. Deli Nirmla, M. Hum.
NIP. 196111091987032001



Penguji II

Dr. Nurhayati, M. Hum.
196610041990012001



Penguji III

Dr. M. Suryadi, M. Hum.
NIP 196408141990011001



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil kerja penulis sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya disebutkan dan dijelaskan di dalam teks dan daftar pustaka. Apabila penulis terbukti melakukan tindakan plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang diterapkan di Universitas Diponegoro Semarang.

Semarang, Agustus 2016



Pramawati Yustiana

13020211400036

MOTTO

1. Sebaik-baiknya perkataan yaitu al-quran.
2. Doa dan syukur yang banyak. Jalin hubungan yang baik dengan Tuhanmu.



Persembahan Kepada

Orang Tuaku: Enny Fatmawati, Pramono, Rochmad. Nenek Kakek: Iskandar, Siti Muzaenah, Muchlas Yusak. Pak Dhe dan Budhe: Mardi, Suprapti, Bandiyah. Guru ku dari TK, SD, SMP, SMF. Dosen-dosenku Guruku ngaji: K.H. Ahmad Khamarudin dan Novi. Suami ku Sulha Wahyudi. Adik-adik ku: Ghofar, Akbar, Anam.



PRAKATA

Terima kasih dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah dengan terselesaikannya penulisan tesis ini. Sudah tentu bahwa dalam penulisan tesis memiliki banyak ketidaksempurnaan, dengan demikian penulis membutuhkan banyak saran dan bimbingan dari dosen pembimbing dan penguji.

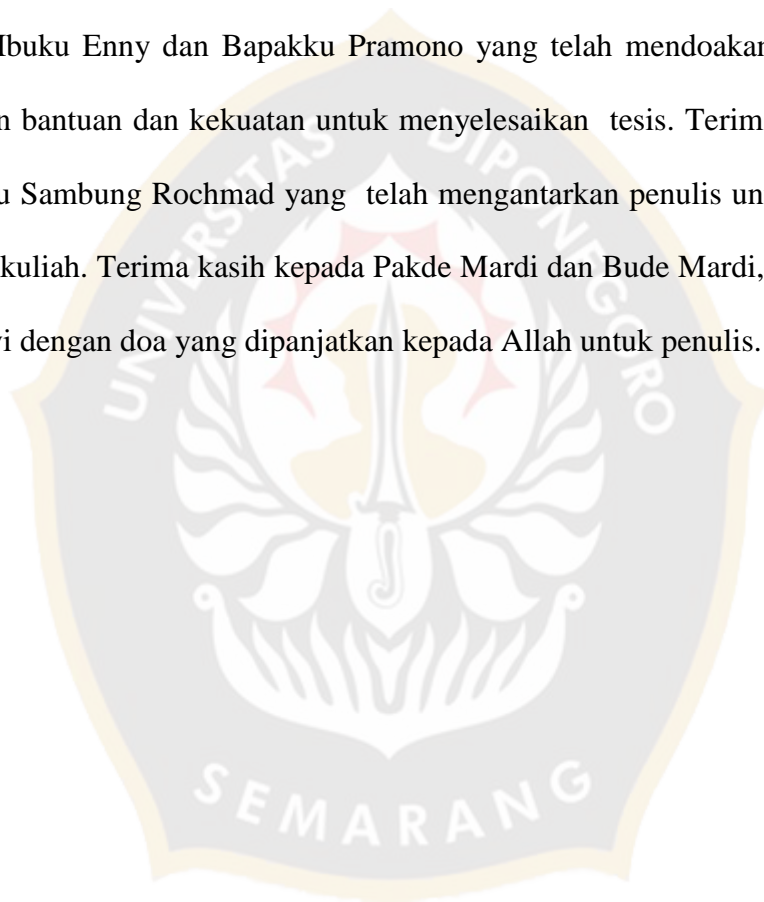
Penulisan tesis ini memerlukan proses yang panjang, sumbangan ide, dialog, semangat yang tinggi, pemikiran yang dalam. Namun dalam proses penyelesaian tesis ini penulis tidak melakukannya sendiri. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak J. Herudjati Purwoko, Ph. D. yang telah membimbing, menginspirasi dengan cara yang unik, memberikan visi hidup, keilmuan, nasihat bahwa “semuanya tidak harus sama, hormatilah yang berbeda”, semangat kepada penulis untuk terus dan gigih menyelesaikan tesis.

Terima kasih kepada Ibu Dr. Deli Nirmala, M. Hum selaku dosen penguji yang juga banyak membimbing. Penulis merasa dalam proses penulisan ini telah banyak sumbangan, bantuan, peringatan, ide dan semangat yang peneliti terima dari Ibu Deli. Kepada Bapak Agus Subiyanto yang telah memberikan kemudahan. Kepada Bapak Dr .M. Suryadi, M. Hum yang dengan lemah lembut membimbing dan memberikan sumbangan ide pada saat ujian jurnal.

Kemudahan administrasi peneliti peroleh dalam proses administrasi dari Saudara Ahlis dan Wahyu. Bantuan koreksi, material dan dukungan peneliti peroleh dari suami Sulha Wahyudi. Semangat dan dukungan peneliti peroleh dari teman-teman. Woery Sayekti sebagai teman diskusi ketika bersamanya banyak “*a-ha moment*” yang kami lalui, Aveni, Dian, Rendi, Yanuar, Isna dan Euis. Andi

Hoo dan Ade Kurniawan yang telah memberikan banyak pengetahuan tentang bisnis, MLM, bantuan untuk mengerti lebih banyak tentang norma interaksi dan interpretasi *What does and What don't in MLM*. Hwi-Hwi dan Winda yang membantu memperkenalkan penulis kepada bisnis MLM. Keluarga Peter Gasper yang menginspirasi peneliti. Akan peneliti ingat tentang bagaimana Pak Peter berpikir.

Ibuku Enny dan Bapakku Pramono yang telah mendoakanku agar Allah turunkan bantuan dan kekuatan untuk menyelesaikan tesis. Terima kasih kepada Bapakku Sambung Rochmad yang telah mengantarkan penulis untuk menempuh bangku kuliah. Terima kasih kepada Pakde Mardi dan Bude Mardi, Bude Ban dan Ibu Novi dengan doa yang dipanjatkan kepada Allah untuk penulis.



Intisari

Penelitian ini membahas tentang etnografi komunikasi pada peristiwa komunikasi dalam pertemuan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah diskriptif kualitatif dengan memakai teknik analisis SPEAKING Hymes. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam peristiwa komunikasi. Hasil analisis yang ditemukan, terdapat lima belas hubungan keterkaitan antar komponen, tiga ragam bahasa (ragam bahasa Indonesia *casual*, ragam Bahasa Jawa Ngoko *casual* dan ragam bahasa Inggris *consultative*), tiga pola komunikasi (Tingkat sosial, grup dan individu), tiga jenis pemakaian tindak tutur *assertive*, *directive* dan *commisive*.

Kata kunci: Etnografi Komunikasi, hubungan keterkaitan antar komponen, ragam bahasa, tindak tutur.

Abstract

This study is about ethnography of communication in MLM business meeting. This research is descriptive qualitative research. I used Hymes's ethnography as a method of analysis. To collect the data, I used recording and note taking. The result shows that there are fifteen relationship among components of communication, three varieties of language namely: casual Bahasa Indonesia, casual Javanese, and consultative English and three kinds of speech acts (assertive, six directive and commissive)

Keywords: Ethnography of communication, relationship among component, language variety, speech acts.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
PRAKATA.....	vii
INTI SARI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Etnografi Komunikasi.....	10
2.2.2 Dimensi Sosial.....	12
2.2.3 Tindak Tutur.....	13
2.2.4 Variasi Bahasa.....	14
2.2.5 Bentuk Pesan	15
2.2.6 Pola Komunikasi	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Metode dan Model Penelitian	17
3.2 Penyediaan Data	18
3.3 Analisis Data	19
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Komponen Komunikasi Dalam Presentasi MLM Tianshi.....	21

4.1.1 <i>Setting</i>	22
4.1.2 Partisipan.....	24
4.1.3 <i>Ends</i>	34
4.1.4 <i>Act Sequences</i>	36
4.1.4.1 Tindak Tutur <i>Representative</i>	41
4.1.4.2 Tindak Tutur <i>Commissive</i>	54
4.1.4.3 Tindak Tutur <i>Directive</i>	55
4.1.5 <i>Key</i>	70
4.1.5.1 <i>Key</i> <i>Serius</i>	71
4.1.5.2 <i>Key</i> <i>Akrab</i>	73
4.1.5.3 <i>Key</i> <i>Professional</i>	75
4.1.5.4 <i>Key</i> <i>Tertutup</i>	75
4.1.5.5 <i>Key</i> <i>Santai</i>	76
4.1.5.6 <i>Key</i> <i>Informatif</i>	76
4.1.5.7 <i>Key</i> <i>Sindiran</i>	76
4.1.5.8 <i>Key</i> <i>Berkeputusan</i>	76
4.1.6 <i>Instrumentalities</i>	77
4.1.7 <i>Norm of Interpretation</i>	80
4.1.8 <i>Genre</i>	103
4.2 Hubungan antara Komponen Komunikasi.....	112
4.2.1 Hubungan antara <i>Setting</i> dengan <i>Ends</i>	113
4.2.2 Hubungan antara Partisipan dengan <i>Ends</i>	113
4.2.3 Hubungan antara <i>Act Sequences</i> dengan <i>Ends</i>	113
4.2.4 Hubungan antara <i>Key</i> dan <i>Ends</i>	113
4.2.5 Hubungan antara <i>Instrument</i> dan <i>Ends</i>	114
4.2.6 Hubungan antara <i>Norms</i> dengan <i>Ends</i>	115
4.2.7 Hubungan antara <i>Genre</i> dengan <i>Ends</i>	116
4.2.8 Hubungan antara <i>Setting</i> dengan <i>Genre</i>	116
4.2.9 Hubungan antara <i>Instrument</i> dengan <i>Setting</i>	117
4.2.10 Hubungan antara <i>Act Sequences</i> dengan <i>Genre</i>	117
4.2.11 Hubungan antara <i>Instrument</i> dan <i>Genre</i>	117

4.2.12. Hubungan antara <i>Setting, Act Sequences, Key, Instrument, Norms, Genre</i> terhadap <i>Participant</i> dan terhadap <i>Ends</i>	118
4.2.13 Hubungan Antara <i>Setting, Act Sequences, Key, Instrument, Norms, Genre</i> , terhadap <i>Partisipan</i> dan <i>Ends</i>	119
4.2.14 Hubungan antara <i>Partisipan</i> dengan <i>Norms</i>	119
4.2.15 Hubungan antara <i>Genre</i> dengan <i>Key</i>	120
BAB V KESIMPULAN dan SARAN.....	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	125



BAB I

PENDAHULUAN

Manusia memerlukan bahasa untuk berbicara dan menyampaikan pikiran. Bahasa yang digunakan untuk berbicara memiliki pola dan tata cara tertentu. Cara dan pola berbahasa tersebut diketahui melalui studi etnografi komunikasi. Etnografi komunikasi adalah sebuah studi untuk dapat mengetahui kaidah dan pola berkomunikasi dalam masyarakat yang akan memberikan gambaran perilaku berkomunikasi.

1.1 Latar Belakang Masalah

Multi Level Marketing (MLM) adalah salah satu bentuk strategi pemasaran. MLM adalah sebuah organisasi yang sudah diikuti oleh banyak orang. Di Semarang terdapat beberapa perusahaan MLM yang peneliti temui di antaranya *AmWay*, CNI, Melilea, Oriflame, Tupperware, MSI dan Tianshi. Peneliti memilih perusahaan MLM Tianshi karena peneliti pernah bergabung sehingga bisa mengobservasi sendiri tentang apa yang terjadi dalam MLM Tianshi, sehingga bisa diangkat menjadi sebuah kajian ilmiah dengan menggunakan pendekatan etnografi komunikasi.

Dalam melakukan kegiatan menjual produk maupun melakukan presentasi, MLM memakai bahasa. Salah satu hal yang menarik dari MLM adalah pemakaian bahasa dalam presentasi mencari *downline* baru, konsultasi, interaksi sesama anggota Tianshi, diskusi grup, memberi bimbingan pada *downline* dan presentasi. Pada penelitian ini peneliti memilih presentasi bisnis MLM Tianshi yang diadakan pada tanggal 13 Maret 2013. Peneliti mengambil data presentasi tersebut karena

topik tersebut membicarakan teknik menjalankan MLM, sementara sudah ada penelitian MLM lain yang membahas perekrutan *downline* dan *annual meeting*. Semenjak MLM Tianshi masuk ke wilayah kota Semarang tahun 2000 sudah ada presentasi sejenis namun peneliti memilih topik pada tanggal 13 maret 2013 karena peneliti melakukan observasi langsung. Presentasi sejenis tersebut dijelaskan dalam bab 3 pada pemilihan data.

Kajian yang peneliti pilih berfokus pada data saat presenter melakukan presentasi. Di dalam presentasi tersebut terdapat tindak tutur, komponen komunikasi yang mendukung terciptanya sebuah peristiwa komunikasi. Sebelum berlangsungnya peristiwa komunikasi, ada pemilihan siapa yang dianggap paling baik untuk memberikan arahan. Pemilihan tersebut dilihat dari pengalaman, pengaruh, kecakapan, teknik yang dikuasai dan jumlah *downline*. Presentasi tersebut yang peneliti angkat untuk menjadi topik karena selain peneliti datang langsung juga karena tuturan presenter bisa menunjukkan komponen komunikasi yang berkenaan dengan tujuan MLM Tianshi. Fokus utama dalam penggunaan bahasa, memiliki sisi yang menarik yaitu tentang penggunaan tindak tutur *presenter* dan komponen komunikasi pada presentasi MLM Tianshi, oleh karena itu peneliti memilih penelitian tentang presentasi MLM Tianshi. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengkaji tentang tuturan presenter, komponen komunikasi dan hubungan keterkaitan antar komponen.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

- 1) Bagaimana setiap komponen komunikasi direalisasikan dalam peristiwa komunikasi presentasi bisnis MLM Tianshi?
- 2) Bagaimana hubungan keterkaitan antar komponen dalam peristiwakomunikasi presentasi bisnis MLM Tianshi?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan komponen komunikasi, keterkaitan antar komponen, tindak tutur *presenter* dan ragam bahasa dalam presentasi bisnis MLM. Manfaat penelitian terdiri dari dua hal yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Etnografi memiliki teori komponen komunikasi yang terdiri dari delapan komponen yaitu *setting, partisipan, end, act sequences, key, instrument* dan *genre*. Pada penelitian ini ditemukan delapan komponen komunikasi, sehingga temuan pada penelitian ini memberikan manfaat berupa menguatkan teori komponen komunikasi. Manfaat praktis penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran, pemecahan masalah, menambah pengetahuan dalam penelitian ilmu linguistik.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah komponen komunikasi, keterkaitan antara komponen dan tindak tutur *presenter* dalam acara presentasi bisnis MLM yang diadakan pada tanggal 3 Maret 2013. Data yang diambil peneliti dengan cara rekam catat adalah tuturan lisan dari presentasi seorang *upline* bernama Ade Kurniawan.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab 1: Bab 1 berisi pendahuluan yang terdiri atas (1) Latar Belakang; (2) rumusan masalah; (3) tujuan penelitian; (4) ruang lingkup penelitian. Bab 2: Bab 2 terdiri atas tinjauan pustaka dan penelitian sebelumnya. Bab 3: Bab 3 berisi metode penelitian. Bab 4: Bab 4 berisi analisis dan hasil analisis. Bab 5: Bab 5 terdiri atas kesimpulan dan saran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini terdiri atas dua bagian, yaitu: penelitian sebelumnya dan landasan teori. Penelitian sebelumnya mengutarakan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu laporan penelitian tentang pemakaian bahasa yang menggunakan pendekatan etnografi komunikasi. Adapun landasan teori mengutarakan paparan teori yang dipakai dalam analisis penelitian.

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menggambarkan persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Berdasarkan tinjauan pustaka peneliti menemukan persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya baik ditinjau dari metode dan topik tentang penggunaan bahasa dalam MLM.

Penelitian pertama dilakukan oleh Hendriyani (2015:1). Fokus penelitiannya adalah komponen komunikasi dan *speech acts* pada saat salah satu motivator MLM yang sedang presentasi. Tujuan penelitiannya adalah untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa motivator memakai *speech acts* (*directive, declarative, representative, commissive*) dan menghubungkan dengan komponen komunikasi (*setting, participant, ends, acts of sequences, key, norms, genre*). Metode yang dipakai Hendriyani adalah deskriptif kualitatif. Hendriyani mendeskripsikan tiga *speech act* pada saat *motivator* menyampaikan presentasi berupa *assertive, directive dan expressive*. *Assertive* berfungsi untuk

menginformasikan. *Directive* berfungsi untuk memberikan saran. *Expressives* berfungsi untuk menyatakan sapaan. Penelitian Hendriyani memiliki topik yang serupa dengan penelitian ini yaitu penelitian tentang bahasa yang digunakan dalam presentasi MLM, akan tetapi penelitian ini memiliki perbedaan dalam pemilihan metode, partisipan, dan perusahaan MLM yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan tindak tutur yang dipakai *presenter*, komponen komunikasi dan mencari hubungan antara komponen, sementara penelitian yang dilakukan Hendriyani mengaitkan antara komponen komunikasi dengan *speech acts* dalam data presentasi MLM.

Penelitian sebelumnya yang ke dua ditulis oleh Kurniasih (2013:1). Kurniasih meneliti komponen komunikasi pada peragaan simbol upacara adat pranikah *Ngeyeuk Seureh* dengan memakai metode etnografi komunikasi. Penelitian tersebut menggambarkan peragaan upacara pranikah pada saat calon mempelai pengantin menerima nasehat. Pemberi nasehat disebut *pengeuyeuk*. *Pengeuyeuk* menyampaikan nasehat perkawinan yang disambut pengantin dengan peragaan simbolis. Arti peragaan diterangkan oleh *pangeuyeuk*. Peragaan simbol tersebut meliputi enam tahap yang berisi nilai-nilai rumah tangga yakni pasangan hidup harus memiliki keteguhan pendirian, kebersamaan, bekerjasama dan hati-hati. Penelitian Kurniasih memiliki perbedaan dengan penelitian ini dalam objek yang diteliti, peristiwa komunikasi, bentuk *genre*, pola komunikasi yang terbentuk dan hasil temuan. Objek yang diteliti pada penelitian Kurniasih adalah tuturan penasehat dalam menyampaikan nasehat kepada calon pengantin. Objek penelitian ini tuturan *presenter* pada *audience* dalam presentasi. Partisipan dalam penelitian Kurniasih adalah keluarga, teman dekat penasehat dan alat yang dipakai dalam

upacara. Temuan Kurniasih adalah semua komponen komunikasi menyesuaikan dengan *genre* yang disampaikan yaitu upacara adat. Hasil temuan pada penelitian ini adalah semua komponen komunikasi harus mendukung *end* atau tujuan presentasi.

Penelitian yang ke tiga dilakukan oleh Indrariansi (2011:1) tentang etnografi komunikasi pada pengajaran Bahasa Indonesia sebagai bahasa asing. Penelitian Indrariansi mendeskripsikan perilaku komunikasi dari subyek penelitian dalam memakai bahasa Indonesia. Pada penelitian ini ditemukan tujuh bahasa. Bahasa Inggris adalah bahasa yang paling sering digunakan dalam komunikasi. Alasan pemakaian bahasa Inggris adalah untuk membantu mitra tutur dalam mengerti maksud penutur. Dalam penelitian Indrariansi ditemukan tiga belas pola pertukaran tuturan dalam interaksi. Indrariansi menggunakan analisis kuantitatif untuk membuktikan kurangnya peran mahasiswa dalam interaksi perkuliahan. Sebaliknya peran mahasiswa dalam kegiatan non perkuliahan lebih aktif. Indrariansi juga menemukan bahwa mahasiswa melakukan strategi dalam komunikasi untuk membuat komunikasi lebih komunikatif. Persamaan penelitian Indrariansi dengan penelitian ini adalah kesamaan pemilihan metode. Perbedaan penelitian Indrariansi dengan penelitian ini adalah terletak pada objek yang diteliti, *setting*, metode yang dipilih dan temuan pola. Objek penelitian Indrariansi adalah tuturan mahasiswa yang sedang melakukan pembelajaran bahasa Indonesia. Objek penelitian ini adalah tuturan *presenter*. *Setting* pada penelitian Indrariansi adalah ruang kelas. *Setting* pada penelitian ini adalah ruang presentasi. Temuan pada penelitian Indrariansi adalah adanya tiga belas pola pertukaran tuturan. Pada

temuan penelitian ini terdapat tiga ragam bahasa, tindak tutur *assertive* dan *directive*.

Penelitian ke empat dilakukan oleh Widiyasari (2013:1). Peneliti Widiyasari berjudul “Strategi Kesantunan Sponsor dan Prospek dalam Perekrutan Multi Level Marketing”. Penelitian Widiyasari membahas komunikasi antar sponsor dan prospek dalam perekrutan MLM. Pendekatan yang dipakai menggunakan analisis pragmatik berupa *speech act*, penanda ilokusi dan tindakan mengancam muka. Teori yang dipakai adalah teori Brown Lavinson yang terdiri dari strategi langsung, kesantunan positif, strategi kesantunan negatif dan kesantunan tak langsung. Metode yang dipakai dalam pengumpulan data adalah dengan menyimak dan analisis dengan metode kontekstual. Hasil dari penelitian ini adalah kelima strategi kesantunan yang paling dominan dilakukan adalah strategi kesantunan positif. Strategi ini dipakai untuk memudahkan negosiasi. Strategi langsung tanpa basa-basi dipakai untuk menolak langsung. Persamaan penelitian Widiyasari dengan penelitian ini adalah memiliki objek penelitian yang sama yaitu MLM. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Widiyasari adalah pemilihan metode, perusahaan MLM yang diteliti dan hasil penelitian.

Penelitian ke lima ditulis oleh Cots (1992:1). Penelitian Cots berjudul *Norms of Interpretation: An Ethnographic Approach to Discourse in Catalan University Context*. Penelitian ini membahas tentang norma interpretasi dan interaksi pada peristiwa tutur di universitas De Laida. Peristiwa tutur yang diteliti adalah peristiwa tutur yang berada di kelas, pada saat kunjungan, *meeting*, interaksi antara instruktur dan petugas administrasi. Metode yang dipakai peneliti Cots adalah *ethnography* komunikasi, namun pada penelitian Cots hanya

menganalisis satu komponen komunikasi yaitu norma interaksi dan norma interpretasi. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat norma interaksi dan norma interpretasi pada setiap peristiwa tutur yang terjadi dalam kelas, *meeting*, kunjungan dan hubungan antar instruktur. Contoh temuan norma interaksi yang ditemukan oleh peneliti pada peristiwa di dalam kelas yaitu mahasiswa tidak boleh bertanya. Norma interpretasi dalam kelas yaitu kelas adalah tempat mentransfer pengetahuan dari dosen kepada mahasiswa sehingga pertanyaan dari mahasiswa akan mengganggu kelancaran transfer pengetahuan dari dosen ke mahasiswa. Hasil penelitian Cots mendeskripsikan bahwa norma interaksi pada University of De Laida harus di ikuti oleh penutur agar dapat menjadi anggota komunitas tutur. Norma interaksi bersumber dari nilai sosial dan latar belakang sosial yang berasal dari anggota komunitas tutur. Menurut penelitian Cots norma interaksi tidak di sampaikan secara eksplisit namun didapatkan dengan cara implisit dengan pengalaman dan paparan.

2.2. Landasan Teori

Landasan teori adalah bagian penting dalam penelitian. Hal ini disebabkan landasan teori adalah langkah kerja dari analisis yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yang hendak dicapai. Semakin banyak teori yang mendukung maka semakin baik penelitian tersebut. Hal ini disampaikan oleh Ari Kunto (2006:34) Semakin banyak teori yang relevan yang digunakan untuk berpijak, semakin baik dan mantaplah penelitian itu dilakukan.

2.2.1. Etnografi Komunikasi

Berikut ini adalah pendapat beberapa ahli mengenai definisi ilmu etnografi komunikasi adalah sebagai berikut:

Pertama, menurut Saville-Troike (2003:1) etnografi komunikasi adalah deskripsi analisis budaya, linguistik juga termasuk di dalamnya dan deskripsi dari analisis dari kode linguistik.

Kedua, menurut Schiffrin (1994:137) etnografi komunikasi digambarkan dengan memakai pendekatan antropologi dan linguistik sebagai analisis, observasi aktif dan dilanjutkan dengan analisis pola untuk mengetahui cara berfikir pada masyarakat tutur. Selanjutnya etnografi komunikasi harus dapat merefleksikan budaya yang mengandung pengetahuan dan praktek.

Ketiga, menurut Purwoko, (2012:2) etnografi komunikasi adalah gambaran bagaimana cara penutur memakai bahasa atau cara bicara dalam situasi tertentu secara tepat dengan mempertimbangkan norma aturan yang berlaku.

Menurut pendapat tiga ahli di atas dapat peneliti rangkum bahwa etnografi komunikasi adalah pengetahuan atau ilmu yang diperlukan untuk berkomunikasi dengan aturan dan tata cara pada suatu peristiwa komunikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian ini yang menggambarkan pemakaian bahasa, interaksi *presenter* dengan partisipan yang lain dalam *event* komunikasi presentasi MLM.

Komponen tutur biasa disebut juga komponen komunikasi oleh Hymes, (1972:65). Adapun komponen komunikasi terdiri atas delapan komponen SPEAKING yaitu *setting, participant, ends, act, keys, instrument, norm* dan *genre*. Berikut ini adalah penjelasan tentang komponen komunikasi. *Setting* adalah tempat berlangsungnya peristiwa komunikasi, waktu, dan *lay out*. *Participant* adalah siapa saja yang terlibat dalam acara *event* komunikasi. *End* adalah maksud dan

tujuan komunikasi. *Act* adalah urutan tindakan komunikasi. *Key* adalah nada dan emosi dalam suatu tindakan komunikasi. *Instrument* adalah alat yang dipakai dalam komunikasi. *Norm* adalah pengetahuan yang dimiliki bersama dalam sebuah situasi komunikasi. *Genre* adalah tipe peristiwa komunikasi.

Setelah menunjukkan komponen komunikasi, hal lain yang harus dianalisis dalam etnografi komunikasi adalah hubungan antara komponen komunikasi. Berikut ini adalah hubungan antara komponen komunikasi menurut Saville-Troike (2003:124-125) Pertama, *genre* dan *topic* saling mempengaruhi. Ada batasan tentang hal yang dapat dijadikan doa, bahan lelucon dan gosip. Dalam *genre* religi, ketika berdoa tidak diperkenankan ada yang membicarakan lelucon dan gosip. Sebaliknya ada sebuah *topic* yang boleh dijadikan lelucon. Sedangkan gosip akan menjadi menarik jika dibumbui lelucon.

Ke dua, hubungan antara *genre* dan *purpose*. Genre mitos dipakai untuk hiburan, informasi sosial budaya yang berhubungan dengan supranatural. Contoh lain adalah *genre* lelucon bertujuan untuk menghibur, kontrol sosial, memahami situasi dan hirarki dalam kelas sosial.

Ke tiga, hubungan antara topik dan *setting*. Penyampaian topik doa sebaiknya disampaikan dengan *setting* altar dan peralatan religi dan pada saat hari raya tertentu. Contoh lain yaitu, topik dalam cerita hanya terbatas pada lokasi, dengan *setting* meja makan, pada ruang kelas atau pada saat kemping.

Keempat, hubungan antara *genre*, topik, *setting*, partisipan dan bentuk pesan saling berhubungan. Hubungan tersebut contohnya beberapa *genre* membutuhkan varietas bahasa formal. Dalam peristiwa komunikasi yang sama memiliki sapaan yang berbeda tergantung dari musim, waktu dalam ruangan dan

luar ruangan. Contoh yang lain, topik pengajaran yang sama bisa menjadi formal atau tidak formal tergantung dari *setting* tata ruang kelas, jumlah siswa dan prabot kelas.

Metode yang peneliti pilih adalah metode etnografi, namun dalam analisis data, peneliti memerlukan teori-teori lain untuk mendeskripsikan secara detail dari setiap bagian komponen SPEAKING tersebut. Teori yang peneliti pakai adalah sebagai berikut:

2.2.2 Social Dimensions

Pendapat Holmes (2001:9) tentang faktor sosial yang peneliti perlukan untuk mendeskripsikan tentang interaksi dalam peristiwa komunikasi. Berikut ini adalah penjelasan komponen dasar dalam sociolinguistik tentang mengapa kita tidak berbicara dengan cara yang sama setiap waktu, yang ditentukan oleh empat dimensi: (1). *Solidarity Social Distance Scale* dan (2) *status scale*: yaitu berkenaan dengan hubungan antara partisipan. (3). *Formality scale*: Berkenaan dengan *setting* dan tipe interaksi. (4) *Referential Affectiveness scales*: berkenaan dengan tujuan atau topik dalam interaksi. Peneliti memakai teori *social dimensions* untuk mendeskripsikan komponen komunikasi pada komponen partisipan untuk menjabarkan tentang penggunaan kata sapaan, sapaan yang berkenaan dengan *setting*, pemilihan bahasa formal, non formal dan pemilihan topik.

Peneliti memilih pendapat Holmes untuk mendeskripsikan bagian komponen komunikasi yaitu, komponen partisipan karena partisipan memiliki peran yang menentukan bagaimana suatu interaksi disampaikan dengan cara penyampaian

yang berbeda. Cara penyampaian dalam interaksi yang berbeda tersebut ditentukan oleh faktor sosial.

Strategi penyampaian *presenter* kepada *audience* tersebut tergantung kepada jarak antara *presenter* kepada *audience* yang ditentukan oleh tingkat sosial dari *presenter* terhadap *audience* yang dihadapi. Orang dengan status sosial lebih tinggi biasanya lebih leluasa untuk memakai jenis bahasa yang formal ataupun informal ketika berbicara dengan orang dengan status sosial yang lebih rendah. Status sosial ditentukan oleh kekayaan, jabatan dan usia. *Presenter* dalam memilih cara penyampaian secara formal ataupun nonformal dipengaruhi oleh tempat.

2.2.3 Tindak Tutur

Presentasi yang disampaikan *presenter* memiliki bagian-bagian tuturan struktur presentasi, yang terdiri dari pembukaan, isi dan penutup. Dalam fragmen tuturan presenter nomor 1 sampai 21 terdapat tindak tutur. Untuk dapat mendeskripsikan tindak tutur secara terperinci maka peneliti merujuk pendapat Yule (1995:95-96) tentang tindak tutur. Untuk mendeskripsikan tindak tutur tersebut terbagi menjadi dua yaitu menurut fungsi dan menurut struktur.

Tindak tutur menurut fungsinya terdiri dari lima kategori. (1) *Representative* yaitu berupa pernyataan. (2) *Directive* yang berupa permintaan, harapan, perintah. (3) *Commissive* yang berupa janji. (4) *Expressive* yang berupa permohonan maaf. (5) *Declaration* berupa deklarasi. Selanjutnya, tindak tutur menurut strukturnya terdiri dari tiga yaitu: *declarative, interrogative, imperative*.

2.2.4 Variasi Bahasa

Presenter mengatur atmosfer atau jiwa yang terdapat dalam peristiwa tutur dengan cara memperhatikan pilihan kata yang disampaikan. Untuk mendeskripsikan atmosfer atau *key* dalam presentasi peneliti merujuk pendapat Martin Joos dalam Nababan (1993:22) yaitu tentang lima variasi bahasa yaitu: *frozen*, *formal*, *consultative*, *casual* dan *intimate*. Penjelasannya adalah sebagai berikut. Ragam bahasa *frozen* adalah bahasa-bahasa yang sering dipakai dalam upacara adat. Ciri ragam bahasa *frozen* ini sangat resmi, kaku, khidmat dan sakral. Ragam bahasa resmi atau formal dipakai dalam acara pidato, rapat. Ragam bahasa usaha atau *consultative* adalah ragam bahasa yang dipakai sesuai topik pembicaraan. Contoh pemakaiannya pada sekolah, perusahaan, rapat usaha, berorientasi pada hasil dan konsultasi. Ciri ragam bahasa *consultative* merupakan gabungan antara resmi dan santai. Ragam santai adalah ragam bahasa yang dipakai antar teman, berbincang-bincang, olah raga dan sebagainya. Ragam akrab adalah ragam bahasa yang dipakai antar anggota yang akrab, dalam keluarga. Ciri ragam akrab tidak perlu bahasa yang lengkap dan memakai ucapan pendek.

2.2.5 Bentuk Pesan

Untuk mendeskripsikan secara rinci, tentang *instrumentalities* peneliti memperhatikan bentuk pesan dalam peristiwa komunikasi. Dalam mendeskripsikan bentuk pesan tersebut peneliti mengutip pendapat Engkus Kuswarno (2011:43) tentang bentuk pesan yaitu saluran verbal non vokal, non vocal verbal dan hakikat kode yang digunakan, misalnya bahasa mana dengan varietas mana.

Menurut pendapat Saville Troike (2003:115) bentuk pesan yang dipakai dalam komunikasi terbagi menjadi 4 bagian yaitu: *verbal vocal*/bahasa lisan, *verbal nonvocal*/bahasa tertulis, *nonverbal vocal* (paralinguistik, *prosodic features*, tertawa) *nonverbal nonvocal* (diam, *kinesis*, *proxemik*, tanda dengan mata, gambar).

Berdasarkan pendapat para ahli, dalam berkomunikasi terdapat bentuk pesan yang dipakai. Bentuk pesan tersebut dipakai untuk mempermudah penyampaian yang berupa verbal vocal, verbal nonvocal, nonverbal vocal dan *nonverbal nonvocal*.

2.2.6 Pola Komunikasi

Sesuai dengan tujuan penelitian etnografi yaitu tentang pola komunikasi maka peneliti menggunakan teori dari Saville Troike (2003:11) yang peneliti ringkas sebagai berikut. Pola komunikasi tampak pada tiga tingkatan. Pertama, muncul dalam tingkat *societal*, memiliki pola berhubungan dengan fungsi, kategori percakapan, sikap dan konsep tentang bahasa dan penutur. Kedua, muncul dalam tingkat grup, yang ditunjukkan dengan peran dan kelompok dalam masyarakat, jenis kelamin, usia, status sosial dan pekerjaan. Ketiga muncul dalam tingkat individu memiliki pola berhubungan dengan ekspresi diri dan sifat pribadi.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab 3 ini, peneliti akan mendeskripsikan metode penelitian yang terdiri dari beberapa pokok bahasan yaitu (1) metode dan model penelitian, (2) sumber data dan data dan (3) teknik analisa data dan teknik penyajian hasil analisis data.

3.1 Metode dan Model Penelitian.

Menurut pendapat Suharsimi (2006:12) penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan memakai penafsiran dalam hasilnya. Berdasarkan pendapat Suharsimi diatas, penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif dengan tipe/jenis deskriptif, karena penelitian ini tidak memakai perhitungan angka tetapi memakai deskripsi dan penafsiran.

Menurut Suharsimi (2006:25) yang dimaksud dengan metode adalah pendekatan atau cara mengadakan penelitian. Metode dalam penelitian ini adalah etnografi komunikasi sebab dalam pengumpulan data peneliti melakukan observasi ke tempat peristiwa komunikasi untuk mengumpulkan data yang digunakan. Peneliti datang ke tempat peristiwa komunikasi berlangsung dan mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir, melakukan dokumentasi dan rekam catat. Peneliti berpartisipasi dengan cara turut serta sebagai peserta dan pendengar.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Mallinowski dalam Kuswarno (2008:60) bahwa tujuan utama pengumpulan data dalam etnografi adalah untuk lebih mengerti masyarakat yang sedang diteliti. Adapun caranya dengan

mengumpulkan artefak, membuat kesimpulan, mengambil foto, membuat daftar, mendokumentasikan kebiasaan-kebiasaan dan menggambar peta.

3.2 Penyediaan Data

Tempat penelitian terjadi di penginapan Salib Putih Ambarawa pada pukul 17.00 di ruang aula. Peserta yang hadir kira-kira dua ratus orang. Partisipan berasal dari kota Semarang, Demak, Salatiga, Kudus dan Kendal.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti terlibat secara langsung. Pada saat acara inti peneliti melakukan rekam catat tuturan *presenter* ketika sedang melakukan presentasi pada tanggal 3 Maret 2013 di aula penginapan Salib Putih. Peneliti juga melakukan pengumpulan data yang lain yang serupa dengan data yang dikumpulkan yaitu enam vcd serupa dengan presentasi berjudul Paradigma MLM, *Still Fight*, Turun tapi Naik, Impian dan Sikap, Strategi untuk Mewujudkan Visi, Preman pun Berani Berubah, Pindah Kuadran, Ambil Keputusan untuk Mandiri, Loyalitas di Bisnis ini, Keluarkan Semua Potensi. Peneliti mengumpulkan *artefak*, bahan, alat pendukung berupa CD, brosur, buku panduan MLM, kartu dan foto yang berguna untuk interpretasi data. Selanjutnya peneliti ikut berbaur dengan partisipan yang lain, mendengarkan percakapan nonformal dan sering datang dalam peristiwa komunikasi sejenis. Peneliti mendengarkan CD MLM namun peneliti memilih hanya satu data saja yang peneliti ambil dilapangan. Alasan peneliti hanya mengambil satu data saja adalah penelitian etnografi dilakukan dengan cara partisipasi observasi.

Langkah selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data dengan transkripsi data dari teks lisan menjadi teks tertulis. Transkripsi diklasifikasikan berdasarkan

fragmen. Fragmen tersebut dikategorikan dengan pemberian nomor data, dari nomor satu hingga dua puluh satu. Setelah pemisahan dalam bentuk fragmen-fragmen, peneliti memilih metode etnografi komunikasi untuk menganalisis data tersebut. Peneliti mengamati, menganalisis interaksi komunikasi melalui komponen komunikasi. Akhirnya peneliti menyajikan pengolahan data yang dilakukan dengan cara menguraikan dengan kalimat.

3.3 Analisis Data

Cara analisis data yang peneliti lakukan adalah dengan beberapa tahap, yang akan peneliti jabarkan pada paragraph dibawah ini:

Pertama peneliti membuat transkrip data yang berasal rekaman presentasi bisnis MLM Tianshi. Transkrip tersebut dapat menggambarkan seluruh kejadian dari awal terjadinya peristiwa komunikasi hingga akhir peristiwa komunikasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Purwoko, (2008:98) bahwa transkrip dapat menggambarkan urutan kejadian dan tindakan fisik pada komunikasi sehingga memudahkan peneliti untuk memahami data sehingga dapat memilih fokus analisis penelitian yang akan diambil.

Kedua Peneliti mengelompokan hasil transkrip tadi berdasarkan pokok pikiran yang disampaikan *presenter* dan memberikan label nomor dari no 1 sampai dengan 21.

Tahap ketiga, setelah penomoran fragmen data dari data no 1 sampai dengan 21, peneliti mengamati dan membagi bagian data tersebut berdasarkan bagian pembukaan, isi dan penutup.

Keempat, peneliti melakukan analisis data dengan merujuk teori-teori yaitu teori komponen komunikasi, keterkaitan antara komponen komunikasi, teori Holmes tentang dimensi sosial, teori tindak tutur, teori ragam bahasa

Tahap kelima, peneliti menyampaikan hasil dan menyimpulkan hasil akhir penelitian secara deskriptif dengan kaidah-kaidah informal.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat delapan komponen komunikasi dalam presentasi bisnis MLM yakni; (1) *setting* yang terdiri atas *setting* fisik, waktu dan *psychological setting*; (2) *partisipan* yang terdiri atas presenter dan *audience*; (3) *ends* presentasi yang dibuat untuk memperbesar jaringan dan omset; (4) *act sequences* yang terdiri atas pembukaan, isi dan penutup; (5) *key* presentasi yang terdiri dari serius, akrab, *profesional*, santai, *informative*, tertutup, sindiran dan tertutup; (6) *instrument* presentasi MLM terdiri atas *vocal verbal*, *verbal nonvocal*, *vocal nonverbal*, *nonvocal nonverbal*; (7) *norms* pada presentasi MLM terdiri dari pengetahuan dan aturan interaksi dalam MLM; (8) *genre* presentasi adalah presentasi bisnis MLM.

Hubungan keterkaitan antar komponen komunikasi berupa tujuh komponen yaitu terdiri atas: (1) *setting*, (2) *partisipan*, (3) *act sequences*, (4) *key*, (5) *instrumentalities*, (6) *norms* dan (7) *genre*. Ketujuh komponen tersebut memiliki hubungan satu sama lainnya dan diciptakan untuk mendukung *ends*. Delapan komponen komunikasi yang terdiri dari *setting*, *partisipan*, *end*, *act sequences*, *key*, *instrumentalities*, *norms* dan *genre* memiliki lima belas hubungan keterkaitan yaitu, (1) hubungan antara *setting* dengan *ends*; (2) hubungan antara *partisipan* dengan *ends*; (3) hubungan antara *act sequences* dengan *ends*; (4) hubungan antara *key* dengan *ends*; (5) hubungan antara *instrument* dengan *ends*; (6) hubungan antara *norms* dengan *ends*; (7) hubungan antara *genre* dengan *ends*;

(8) hubungan antara *setting* dengan *genre*; (9) hubungan antara *setting* dengan *instrument*; (10) hubungan antara *act sequences* dengan *genre*; (11) hubungan antara *instrument* dengan *genre*; (12) hubungan antara *setting*, *ends*, *act sequences* dengan *instrument*; (13) Hubungan antara *setting*, *act sequences*, *key*, *instrument*, *norms*, *genre* dengan *partisipant* dan *ends*; (14) hubungan antara *patisipant* dengan *norms*; (15) hubungan antara *genre* dengan *key*

5.2 SARAN

Penelitian di bidang MLM sudah banyak diulas dari disiplin ilmu bisnis tetapi belum terlalu banyak diulas dari kajian linguistik terlebih lagi dalam kajian ilmu etnografi komunikasi. Dengan demikian kajian penelitian tentang etnografi dalam bidang MLM masih terbuka banyak kesempatan bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian.

Penelitian ini dilakukan untuk menguraikan tuturan-tuturan yang dipakai oleh seorang *presenter* dalam presentasi bisnis MLM dengan pendekatan etnografi komunikasi. Temuan dalam penelitian ini dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan linguistik dan bisnis untuk penelitian berikutnya, sumbangan pengetahuan dan rujukan untuk linguistik dan pembisnis.

Dalam ruang lingkup yang lebih besar, temuan pada penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk peneliti bahasa terutama bahasa yang berkenaan dengan bisnis, anggota MLM atau ataupun yang berkenaan dengan bahasa dalam bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Yoce. 2009. *Analisis Wacana Kritis*, Bandung: Irama Widya.
- Astriani, Aveny. 2015. "Representasi Sosial Budaya dalam Lirik Lagu Dangdut Tahun 1990-2014." Artikel Magister Linguistik Undip.
- Ardiana Andriani. 2010. "Etnografi Pengajaran Bahasa Indonesia sebagai Bahasa Asing pada Mahasiswa Darmasiswa Undip" Jurnal Artikel Magister Linguistik Undip.
- Cots. 1992. *Norms of Interpretation: An Ethnographic Approach to Discourse in Catalan University Context*. Universitas De Laida. 8 April 2016. Download
- Hymes, Dell dan Gumperz, John and 1972. *Direction in Sociolinguistics*, New York: Holt and Reinhart.
- Hendriani, Ida. 2015. "The Ethnography of Communication Approach Towards Motivator's Speech" Jurnal Artikel Magister Linguistik Undip.
- Holmes, 2008. *An Introduction to Sociolinguistic*, London: Pearson Education Limited 1999. *Undersanding Pragmatic*, New York: Oxford University Press.
- Yule, George. 1966. *Pragmatics*, New York : Oxford
- Kurniasih, Euis. 2013. "Peragaan Simbol dalam Upacara Ngeuyeuk Seureuh."(Kajian Etnografi Komunikasi) Jurnal Artikel Magister Ilmu Linguistik Undip.
- Kuswarno Engkus. 2011. *Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*, Bandung: Widya Padjajaran.
- Nababan. 1993. *Sosiolinguistik Suatu Pengantar*. Cetakan ke empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Poerwodarminto. 2002. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Cetakan ke Dua. Jakarta: PT Balai Pustaka.
- Purwoko, (2012:2) Etnografi komunikasi. Makalah Belum Diterbitkan
- Saville-Troike, Mauriel. 2003. *The Ethnography of Speaking*. Third Edition, Melbourne: Black Well Publishing.
- Schiffin, Deborah. 1994. *Approach to Discourse*. First Published, Massachusetts: Black Well.
- Soegono Dendi, 2011." Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat", Jakarta: PT Gramedia.
- Widiasari, 2013. "Strategi Kesantunan Sponsor dan Prospek dalam Perekrutan Multi Level Marketing", Jurnal Artikel Magister Ilmu Linguistik Undip.



LAMPIRAN

Daftar Data Power Point.

No	Bentuk	Judul	Halaman
1	Power Point 1	Judul Presentasi	30
2	Power Point 2	Difinisi <i>Leadership</i>	34
3	Power Point 3	Penjelasan <i>Leadership</i>	35
4	Power Point 4	Pengalaman Presenter	36
5	Power Point 5	Grafik Umum	37
6	Power Point 6	Penjelasan Tentang Planning	38
7	Power Point 7	Penjelasan Tentang Team	39

8	Power Point 8	Penjelasan Tentang filosofi kerja dengan semut	39
9	Power Point 9	Penjelasan <i>decision</i>	40
10	Power Point 10	Penjelasan tentang <i>attitude</i> dalam dunia bisnis	41
11	Power point 11	Penjelasan tentang semangat kerjasama	63
12	Power Point 12	Penjelasan tentang belajar dan bertumbuh	63

Daftar Diagram

No	Bentuk	Judul	Halaman
1	Gambar 1	Gambar ruang setting	18
2	Diagram 2	Kata sapaan dari presenter pada <i>audiance</i>	24
3	Diagram 3	Kata sapaan dari <i>audience</i> pada presenter	26
4	Diagram 4	Penjelasan <i>ends</i>	29
5	Diagram 5	Penjelasan diagram <i>key</i>	56
6	Diagram 6	Penjelasan tentang hubungan <i>upline</i> , <i>downline</i> , <i>crossline</i> serta jalur kontak.	69
7	Diagram 7	Penjelasan hubungan grup/ <i>team</i>	74
8	Diagram 8	Hubungan antara delapan komponen komunikasi	90
9	Diagram 9	Hubungan antara <i>setting</i> , <i>ends</i> , <i>act sequences</i> dan <i>Instrument</i>	96
10	Diagram 10	Hubungan partispian terhadap <i>setting</i> , <i>act sequences</i> , <i>key</i> , <i>instrumentalities</i> , <i>norms</i> dan <i>genre</i> . Hubungan antara <i>ends</i> terhadap <i>setng</i> , <i>act</i> , <i>sequences</i> <i>key</i> , <i>instrumentalities</i> , <i>norms</i> dan <i>genre</i> . Hubungan antara <i>partisipan</i> dan <i>ends</i>	96

Daftar Foto

No	Bentuk	Judul	Halaman
1	Foto 1	Foto setting ruagan	19
2	Foto 2	Foto Presenter	20
3	Foto 3	Foto penyajian presentasi	20
4	Foto 4	Gambar berlangsungnya acara	22

T.F = tuturan fragmen.

Fragmen Data Pada Analisis Struktur Teks Presentasi

No	Bentuk	Judul: Struktur Teks Presentasi	Halaman
1	T.F 1	Pembukaan Presentasi: "...acaranya santai ya pak ya, tapi judulnya sama ya pak ya"	31
2	T.F 3	Isi: "Nah Apa yang saya ingin sampaikan mudah-mudahan bisa menjawab temen-temen, yang sama punya kendala kayak saya..."	31
3	T.F 21	Penutup: "...nah pertanyaan saya, bapak ibu yang saya sampaikan tadi sedikit	31

		<p>mengingatkan kita sekarang posisi kita gini.. pertanyaan saya temen-temen di ruangan ini suatu saat anda kepingin ndak groupnya besar, bonusnya besar, dapet <i>rewards</i> Scoopy, ke luar negri,mobil dan sebagainya, pingin ndak?</p> <p><i>Audience:</i> Pingin...</p> <p>“Sapa yang pingin angkat tangan, nah anda butuh katakan dalam diri anda ini, saya sadar, saya kepingin...”</p>	
--	--	---	--

Fragmen Data Pada Analisis Tindak Tutur Assertive

No	Bentuk	Judul: Tuturan Assertive	Halaman
1	T.F 1	“Pada hari ini acaranya santai ya pak ya, tapi..Judulnya sama pak ya..”	33
2	T.F 2	“Saya mengawali bisnis ini sekitar taun dua ribu sembilan”	33
3	T.F 3	“Teman-teman yang merasa kok bisnisnya sangat menyedihkan saat ini	34
4	T.F 4	“temen-temen ngerti aja apa yang akan kita sampaikan yang namanya <i>leadership</i> itu pasti umum setuju ndak temen-temen?”	34
5	T.F 5	“yakin bahwa semua orang bisa menjadi pemimpin asal mau berusaha sungguh-sungguh dan ngandalin tuhan”	34
6	T.F 6	“Tianshi dan luar biasanya puji tuhan untuk pertama kali saya join tidak salah pilih. Jadi temen-temen beruntung sekali bergabung dengan <i>Tiens group One vision</i> . Apploude untuk Tianshi.”	34
7	T.F 7	“...bahkan dulunya saya terlalu mandiri”	35
8	T.F 8	“Sayajatum karena sombong”	36
9	T.F 9	“saya pelajari tekniknya” “pak Andy biasanya grafiknya seperti ini, grafiknya awal itu seperti ini. semua nanti ada grafiknya ini nah, ya itu bakalanya.”	36 37
10	T.F 10	“Nah <i>next</i> temen-temen dari <i>leadership</i> ini ada beberapa <i>point</i> yang saya ingin sampaikan. <i>Leadership</i> yakni ada empat <i>plan, team, decission dan business</i> ”	37
11	T.F 12	“Sekarang <i>management financial</i> ini penting	38
	T.F 13	Fragmen data tiga belas: “dulu..saya akui pun beberapa taun lalu dulu waktu ngejar mobil niaga entah kenapa emotional saya tu kayak nggak terkontrol, sensian, gampang marah, ego. Saya juga belajar untuk sekarang mengontrol emosi penting sekali. Pengalaman saya, yang bikin saya capek yang bikin pikiran saya <i>stroke</i>	38

		jadi sensi karna emosinya berlebihan itu tadi ya.	
12	T.F 14	“saya pernah baca satu buku, aduh bukunya siapa ya ..ya itu ngomong begini, kalo cuma cari bisnis tu gampang mau bisnis apapun mau model apapun itu gampang, yang sulit itu menemukan sdm <i>teamnya</i> dahulu, karna kalo mau bisnis apapun itu pasti jadi.”	39
13	T.F 15	“Saya liat gambar ini seneng sekali temen-temen. Kalo liat gambar ini orang ini berjalan untuk mencapai satu tujuan	39
14	T.F 16	“Hal sepele gitu aja gak bisa ambil keputusan. keputusan yang kecil yang sepele anda itu ndak berani ambil keputusan, lalu kepingin <i>groupnya</i> besar.”	40
15	T.F17	“bisnis adalah bisnis anda sendiri”	41
16	T.F 18	“ ini bicara prioritas temen-temen”	41
17	T.F 20	“Dulu <i>downline</i> saya, kalo ketemu saya,ngeliat aja gak mau bapak-ibu karna tau saya kemakine rak karuan, ya saya memang begitu.”	41

Fragmen Data Analisis Tindak Tutur Commisive

No	Bentuk	Judul	Halaman
1	T.F 1	Fragmen data satu: “moga-moga nanti apa yang disampaikan oleh teman-teman yang <i>sharing</i> di depan. Temen-temen yang hadir disini bisa mendapatkan sesuatu yang positif bisa menambah omset dan besarnya grup amin..amin”	42
2	T.F 3	Fragmen data tiga: “yang saya ingin sampaikan mudah–mudahan bisa menjawab temen-temen, yang sama punya kendala kayak saya”	43
No	Bentuk	Fragmen Analisis Tindak Tutur Directive	Halaman
3	T.F 5	“Jadi andalkan tuhan kalo begitu.”	44
4	T.F 6	“ <i>apploude</i> untuk Tianshi	44
5	T.F 7	“Kuncinya satu kok banyakin action	45
6	T.F 8	“Jadi temen-temen yang sekarang belum menemukan <i>dream</i> temukan itu apa?”	45
7	T.F 9	"Ok terus introspeksi dan belajar dari yang lain ini amat penting bapak-ibu.”	45
8	T.F 11	“Harus punya <i>plan</i> . Anda harus punya <i>planning</i> . Semua harus direncanakan dahulu.” “Kapan anda bintang empat? Kapan anda royal? Kapan anda goal?”	46
9	T.F 12	“ <i>apploude</i> temen-temen berhasil mendapatkan	46

	T.F 12	Scoopy <i>applaud</i> dulu untuk ibu Vony dan pak David” “Saya dah ngomong waktu itu. Bonusnya ditabung aja. Artinya sepuluh sampe dua puluh persen itu jangan diutik-utik untuk tabungan.”	
10	T.F 12	“Dulu waktu bintang kecil dapet bonus brapa pun cukup ndak untuk biaya hidup? Sekarang naik bintang empat, lima enam, bonusnya naik ndak? Untuk hidup juga cukup ndak? Lha kok sudah Gold Lion, sama Bronze Lion, <i>bonusnya</i> bintang tiga bintang lima, bintang enam bonusnya gedhe mana? Sekarang naik bintang empat, lima enam, <i>bonusnya</i> naik ndak?”	47
	T.F 12	"saya anda punya financial management ndak? Punya <i>back up</i> ndak? <i>financial management</i> anda bagus ndak?" Ini yang membuat anda survive ya. Paham ya?"	48
11	T.F 14	“Seorang <i>leader</i> harus menemukan <i>team</i> kerjanya dulu. Anda harus cari tim yang mau komitmen.”	49
12	T.F 15 F.T 15	“Kapan-kapan kita maju kedepan ya jadi pembicara ya mau?” “Gak perlu to anda itu hebat cepat set terus tiba-tiba gak lama. Mending ana tetep tapi konsisten” Fragmen data lima belas: “Mending anda dari awal tu konsisten ok.”	49 50
13	F.T 16	“Usahkan lebih dahulu jangan takut salah.”	51
14	F.T 17	“Pak David punya kekurangan ndak? Punya. Punya kelebihan ndak? Punya. Petanyaan saya kalo <i>upline</i> belajar dari <i>upline</i> belajar dari kelebihan atau kekurangan? Pak Andik punya kekurangan ndak? Punya, kelebihannya banyak juga ndak? Kenapa ndak belajar dari kelebihannya? Saya punya kelebihan, kekurangan? ada juga, ngamukan, nesunan tapi ditiru baiknya, tapi apapun itu <i>up-line</i> mu tetep ngasi pelajaran ke saya, baiknya apa?”	51
15	F.T 18	“siapa yang mahasiswa disini? Sudah dengar <i>net-p</i> nya pak Edy Sutanto dari Bali? Udah denger semua belum? Pertanyaan saya, anda seorang mahasiswa yang kebetulan pembisnis Tianshi atau anda seorang pembisnis Tianshi yang kebetulan mahasiswa?”	52

15	F.T 19 F.T 19	“Harus pertama baca buku” “Harus percaya diri tinggi tapi jangan tinggi hati, juga harus rendah hati”	53 53
16	F.T 20	“Harus tau pendengar”	54
17	F.T 21 F.T 21	“Harus terus mempunyai sikap mau belajar “Harus mau introspeksi dan mau berubah”	54 54

Daftar Kata Tentang Bentuk Variasi Bahasa Dalam Analisis Key

No Data	Bahasa Indonesia casual	No data	Bahasa Jawa ngoko	No Data	Bahasa inggris
1	-moga-moga	4	-ngapusi	1	-Sharing
	-temen-temen	7	-bang pet, bang pet		-group
2	-crita	8	-blaik	4	-leadership
	-culun	11	-Jug-jug mak		-proces
4	-ngerti	12	bedunduk		-ability
	-gitulah		-utik-utik		-motivate
	-ngasih	13	-pet		-team
5	-ngandalin	14	-wong		-intentional
	-gak bisa		-cagerke		-influence
	-ngerasa gak nyaman	15	-pokok'e dijagake.	5	-up-line
8	-slametin	16	-wah edian		-ok
	-buatin	17	-tok sekali	6	-applaude
	-dah biarin	19	-nesunan	7	-next
	-ngalamin	20	-sak-sak 'e	8	-dream
	-ati-ati		-kemakine rak	9	-leader
9	-ndak sakit		karuan		-start
	-ngalamin			10	-plan
	-ndak ada				-team
	-ndak memikirkan				-decission
11	-bilang				-business
	-dibelikin			12	-management
	-gunakin				financial
12	-ndak terasa				-gold lion
	-saya tu			13	-lifestyle
	-sensian			17	-enjoy
	-giniin				-downline
	-ndak mau			20	-crossline
	-ndak usah			21	-give humble
13	-gitu lho				-royal
	-gak tau				weekend
	-ndak to				
15	-awal tu				
	-ngapa-ngapain				
	-gak ada				
	-nggugupin				
16	-kepingin				
	-ninggalin				
	-ndak dosa				
	-mbantuin				

18	-telponan -ngabarin				
	Bahasa Indonesia Casual		Bahasa Jawa Casual		Bahasa Inggris Consultative

Fragmen Data pada Analisis Norms

Nomor	Bentuk	Judul : Tabel Analisis Norms	Halaman
1	T.F 1	Pada hari ini acaranya santai ya pak” “moga-moga apa yang disampaikan akan mendapat sesuatu yang positif.	64 65
2	T.F 2	“Saya mau cerita sedikit. Saya mengawali bisnis ini taun dua ribu sembilan. Saya tidak memiliki siapapun di satu kota yang aktif”	65
3	T.F 3	“...mudah-mudahan bisa menjawab temen-temen yang punya kendala atau yang merasa bisnisnya sangat menyedihkan.”	65
4	T.F 4	“Bisnis ini adalah bisnis kepemimpinan”	66
5	T.F 7 T.F 7 T.F 7	Inget ya kalo MLM lain saya bekerja cuman karna dijoinkan temen, dari pada saya dikejar-kejar. Dulu ada beberapa tapi yang ini yang saya seriusin” “Inget ya kalo MLM lain saya bekerja cuman karna dijoinkan temen, dari pada saya dikejar-kejar. Dulu ada beberapa tapi yang ini yang saya seriusin” “Anda boleh tanya. Saya punya <i>upline</i> sudah gak aktif. Tanya deh, pernah dak Pak Ade sekalipun minta tolong? Bahkan dulunya saya terlalu mandiri”	67 68 68
6	T.F 8	“Kalo saya jatuh karena sombong”	69
7	T.F 9	Terus introspeksi dan belajar. Saya <i>sharing</i> dengan pak Andi. Saya kemarin juga ngobrol sama sama Pak David. Seringkali saya tanya jawab, Saya kurangnya dimana?”	70
8	T.F 10	“ <i>Leadership</i> yakni ada empat <i>plan</i> , <i>team</i> , <i>decission</i> dan <i>bussines</i> . Maaf kalo saya pake istilah Inggris terus temen-temen karna saya tahun depan bisa buka <i>team</i> di Amerika.”	70
9	T.F 11	“Ok yang pertama ya harus punya plan. Seorang <i>leader</i> , temen-temen musti punya	70

		rencana titik. Ndak ada seorang <i>leader</i> yang ndak memikirkan plan. Contohnya, kapan anda bintang empat, kapan anda <i>royal</i> kapan anda <i>goal</i> .”	
9	T.F 12	“Sekarang <i>management financial</i> ini penting. Ok temen-temen ini ada yang lima bulan bintang memang ada komitmen, leadernya juga komitmen enam <i>applaude</i> temen-temen berhasil mendapatkan Scoopy <i>applaude</i> dulu untuk ibu Vony dan pak David entah kenapa ini ideal lho tapi kenyataanya seperti itu bintang enam saya bintang lima ke bintang enam saya satu tahun dua bulan bukan satu keenam, lima ke enam satu tahun dua bulan, lha ini bintang tiga ke enam dalam waktu tiga bulan mohon <i>appluaude</i> dulu.”	70
	T.F 12	“saya bilangin kalo <i>gold lion</i> kira-kira bonusnya lumayan ndak temen-temen? Ada yang alasanya bonusnya tiansi gak cukup lagi untuk biaya hidup, ngeri ndak?”	71
	T.F 13	“beberapa taun lalu dulu waktu ngejar mobil niaga entah kenapa emotional saya tu kayak nggk terkontrol, sensian, gampang marah, ego. Saya sekarang berusaha untuk <i>enjoy</i> mau jalan mau ndak mau apa terserah”	71
10	T.F 14	Nah..yang kedua itu penting sekali, seorang <i>leader</i> itu harus menemukan <i>team</i> kerja nya dulu. Bahkan saya pernah baca satu buku, aduh bukunya siapa ya..ya itu ngomong begini, kalo cuma cari bisnis tu gampang mau bisnis apapun mau model apapun itu gampang, yang sulit itu menemukan sdm <i>teamnya</i> dahulu, karna kalo mau bisnis apapun itu pasti jadi”	71
	T.F 14	“saran saya berdasarkan dari pengalaman saya anda harus cari <i>team</i> yang mau komitmen kalo <i>team</i> yang gak mau komitmen ndak usah terlalu dibanggakan dan dak usah terlalu di apaya, kesannya kita yang mau dia jalan, apa ya di cagerke..pokoke di jagake atau apalah gitu istilahnya”	73
	T.F 14	“kok saya kok gini-gini terus ya up? Pertanyaan saya satu punya <i>team</i> ndak? <i>Teamnya</i> diperbanyak, otomatis omsetnya akan namabah	74

11	T.F 15 T.F.15 T.F 15	<p>“Saya liat gambar ini seneng sekali temen-temen. Kalo liat gambar ini orang ini berjalan untuk mencapai satu tujuan”</p> <p>“ini ada pak Adi, Pak David, Pak Andy Hoo dan Pak Handoko dan mungkin ada beberapa orang yang ikut..saya jujur dua tahun terahir ini fanatik dan seneng sekali kok belum ada yang statusnya mahasiswa gitu lho muncul disini kenapa gitu lho? Saya gak tau.</p> <p>“gak perlu to anda itu hebat, cepat set trus tiba-tiba gak lama. Mending anda tetep tapi konsisten”</p>	75 76 76
12	T.F 16	<p>“kemarin ada satu pertanyaan. Up ini kan dia punya penyakit mag enaknya kasi <i>double cellulose</i> dulu atau chitosan dulu ya? Pingin saya lempar sepatu rasanya bapak- ibu bintang lima lho bapak ibu. ada beberapa pertanyaan seperti itu, trus ada lagi, up saya punya undangan up, enaknya diajak OP dulu apa gimana? Hal sepele gitu aja gak bisa ambil keputusan.</p> <p>“Anda ngerti maksud saya? Belajar. Kalo saya, dulu apapun kendala masalah dibawah kalo saya jangan sampe naik keatas”</p>	77 78
13	T.F 17	<p>“Ini bisnis adalah bisnis anda sendiri, bukan bisnisnya <i>upline</i>, bukan binisnya <i>down line</i> apalagi bisnisnya <i>crossline</i>. Jadi <i>Upline</i>, <i>crossline</i>, <i>downline</i> itu ndak ada pengaruhnya, maksud saya adalah saya mengalami pergantian <i>upline</i>, datang silih berganti”</p>	78
14	T.F 18	<p>“Pertanyaan saya, anda seorang mahasiswa yang kebetulan pembisnis Tianshi atau anda seorang pembisnis Tianshi yang kebetulan mahasiswa? Ini bicara prioritas temen-temen, kalo anda salah memprioritaskan dipikiran dulu. Saya kan mahasiswa ya kebetulan aja sih pembisnis Tianshi”</p>	79
15	T.F 19	<p>“Ada hal yang harus kita lakukan kalo mau jadi <i>leader</i> besar, inget ..harus bukan sak-sake”</p>	79
16	T.F 20 T.F 20	<p>“Dulu <i>downline</i> saya kalo ketemu saya ngeliat aja gak mau bapak ibu, karena tau saya <i>kemakine rak karuan</i>.”</p> <p>“<i>Upline</i> saya dulu kalo bantuin group saya gak ngomong tak telpon. Namanya Filix,</p>	80 80

		Lix kamu tadi kamu bantuin si A ya? kok gak pake aku? Ngomong ke aku? Memangnya aku gak mbantuin? Lain kali tulung ya nek ada apa-apa ngabari aku dulu? Ngeri ndak bapak-ibu? setelah itu ndak bantuin temen saya Bapak Ibu.”	
17	T.F 21	“Saya paling takut sekali punya <i>team leader</i> yang karakternya koleris. Orang koleris itu kalo bisa dengernya sedikit tapi omongnya banyak, jadi omongnya lima dengerinya satu, jadi tipe koleris kuat itu ati-ati ya”	81

Fragmen Data pada Analisis *Genre*.

Nomor	Bentuk	Analisis <i>Genre</i>	Halaman
1	T.F 1	“Pada hari ini acaranya santai ya pak ya, tapi..Judulnya sama pak ya..hari ini santai aja tapi yang penting nanti moga-moga nanti apa yang disampaikan oleh teman-teman yang <i>sharing</i> di depan, temen-temen yang hadir disini bisa mendapatkan sesuatu yang positif bisa menambah omset dan besarnya grup amin..amin”	82
2	T.F2	“Saya mengawali bisnis ini sekitar tahun dua ribu Sembilan”	83
3	T.F 3	“Nah Apa yang saya ingin sampaikan mudah-mudahan bisa menjawab temen-temen, yang sama punya kendala kayak saya. Mungkin teman-teman yang merasa kok bisnisnya sangat menyedihkan saat ini.”	84
4	T.F 4	Bisnis ini adalah bisnis kepemimpinan	84
5	T.F 10	<i>Leadership</i> yakni ada empat <i>plan, team, decision dan business</i> ”	85
6	T.F 11	“Ok yang pertama ya harus punya <i>plan</i> seorang <i>leader</i> temen-temen musti punya rencana titik” “yang pertama dengan perencanaan waktu ini yang paling penting”	85
7	T.F 12	“Sekarang <i>management financial</i> ini penting. <i>Management financial</i> ini bahaya kalo gak dimulai dari sejak dini itu tidak akan biasa. Saya setiap bulan sepuluh	85

		persen dari bonus atau gaji saya pasti saya tabung itu mutlak tidak bisa di ganggu gugat. kok bonusnya turun dan segala macam sebetulnya cuma seputar ini kok, saya bilangin kalo <i>gold lion</i> kira-kira bonusnya lumayan ndak temen-temen?"	
8	T.F 14	“Seorang <i>leader</i> itu harus menemukan <i>team</i> kerjanya dulu. Mau bisnis apapun, mau model apapun itu gampang, yang sulit itu menemukan sdm <i>teamnya</i> dahulu, karna kalo mau bisnis apapun itu pasti jadi. <i>Teamnya</i> diperbanyak otomatis omzetnya akan nambah”	86
	T.F 14	“ <i>Decision</i> atau ambil keputusan nah ini penting sekali. Kita bisa ambil keputusan bukan <i>upline</i> kita. Temen-temen tunjukan kalo anda <i>leadernya</i> gitu lho temen-temen”	86
9	T.F 17	Nah..ini yang terahir dari leadership tadi ini bisnis adalah bisnis anda sendiri, bukan bisnisnya <i>upline</i> , bukan binisnya <i>down line</i> apalagi bisnisnya <i>crossline</i> .”	86

27/9/2016

Turnitin



**PROGRAM STUDI MAGISTER LINGUISTIK
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

Document Viewer

Turnitin Originality Report

Processed on: 27-Sep-2016
11:10 AM WIB
ID: 711554019
Word Count: 24968
Submitted: 1

KOMPONEN TUTUR [refresh](#)

DALAM PRESENTASI <1% match (Internet from 12-Jun-2015)

By Pramawati <http://elibrary.unisba.ac.id>

Yustiana

<1% match (Internet from 07-

Similarity Index	Similarity by Source
2%	Internet Sources: 1% Publications: 0% Student Papers: 0%

Oct-2014)

<http://syariat-tharikat-hakikat.blogspot.com>

<1% match (Internet from 19-Apr-2016)

<http://eprints.undip.ac.id>

<1% match (Internet from 30-Jan-2016)

<http://repository.unhas.ac.id>

<1% match (Internet from 05-Sep-2016)

<https://www.scribd.com/doc/284874691/1-Makalah-Bahasa-Indonesia-Ragam-Bahasa-Indonesia>

<1% match (Internet from 06-Feb-2013)

<http://rhan-jhie.blogspot.com>

<1% match (student papers from 17-Jun-2016)

[Submitted to Universitas Diponegoro on 2016-06-17](#)

<1% match (student papers from 05-Aug-2015)

[Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia on 2015-08-05](#)