

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAKSI	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	8
F. Kerangka Teori.....	13
1. Komunikasi Persuasif.....	13

2. AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).....	16
3. Konsep Multi Level Marketing.....	21
4. Analisis SWOT.....	23
G. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Objek Penelitian.....	26
3. Sumber Data.....	26
4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
5. Metode Analisis Data.....	28
H. Jadwal Penelitian	28
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	29
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	29
B. Lokasi FM Group.....	31
C. Visi, Misi, dan Tata Nilai FM Group.....	31
1. Visi.....	31
2. Misi.....	32
3. Tata Nilai.....	32
D. Struktur Organisasi.....	33
E. <i>Golden Rule</i> Penjualan FM Group.....	33
BAB III TEMUAN PENELITIAN.....	35
1. Kegiatan Persuasif pada Perusahaan MLM FM Group Indonesia..	37

2. Media Komunikasi Persuasif pada FM Group Indonesia.....	52
3. Skema atau Konsep MLM	63
4. Cara kerja Multi Level Marketing FM Group Indonesia.....	67
5. Peluang dan Hambatan Pada FM Group Indonesia.....	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	75
A. Konsep Multi Level Marketing (MLM) FM Group.....	75
B. Cara Kerja Multi Level Marketing (MLM) FM Group.....	76
• Temukan Sponsor	77
• Pendaftaran	78
• Membeli Staterkit	78
• Validasi pendaftaran	79
C. Kegiatan Persuasif pada Perusahaan MLM FM Group.....	80
1. Training	80
2. Gathering	80
3. Table Talk Wangi	81
D. Media Persuasif Pada Perusahaan MLM FM Group Indonesia.....	84
1. Merchandising	84
2. Tester	85
3. Aplikasi Perfume Finder	86
4. Reward	87
• Vacation	88

• Mobil	89
E. Metode Komunikasi Persuasif pada Perusahaan FM Group.....	90
F. AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>)	95
• Attention	96
• Interest	97
• Desire	97
• Action	98
G. Analisis SWOT pada Perusahaan FM Group	98
1. Kekuatan (Strenghts)	99
2. Kelemahan (Weakness).....	100
3. Peluang (Opportunities).....	100
4. Ancaman (Threats).....	102
5. Fungsi SWOT	103
H. Pendukung dan Penghambat pada Perusahaan FM Group.....	107
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks SWOT.....	24
-----------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Training FM Group.....	42
Gambar 3.2 Gathering FM Group.....	45
Gambar 3.3 Screenshot Percakapan Member via Whatsap	48
Gambar 3.4 Banner Table Talk Wangi	51
Gambar 3.5 Acara Table Talk Wangi (TTW).....	51
Gambar 3.6 Pemenang Table Talk Wangi (TTW).....	52
Gambar 3.7 Tester Parfum	55
Gambar 3.8 Tampilan Awal Perfume Finder	56
Gambar 3.9 Tampilan Pertanyaan Perfume Finder.....	57
Gambar 3.10 Tampilan Rekomendasi Wewangian	58
Gambar 3.11 Promo Diskon Merchandising Idul Adha.....	59
Gambar 3.12 Promo Diskon Merchandising.....	60
Gambar 3.13 Reward Vacation.....	62
Gambar 3.14 Reward Mobil.....	63
Gambar 3.15 Konsep 1 FM Group.....	64
Gambar 3.16 Konsep 2 FM Group.....	65
Gambar 3.17 Langkah Pertama.....	66
Gambar 3.18 Langkah Kedua	67
Gambar 3.19 Langkah Ketiga	67
Gambar 3.20 Joining Package.....	72