

Analisis komunikasi persuasi pada kegiatan prospek multi level marketing PT Melia Sehat Sejahtera = Persuasive communication analysis on PT Melia Sehat Sejahtera multi level marketing prospect activity

Risya Primanda Chairani Aulia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368871&lokasi=lokal>

Abstrak

Komunikasi Persuasi merupakan hal yang penting dilaksanakan pada setiap sistem bisnis Multi Level Marketing (MLM). Keahlian komunikasi persuasi dibutuhkan agar dapat membuat orang yakin untuk mengikuti bisnis tersebut, sehingga jaringan bisnis semakin berkembang. Salah satu bentuk kegiatan komunikasi persuasi yang dijalankan oleh perusahaan-perusahaan MLM adalah aktivitas presentasi bisnis, atau yang biasa disebut dengan prospek.

Makalah ini akan memaparkan analisis komunikasi persuasi pada kegiatan prospek yang dijalankan oleh PT. Melia Sehat Sejahtera, sebagai salah satu MLM dengan peningkatan jumlah anggota tercepat di Indonesia. Data didapat dengan observasi langsung pada aktivitas prospek, dan juga melakukan wawancara kepada beberapa distributor MLM PT.MSS. Analisis dilakukan dengan menilai kegiatan prospek terhadap tiga komponen komunikasi persuasi, yaitu Komunikator, Pesan, dan Komunikan.

Hasil temuannya adalah MLM PT.MSS telah melaksanakan komunikasi persuasi yang efektif, karena telah berhasil menerapkan ketiga komponen komunikasi persuasif pada kegiatan prospeknya.

.....

Persuasive Communication is a delicate element on the Multi-Level Marketing business (MLM). The skill of persuasive needed to make people believe to follow the business; it will create a developed business network. One form of the Persuasive Communication that run by MLM companies is business presentation, or well known by prospect.

This paper will explain the analysis of Persuasive Communication on prospect activity that run by PT. Melia Sehat Sejahtera, as one of the MLM with the rapidly increasing number of member in Indonesia. Data was collected by direct observation on the prospect activity, and also interviewed some of the MLM's distributors. Analysis was done by valued prospect activity toward three components of persuasion communication, which is Communicator, Message, and Communicant.

The result shows that MLM by PT.MSS has successfully done an effective persuasive communication, because successfully applied three persuasive components on the prospect activity.