



**KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL ANGGOTA MULTI LEVEL  
MARKETING FASHION DI KOTA JEMBER**

**CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY OF FASHION MULTI LEVEL  
MARKETING MEMBERS IN JEMBER CITY**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
(S1) Pada Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Oleh

**DEVI INDRIA ROSIAWATI**

**NIM.060910302040**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2014**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, maka saya persembahkan karya tulis ini kepada kedua orang tua saya, Ayahanda Fathorrozy dan Ibunda Susriwayati yang telah memberikan curahan kasih sayang dan bimbingan doa agar menjadi pribadi yang berilmu dan berbudi luhur dalam setiap perjalanan untuk keberhasilanku. Selanjutnya Almamaterku tercinta, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang kubanggakan.

## **MOTO**

“ MLM membuka peluang bagi mereka yang kehilangan pekerjaan “  
( Rhenaldi Kasali, Ph..D ) <sup>1</sup>

“ Pakaian bisa dimetaforakan sebagai kulit sosial dan budaya kita “  
( Wilson ) <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasali, Rhenaldi dalam Rozani, MPC.2007. Bandung : Mizan media Utama

<sup>2</sup> Wilson dalam Ibrahim . 2010.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devi Indria Rosiawati  
NIM : 060910302040  
Program Studi : Sosiologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul “Konstruksi Realitas Sosial Anggota Multi Level Marketing Fashion di Kota Jember“ adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Maret 2014

Yang menyatakan,

Devi Indria Rosiawati

060910302040

**SKRIPSI**

**KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL ANGGOTA MULTI LEVEL  
MARKETING FASHION DI KOTA JEMBER**

**CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY OF FASHION MULTI LEVEL  
MARKETING MEMBER'S**

Oleh

Devi Indria Rosiawati

NIM 060910302040

Pembimbing

Dosen Pembimbing : Nurul Hidayat, S.Sos, MUP

## PENGESAHAN

Diterima dan dipertahankan didepan penguji skripsi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu ( S1 ) Program studi Sosiologi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada :

Hari dan tanggal : Kamis, 30 Januari 2014

Jam : 09.00 WIB s.d Selesai

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Moch. Affandi, MA

NIP. 19500304 197603 1 002

Nurul Hidayat, S.Sos, MUP

NIP. 19790914 200501 1 002

Anggota,

Drs. Akhmad Ganefo, M.Si

NIP. 19631116 199003 1 003

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

**Konstruksi Realitas Sosial Anggota Multi Level Marketing Fashion di Kota Jember** ; Devi Indria Rosiawati ; 060910302040 ; 2014 : 90 Halaman ; Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ; Universitas Jember.

*Multi Level Marketing* telah menjadi fenomena di Indonesia. Diantaranya dengan berkembangnya perusahaan-perusahaan *Multi Level Marketing* terutama *MLM fashion* yang melakukan ekspansi usaha ke kota-kota diseluruh Indonesia termasuk di kota Jember. *Multi Level Marketing fashion* berbeda dengan *Multi Level Marketing* pada umumnya karena anggota *Multi Level Marketing fashion* lebih cenderung bersikap mengutamakan nilai kebersamaan dan kesetaraan sedangkan *Multi Level Marketing* pada umumnya selalu identik dengan kejar-mengejar orang lain untuk menjadi anggota agar posisinya semakin tinggi. Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ Bagaimana konstruksi realitas dipahami dalam tiga proses simultan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann?”

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial Peter L. Berger dalam proses dialektis tiga momen simultan, yaitu : Eksternalisasi, Internalisasi dan Obyektivasi sebagai penjelasan atas perilaku ekonomi yang dilakukan oleh anggota *Multi level Marketing Fashion*.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang berlokasi di kota Jember. Informan dalam penelitian ini adalah anggota *MLM* yang masih aktif dalam kegiatan *Multi Level Marketing* terutama yang berkaitan dengan *support sistem* dan *home meeting* serta lama keterlibatannya dalam bisnis *Multi Level Marketing* selama dua tahun sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan peneliti dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Mengumpulkan data dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi dan telah dianalisis sesuai dengan tiga subproses yaitu reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi realitas sosial anggota *Multi Level Marketing fashion* meliputi : nilai kesuksesan bersama: dalam bisnis MLM selalu menekankan untuk mencapai kesuksesan bersama antar anggota dalam jaringannya karena dalam bisnis *MLM* tidak mungkin bisa meraih kesuksesan jika hanya menjalankan bisnis sendirian, nilai hubungan saling menguntungkan : terlihat dari hubungan antara upline dan downline karena kesuksesan upline ditentukan dari kemampuannya untuk mensukseskan downline dan dengan bantuan upline maka downline akhirnya mengerti sistem kerja dalam *MLM*, nilai relasi pertukaran ekonomi : hubungan sosial yang terjalin antar anggota dalam *MLM* berlandaskan pertukaran ekonomi , nilai bisnis dengan resiko yang rendah : modal yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis *MLM* hanya berkisar pada puluhan ribu rupiah saja karena anggota *MLM fashion* tidak perlu memiliki stok barang yang banyak, nilai signifikansi posisi peran upline dan downline : peran upline dalam bisnis *MLM* sangat penting karena upline merupakan orang yang paling mengerti cara menjalankan bisnis *MLM* dan yang terakhir nilai belajar bersama : dalam bisnis *MLM* selalu ditekankan untuk sama-sama belajar melalui pelatihan dalam support sistem.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Konstruksi Realitas Sosial Anggota Multi Level Marketing Fashion “. skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu ( S1 ) pada Program studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Walaupun penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam mengerjakan skripsi ini, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan ini masih sangat banyak kekurangan. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Nurul Hidayat, S.Sos, MUP selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang selalu penuh semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini;
2. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Bapak Drs. Akhmad Ganefo, M.Si selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan sekaligus sebagai penguji yang telah menguji dan memberikan pengarahan dan membuka kesadaran baru demi perbaikan skripsi ini;
4. Bapak Drs. Moch. Affandi, MA selaku ketua penguji yang telah menguji dan memberikan pengarahan dan membuka kesadaran baru demi perbaikan skripsi ini.
5. Semua staf pengajar Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, semoga semua ilmu yang diberikan kepada penulis akan bermanfaat dimasa yang akan datang;

6. Keempat adik kandungku yaitu : Deni Antra Pusuma, Dedi Misbahul Munir, Achmad Dicky Arisandi dan Dimas Rizky Ramadhan yang selalu menanyakan kapan kakaknya lulus yang bagi penulis dijadikan pemicu semangat untuk menyelesaikan karya tulis ini.
7. H.Nor Mahfud Muhammad Zeine, terima kasih atas segala dukungan dan nasihatnya yang sangat berguna untuk menyelesaikan karya tulis ini.
8. Sahabat-sahabatku Nieka, Ima, Silvi, kalian adalah sahabat yang aku sayangi dan tak akan terlupakan selamanya.
9. Teman-teman seperjuangan, Fani, Gondrong, Ropek, Leo, Hendi, dan Agung yang selalu memberi semangat yang luar biasa untuk tidak pernah menyerah seperti apapun kondisi yang dihadapi. Terima kasih atas semua bantuan dan saran yang selama ini diberikan kepada penulis.
10. Semua informan yang bersedia memberikan informasi mengenai penelitian ini Vera, Amel, Mas Taufik, Mas Erfan, Pak Alex, Bu Wahyu, Dek Izmi, Dek Dini, Ices serta yang lainnya terima kasih atas segala informasi dan sikap ramahnya.
11. Semua teman-teman Sosiologi 2006, atas segala bentuk semangat dan dukungan moril serta rasa kebersamaannya selama bertahun-tahun.  
Penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca, demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca.

Jember, Maret 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTO.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR SKEMA.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1. Kerangka Teoritik .....</b>	<b>7</b>
2.1.1 Tinjauan mengenai Konstruksi Realitas Sosial .....	7
2.1.3 Tinjauan tentang Multi Level Marketing .....	9
2.1.4 Tinjauan tentang Teori Pertukaran .....	10
2.1.5 Tinjauan tentang Konsep Fashion .....	11
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	

<b>3.1 Metode Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3 Informan Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>16</b>
3.4.1 Pengumpulan Data Primer.....	16
a. Observasi.....	16
b. Wawancara.....	17
3.4.2 Pengumpulan Data Sekunder.....	20
a. Dokumentasi.....	20
<b>3.5 Uji Keabsahan Data .....</b>	<b>21</b>
<b>3.6 Metode Analisa Data.....</b>	<b>22</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>4.1    Konstruksi Eksternalisasi Anggota Multi Level</b>	
<b>Marketing Fashion.....</b>	<b>26</b>
4.1.1 Belajar Bersama dengan Melakukan ( <i>Teaching by Doing</i> )..	26
<b>4.2    Konstruksi Internalisasi Anggota Multi Level</b>	
<b>Marketing Fashion.....</b>	<b>30</b>
4.2.1 Hubungan Saling Menguntungkan ( <i>Mutual Right obligation</i> )	30
4.2.2 Bisnis Dengan Resiko yang Rendah ( <i>Low Risk Business</i> )...	42
4.2.3 Signifikasi Posisi Peran Upline dan Downline.....	62
<b>4.3    Konstruksi Obyektivasi Anggota Multi Level</b>	
<b>Marketing Fashion.....</b>	<b>69</b>
4.3.1 Nilai Kesuksesan Bersama ( <i>Collective Achievement</i> ).....	69
4.3.2 Relasi Pertukaran Ekonomi Anggota Multi	
Level Marketing Fashion.....	82
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>1.2</b> Simulasi Besarnya Potensi Penghasilan Distributor Multi Level Marketing.....	9

## DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema Analisis Data .....	24

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 : Foto-foto Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Permohonan Izin Melaksanakan Penelitian Dari Lembaga Penelitian Universitas Jember