

# **PROSES KOMUNIKASI WORD OF MOUTH MENGENAI PRODUK NANAMIA PIZZERIA**

**(Analisis Deskriptif Kualitatif Komunikasi *Word Of Mouth* Mengenai  
Produk Nanamia pizzeria)**



DISUSUN OLEH:

LUSIA SARI DEWAJATI

(05 09 02710)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

2011

**PROSES KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH*  
MENGENAI PRODUK NANAMIA PIZZERIA**

**(Analisis Deskriptif Kualitatif tentang Proses Komunikasi *Word of Mouth* Mengenai Produk Nanamia Pizzeria)**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. Ikom)**

**Disusun oleh:**

**Lusia Sari Dewajati**

**05 09 02710 / Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2011**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PROSES KOMUNIKASI WORD OF MOUTH MENGENAI PRODUK PADA NANAMIA PIZZERIA

(Analisis Deskriptif Kualitatif Proses Komunikasi *Word of Mouth* mengenai  
Produk Nanamia Pizzeria)

Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1(satu)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

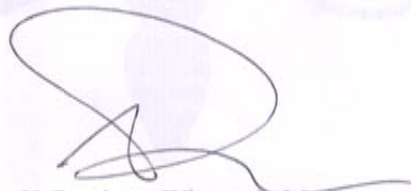
Program Studi Komunikasi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh: Lusia Sari Dewajati

05 09 02710

Disetujui oleh:



Y. Bambang Wiratmojo, MA.

Dosen Pembimbing

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PROSES KOMUNIKASI WORD OF MOUTH MENGENAI  
PRODUK NANAMIA PIZZERIA (Analisi Deskriptif Kualitatif  
Komunikasi *Word of Mouth* Mengenai Produk Nanamia Pizzeria)

Penyusun : Lusiana Dewajati

NIM : 05 09 02710

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/tanggal : 18 Juli 2011

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si  
Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, MA.  
Penguji I

Dhyah Ayu Retno Widiastuti, M.Si.  
Penguji II



FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

.....  
.....  
.....

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lusia Sari Dewajati

NIM : 05 09 02710

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Proses Komunikasi *Word Of Mouth* Mengenai  
Diferensiasi Produk Pada Nanamia Pizzeria

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, bukan pencurian hasil karya orang lain, bukan hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya, ataupun segala kemungkinan lain yang pada dasarnya bukan merupakan karya tulis saya yang orisinal.

Pernyataan ini sungguh saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi mengegakkan integritas akademik dalam instansi yang berkaitan.

Yogyakarta, Juli 2011

yang menyatakan

Lusia Sari Dewajati

## ABSTRAKS

Sebuah perilaku konsumen akan diawali dengan adanya permasalahan dan dilanjutkan dengan pencarian informasi untuk memecahkan permasalahan tersebut. Sumber informasi yang sering menjadi acuan untuk melakukan keputusan pembelian antara lain sumber pribadi, yaitu keluarga, teman dan saudara. *Content & context* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, dimana *content & context* menghasilkan sebuah *testimony*. Suatu hal dapat menjadi pengalaman ketika hal itu berkesan, dan memuaskan atau berbeda dengan yang lain, Seiring perkembangan zaman aspek irasional terkadang menjadi hal yang menarik. Apabila keduanya dipadukan tentu akan bisa menyentuh lima panca konsumen dan memberi hal yang positif. Perbedaan dan kepuasan ini akan menimbulkan pengalaman (*memorable experience*) yang bisa dibagikan kepada orang lain, serta melakukan kunjungan berulang.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses komunikasi *word of mouth* mengenai produk Nanamia Pizzeria. Hal ini dikarenakan produk Nanamia mempunyai keunikan yang membuat ia berbeda dengan warung pizza lainnya, terlihat dari jenis pizza dan ambience di Nanamia Pizzeria. Penyebaran pesan melalui komunikasi *word of mouth* mengenai produk Nanamia Pizzeria berawal dari adanya topik yaitu *content* dan *context* yang berbeda yang dimiliki oleh Nanamia Pizzeria. *Word of mouth* adalah komunikasi dari mulut ke mulut, dimana suatu pesan disampaikan dari seorang kepada orang lain dalam suatu percakapan.

Analisis yang digunakan ialah menggunakan teori *content* dan *context* dimana isi pesan yang bersifat positif mempunyai kecenderungan untuk terjadinya *positif word of mouth* dan pembelian berulang. Akhirnya dari data lapangan diperoleh kesimpulan bahwa semua informan memberikan pesan yang positif dimana komunikasi terjadi secara *word of mouth*. Proses komunikasi terjadi secara interpersonal dari sesama teman atau saudara, isi pesan yang disampaikan ialah mengenai *content dan context* Nanamia Pizzeria.

Kata kunci: sumber pribadi, *content* dan *context*, *word of mouth*

## PERSEMBAHAN

- 📖 Bapa, untuk semua hal yang telah terjadi, semakin menguatkan dan mendewasakan.....
- 📖 Bapak dan ibuk tersayang.....
- 📖 Buat mas Bambang, mas Yud, mas Woko, mbak En, mas Thot, mas Sigit, mbak Tiwie, mbak Jogie, mbak Damarus,.... Sumber dana terbesar abad ini....
- 📖 Buat mbak Rinie, Mbak Ir, Mbak yuni.....
- 📖 De' danan, de' ella, de Olivia, de' josephine, de' bernadetha, de' ibeth, de' lino..... belajar yang rajin ya... jangan nakal... adiknya jangan dinakalin ya....
- 📖 Mas Robby yang sabar selalu.....
- 📖 Pak Bambang yang sabar membimbing hingga selesai... maturnuwun Pak...
- 📖 Buat cipie tintaz phila tita dian jeng jun dewi dessy ..... selalu mendukung dalam keputus asaan... loveyou..
- 📖 Buat bedes, hance, mintul, oneng, rembo.... Kumpul ke jogja lagi dong....
- 📖 Buat mbak Nana, mbak Asty, Mbak Purti dari Nanamia yang bersedia berbagi informasi..
- 📖 Semua informan pada penelitian ini...
- 📖 Untuk semua karyawan di FISIP... untuk semua fasilitas yang saya peroleh, terimakasih banyak. ..
- 📖 Pembaca budiman, selamat membaca..... semoga berguna

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur, karena berkat Tuhan penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Proses Komunikasi Word of Mouth Mengenai Produk Nanamia Pizzeria.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga makalah ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktunya. Karya tulis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan makalah ini.

Semoga karya tulis ini memberikan informasi bagi masyarakat dan bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Yogyakarta, Juli 2011

Penyusun



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKS .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. LATAR BELAKANG.....</b>	<b>1</b>
<b>B. RUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>7</b>
<b>C. TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>7</b>
<b>D. MANFAAT PENELITIAN.....</b>	<b>7</b>
<b>E. KERANGKA TEORI .....</b>	<b>8</b>
<b>F. DEFINIS KONSEP .....</b>	<b>30</b>
<b>G. METODOLOGI .....</b>	<b>33</b>

H. KARAK TERISTIK INFORMAN .....	35
I. METODE PENGUMPULAN DATA .....	36
I.1. Primer .....	36
I.2. Sekunder.....	37
J. ANALISIS DATA .....	37
<b>BAB II. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN</b>	
A. PIZZERIA .....	39
B. PIZZA NANAMIA.....	42
C. KONSEP SUASANA.....	46
<b>BAB III. HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA</b>	
A. TEMUAN DATA.....	49
A.1. Sinta .....	52
A.2. Tika .....	58
A.3. Putri .....	68
B. ANALISIS DATA .....	81
B.1. Informasi.....	81
B.2. Perilaku Konsumen.....	82
B.3. Content dan Context.....	86

B.4. Word of Mouth.....	88
-------------------------	----

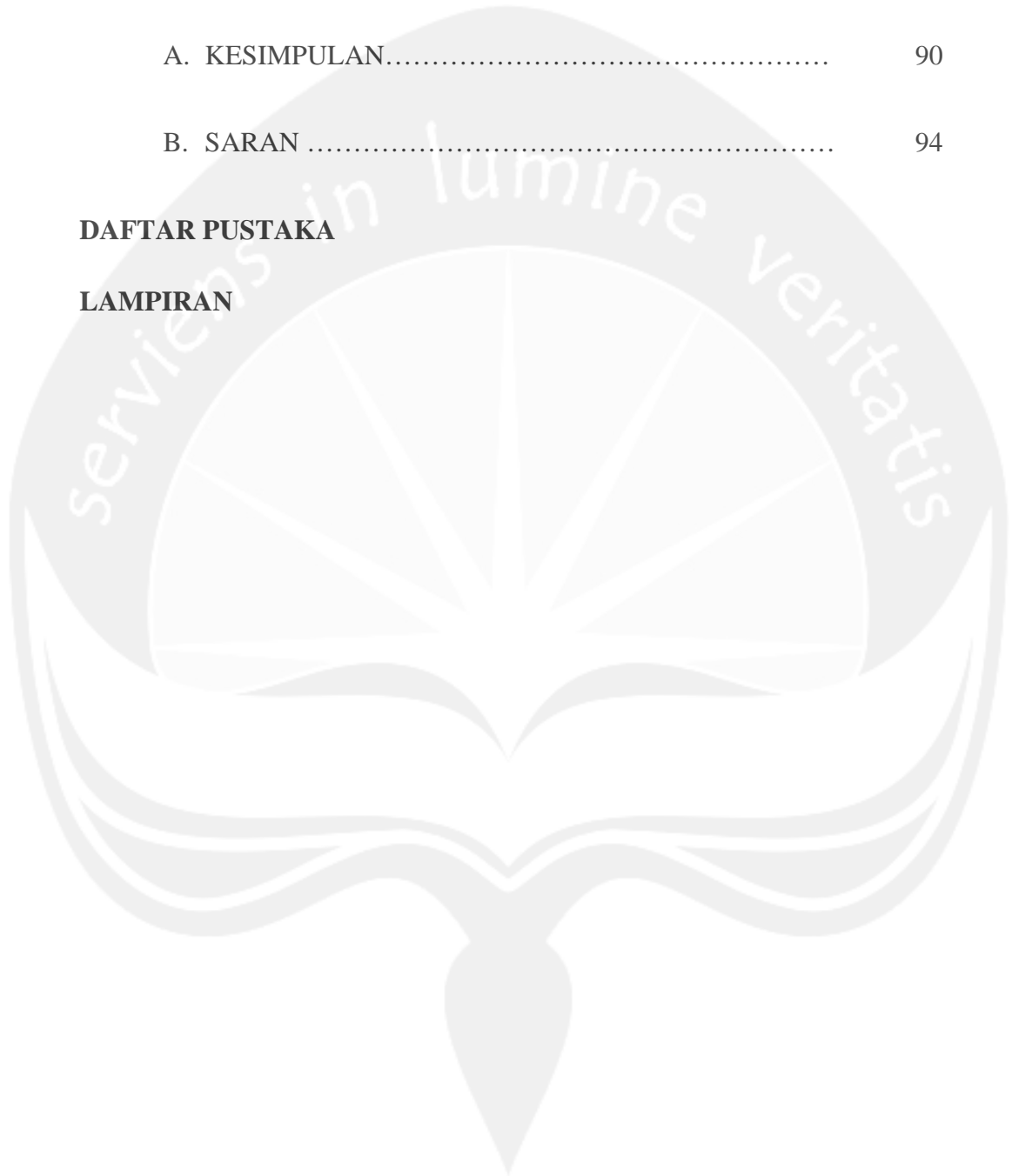
**BAB IV. PENUTUP**

A. KESIMPULAN.....	90
--------------------	----

B. SARAN .....	94
----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Small Group Communication Network.....	11
Gambar 2. Model ABX Newcomb .....	16
Gambar 3. Model ABX Newcomb .....	17
Gambar 4. Kurva Difusi Inovasi .....	20
Gambar 5. Definisi Konsep .....	29
Gambar 6. Salah Satu Pizza di Nanamia Pizzeria .....	32
Gambar 7. Salah Satu Permainan di Nanamia Pizzeria .....	32
Gambar 8. Pengunjung di Nanamia Pizzeria.....	39
Gambar 9. Dinding Ruang di Nanamia Pizzeria.....	41
Gambar 10. Varian Menu di Nanamia Pizzeria.....	46
Gambar 11. Ruang di Nanamia Pizzeria.....	48
Gambar 12. Alur komunikasi <i>Word of Mouth</i> oleh Sinta .....	51
Gambar 13. Pola komunikasi <i>word of mouth</i> Sinta disertai keterangan.....	57
Gambar 14. Alur komunikasi <i>Word of Mouth</i> oleh Tika .....	58
Gambar 15. Pola komunikasi <i>word of mouth</i> Tika disertai keterangan ...	67
Gambar 16. Alur komunikasi <i>Word of Mouth</i> oleh Putri .....	68

Gambar 17. Pola komunikasi *word of mouth* Putri disertai keterangan..... 77

Gambar 18. Skema Kesimpulan Data..... 91



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Riset MRI terhadap Media yang Dianggap Sumber Informasi Terbaik.....	4
Tabel 2. Hubungan Diferensiasi Produk dan Keyakinan akan produk...	5
Tabel 3. Daftar menu .....	43
Tabel 4. Temuan Data oleh Sinta.....	78
Tabel 5. Temuan Data oleh Tika.....	79
Tabel 6. Temuan Data oleh Putri.....	80