

**JEJARING KOMUNITAS SEBAGAI MODAL SOSIAL DALAM
STRATEGI PEMASARAN CV.PENERBIT OMBAK**



Disusun oleh :

Natalia Adventi Santoso

(111004515)

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL

JEJARING KOMUNITAS SEBAGAI MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI

PEMASARAN CV.PENERBIT OMBAK

Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1)

Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

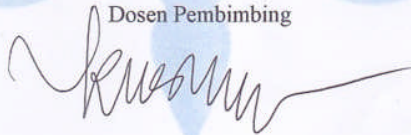
Oleh

Natalia Adventi Santoso

NPM : 111004515

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



(Bambang Kusumo Prihandono, MA)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : JEJARING KOMUNITAS SEBAGAI MODAL SOSIAL
DALAM STRATEGI PEMASARAN CV.PENERBIT OMBAK

Penyusun : Natalia Adventi Santoso

NPM : 111004515

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan
pada,

Hari, tanggal : Selasa, 24 November 2015

Pukul : 09.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

Andreas A. Susanto, Ph. D

Penguji Utama

Bambang Kusumo Prihandono, MA

Penguji I

St. Nindito, M.Si

Penguji II



Handwritten signatures of the examiners: Andreas A. Susanto, Bambang Kusumo Prihandono, and St. Nindito.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Natalia Adventi Santoso

Nomor Mahasiswa : 111004515

Program Studi : Sosiologi

Judul Karya Tulis : Jejaring Komunitas sebagai Modal Sosial dalam Strategi Pemasaran
CV.Penerbit Ombak

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

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 23 November 2015

Saya y 
Natalia Adventi Santoso

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan yang maha kasih atas segala anugerahNya sehingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Karya tulis ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada program studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyelesaian karya tulis ilmiah ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga mempersembahkan dan mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Bambang Kusumo Prihandono, MA selaku dosen pembimbing yang tidak hanya membimbing dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah tetapi juga membimbing dan mendukung saya dalam menyelesaikan persoalan lain yang saya hadapi.
2. Bapak Andreas A. Susanto, Ph. D dan Bapak St. Nindito, M.Si selaku dosen penguji yang tidak hanya menguji saat ujian tetapi juga ikut membimbing dan mendukung saya.
3. Orangtua tercinta, Bapa Hironimus dan Mama Matilda yang tidak henti-hentinya mendukung saya lewat doa, kasih sayang, perhatian, ataupun materi. Orangtua yang tidak pernah meninggalkan saya dalam keadaan apapun.

4. Kakak-kakak yang tercinta ; kak Linda, kak Edi, dan kak Icha yang juga selalu mendukung dan selalu ada buat saya dalam keadaan apapun. Sungguh bahagia saya menjadi adik bungsu kalian.
5. Putri tercinta, belahan jiwa saya, Maria Diralia Azalea, yang lahir 5 hari setelah ujian pendadaran. Sejak di dalam kandungan, penyemangat baru saya ini, ikut mendukung saya dengan tidak rewel, tidak pernah manja meskipun saya harus berlama-lama duduk di depan laptop mengerjakan karya tulis ilmiah ini.
6. Partner saya, Gregorius Dirgantara Kondamari, yang selalu mendukung dan ikut menemani saya dari proses wawancara sampai akhirnya karya tulis ilmiah ini selesai.
7. Pihak CV.Penerbit Ombak yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan kerja *internship* di sana sehingga saya bisa menjadikannya sebagai topik dalam karya tulis ilmiah ini.
8. Bapak Pande Made Kutanegara serta teman-teman IKAHIMSI, IMAHAGI yang telah menyediakan waktunya selama proses wawancara.
9. Keluarga besar Sosiologi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selalu menyemangati dan mendukung saya.
10. Semua pihak yang ikut membantu saya dalam menyelesaikan karya tulis ilmiah ini, maaf saya tidak bisa menyebutnya satu-persatu. Semoga segala kebaikan kalian dibalas oleh Tuhan yang maha Kasih.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, kritik dan saran dari para pembaca sangat diharapkan oleh penulis demi penyempurnaan karya tulis ilmiah ini. Semoga penulisan karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Penulis

Natalia Adventi Santoso



DAFTAR ISI

Halaman Judul

Halaman Pengesahan

Surat Pernyataan

Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Bagan

Abstraksi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Konsep.....	9
1. Jaringan Sosial.....	9
2. Komunitas	10
3. Jejaring Komunitas.....	15
4. Modal Sosial.....	17
5. Strategi Pemasaran.....	23
6. Hubungan antara Jaringan Sosial dengan Modal Sosial.....	25
F. Kerangka Berpikir.....	30
G. Metode Penelitian.....	34
1. Logika Penelitian.....	34
2. Jenis Penelitian.....	35
3. Metode Pengumpulan Data.....	36
a. Data Primer.....	37
b. Data Sekunder.....	38

4. Teknik Analisa Data.....	38
BAB II PROFIL PERUSAHAAN.....	41
A. Sejarah Penerbit Ombak.....	41
B. Tema Penerbit Ombak.....	45
C. Visi dan Misi.....	46
D. Struktur Organisasi.....	46
E. Tugas dan Tanggung Jawab Kerja.....	47
BAB III JEJARING KOMUNITAS SEBAGAI MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN CV.PENERBITOMBAK.....	53
3.1. Aktor-aktor Jejaring Komunitas CV.Penerbit Ombak.....	55
3.2. Proses dan Pola Jejaring Komunitas CV.Penerbit Ombak.....	58
3.3.Faktor-Faktor Modal Sosial dalam Jejaring Komunitas CV.Penerbit Ombak.....	63
3.3.1. Pertukaran Informasi dan Pemerolehan Keterampilan	63
3.3.2. Saling Memperoleh Sumber Daya	69
a. Sumber daya manusia.....	70
b. Sumber daya ekonomi.....	74
c. Sumber daya sosial.....	76
- Jaringan.....	76
- Kepercayaan.....	80
- Norma.....	81
- Resiprositas.....	83
3.3.3. Berpartisipasi mencapai 4 faktor penting dalam mendapatkan pengetahuan baru dari jaringan hubungan.....	84
3.3.3.1. Pertukaran Keterampilan (aksesibilitas pengetahuan sosial).....	84
3.3.3.2. Keterbukan mengembangkan pengetahuan dan keterampilan baru.....	87

3.3.3.3.	Motivasi	untuk	mengembangkan	
	pengetahuan.....			93
3.3.3.4.	Menyerap dan Memasukkan nilai pengetahuan dan informasi ke dalam			
	praktek.....			95
3.4.	Manfaat Jejaring Komunitas CV.Penerbit Ombak.....			100
	1.Produktivitas.....			101
	2. Eksistensi.....			103
	3. Uang.....			106
3.5.	Kesuksesan	Pemasaran	Jejaring	Komunitas
	Ombak.....			CV.Penerbit
				108
BAB 1V	PENUTUP.....			111
	Kesimpulan			111
	Saran			115
	Daftar Pustaka.....			117
Lampiran				

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tugas dan Tanggung Jawab Kerja.....	47
Tabel 2 Faktor-faktor Modal Sosial.....	111



DAFTAR BAGAN dan Gambar

Bagan 1. Kerangka Berpikir.....	33
Bagan 2. Struktur Organisasi.....	46
Gambar 1 Hubungan Jaringan Duaan.....	56
Gambar 2 Jaringan Duaan Ganda.....	55
Gambar 3 : Hubungan Duaan Ganda Berlapis.....	54
Gambar 4: Jaringan Duaan Ganda Berlapis Jejaring Komunitas	
CV.Penerbit Ombak.....	55

ABSTRAK

Pentingnya peran sebuah buku menjadikan CV.Penerbit Ombak sebagai salah satu perusahaan penerbit melakukan berbagai strategi pemasaran guna mencapai tujuan menyampaikan informasi mengenai suatu ilmu. Salah satu strategi pemasaran yang dilakukan adalah dengan membentuk sebuah jejaring komunitas dengan penulis, IKAHIMSI (Ikatan Mahasiswa Sejarah Se-Indonesia), dan IMAHAGI (Ikatan Mahasiswa Geografi Se-Indonesia). Jejaring komunitas yang dibentuk tersebut menjadi modal sosial bagi masing-masing aktor dalam mencapai kesuksesan dari strategi pemasaran yang dilakukan. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian adalah untuk mengetahui proses dan pola jejaring yang dibangun CV.Penerbit Ombak dengan berbagai aktor, faktor-faktor yang menyebabkan pola jejaring tersebut membangun modal sosial, serta manfaat yang diperoleh oleh masing-masing aktor jejaring komunitas, sehingga strategi pemasaran mencapai kesuksesan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara dan observasi sehingga mampu menggali lebih dalam mengenai pertanyaan penelitian. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah direktur CV.Penerbit Ombak, penulis, koordinator wilayah IKAHIMSI dan sekretaris jendral IMAHAGI.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwa CV.Penerbit Ombak, penulis, IKAHIMSI, dan IMAHAGI telah mencapai faktor-faktor modal sosial yang diperoleh melalui kegiatan pemasaran yang mereka lakukan. Masing-masing komponen juga mendapatkan manfaat jejaring komunitas yang terbentuk. Pencapaian faktor-faktor modal sosial dan manfaat jejaring komunitas membuktikan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV.Penerbit Ombak bersama penulis, IKAHIMSI, dan IMAHAGI mencapai kesuksesan. Maka dapat dikatakan bahwa hubungan kerja sama di antara mereka telah membawa kesuksesan pemasaran.

Kata Kunci :, Strategi Pemasaran, Jejaring Komunitas , Modal Sosial.