



## Intisari

*Multi level marketing* tidak lepas dari pelbagai konotasi negatif, tak terkecuali di Indonesia. Hampir semua akademisi yang telah menelaah MLM, baik yang berkonklusi dengan nada “buruk”, atau sekadar inovasi biasa, maupun yang mengutarakan dengan konotasi positif, telah menyetujui satu hal dalam MLM. Kesetujuan itu adalah pentingnya interaksi dan komunikasi tatap muka yang terlaksana di sistem tersebut. Oleh karena itu, tulisan ini diperuntukkan dalam menelusuri strategi utama yang digunakan oleh wiraniaga MLM untuk melakukan prospek terhadap target prospeknya dan mengeksplorasi pembingkai-pembingkai (*framing*) yang terjadi dalam proses percakapan prospek antara wiraniaga MLM dengan target prospeknya. Telusuran tersebut dilakukan dengan metode *conversation analysis* serta pengumpulan datanya dilaksanakan dengan *disguised observation*. Pembahasan dalam tulisan ini terekstraksikan dari perekaman audio dengan total durasi sekitar 4 jam yang mengandung percakapan dari 9 orang subyek yang berbeda. Dari penelusuran itu, penulis berargumentasi bahwa ‘pengundangan’ sebagai strategi utama yang digunakan oleh wiraniaga MLM untuk melakukan prospek terhadap target prospeknya sangat sinkron dengan kerangka teori yang dihasilkan Goffman, yakni *game* (1969). Berkenaan dengan hal tersebut, dapat juga disimpulkan bahwa dinamika percakapan dalam pengundangan yang penuh dengan negosiasi dan pembingkai-pembingkai, selaras dengan kerangka teori yang dirakit oleh Goffman, yaitu *framing* (1974).

Kata Kunci : *Multi level marketing; game; framing; conversation analysis; interaksi tatap muka; percakapan sehari-hari.*



### *Abstract*

Multi level marketing cannot be separated from various negative connotations, including in Indonesia. Almost all academics who have studied MLM, both those that conclude with a "bad" tone, or just common innovation, or who express with a positive connotation, have agreed on one thing in MLM. That agreement is the importance of face-to-face interaction and communication that takes place in the system. Therefore, this paper is intended to explore the main strategy used by MLM salespeople to prospect their targeted prospects and explore the framing that occurs in the prospect conversation process between MLM salespeople and their targeted prospects. The exploration was carried out using the conversation analysis method and the data collection was carried out by using disguised observation. The discussion in this paper is extracted from the audio recording with a total duration of about 4 hours containing conversations from 9 different subjects. From this research, the writer argues that 'invitation' as the main strategy used by MLM salespeople to prospect their targeted prospects are very much in sync with the theoretical framework produced by Goffman, which is game (1969). In this regard, it can also be concluded that the dynamics of conversation in invitations that are full of negotiations and framing are in line with the theoretical framework assembled by Goffman, namely framing (1974).

**Keywords** : Multi level marketing; game; framing; conversation analysis; face-to-face interaction; daily conversation.