



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI
AGEN ASURANSI DENGAN CALON NASABAH
DALAM MEMASARKAN PRODUK ASURANSI**
(STUDI KASUS PADA AGEN ASURANSI PT PRUDENTIAL
LIFE ASSURANCE DI AGENSI INSPIRING JAKARTA)

SKRIPSI



Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Wilson Chua

10120110191

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Wilson Chua

NIM : 10120110191

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Public Relations

menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Juli 2016

(Wilson Chua)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi Komunikasi Antarpribadi Agen Asuransi dengan Calon Nasabah dalam Memasarkan Produk Asuransi: Studi Kasus pada Agen Asuransi PT Prudential Life Assurance di Agensi Inspiring Jakarta”

oleh

Wilson Chua

telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 3 Agustus 2016,
pukul 10.00 s.d. 11.10 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Albertus M. Prestianta, S.I.Kom.,

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

M.A.

Dosen Pembimbing

Dr. Mediana Handayani, S.Sos., MSi.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Kesuksesan itu penuh tantangan, gagal sekali dua kali itu biasa, tetaplah konsisten dengan mimpi kita -

UMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pola Komunikasi Agen Asuransi kepada Calon Nasabah dalam Memasarkan Produk Asuransi”. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis ingin berterima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara atas kesempatan belajar yang diberikan bagi penulis, baik dalam bidang akademik maupun non akademik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mediana Handayani, selaku dosen pembimbing yang membantu penulis dan selalu bersedia menyediakan waktu untuk memberikan arahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan motivasi untuk penulis.
3. Pihak dari responden yang bersedia membantu peneliti yaitu Yohanes, Lily, dan Sheanny.
4. Shearen Howanta, Evelyn, Eduard, dan Jessica yang membantu dalam memberikan motivasi dan masukan.

Demikianlah skripsi ini penulis susun dengan harapan dapat memberikan manfaat, tidak hanya untuk penulis, tetapi juga untuk para pembaca. Peneliti menyadari adanya keterbatasan dan kekurangan dalam melakukan penelitian ini, sehingga penulis menerima segala kritik dan saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini.

Tangerang, 20 Juli 2016

Wilson Chua

UMN

ABSTRAK

Strategi Komunikasi Antarpribadi Agen Asuransi dengan Calon Nasabah dalam Memasarkan Produk Asuransi: Studi Kasus pada Agen Asuransi PT Prudential Life Assurance di Agensi Inspiring Jakarta

Oleh: Wilson Chua

Banyak masyarakat yang tidak percaya pada adanya asuransi, hal ini dilatar-belakangi oleh faktor sosial dan budaya, sehingga diperlukannya agen asuransi dengan pendekatan tertentu agar bisa mendekati calon nasabahnya. Hal itu dilakukan dengan berbagai strategi komunikasi antarpribadi. Produk asuransi diperkenalkan dan dipasarkan oleh para agen asuransi, sehingga diperlukan keahlian khusus bagi para agen asuransi dalam memasarkan produknya.

Penelitian deskriptif ini berjudul “Komunikasi Antarpribadi Agen Asuransi dengan Calon Nasabah dalam Memasarkan Produk Asuransi: Studi Kasus pada Agen Asuransi PT Prudential Life Assurance di Agensi Inspiring Jakarta”. Tujuan penelitian memaparkan bagaimana cara agen asuransi dalam berkomunikasi dengan calon nasabah hingga berhasil untuk memasarkan produk asuransi. Melalui metode studi kasus pada salah satu perusahaan jasa asuransi, PT Prudential Life Assurance, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dan observasi terhadap tiga informan yang merupakan agen asuransi di Agensi Inspiring Jakarta untuk mendapatkan informasi.

Strategi komunikasi yang digunakan oleh agen asuransi yaitu melalui keefektifan sebuah komunikasi dengan melihat dari unsur keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif dan kesetaraan.

Kata kunci: Komunikasi antarpribadi, agen asuransi, nasabah, strategikomunikasi

UMN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
Tangerang, 20 Juli 2016.....	ii
(Wilson Chua).....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
Kata kunci: Komunikasi antarpribadi, agen asuransi, nasabah, strategikomunikasi.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL DAN BAGAN	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoretis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Teori dan Konsep yang Digunakan	11
2.2.1.1. Komunikasi Antar Pribadi.....	11
2.2.2.1. Komunikasi Antarpribadi yang Efektif	11
2.2.2.2. Karakteristik Komunikasi Antarpribadi	14
2.2.2.3. Hambatan Komunikasi.....	17
2.2.2.4. Kompetensi Komunikasi Antarpribadi	19

2.2.2.5. Komunikasi Verbal	20
2.2.2.6. Komunikasi Non Verbal.....	26
2.2.2. Pengertian Asuransi	30
2.2.3. Agen Asuransi	32
2.3. Kerangka Pemikiran.....	34
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian	38
3.3. Informan	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5. Teknik Keabsahan Data	42
3.6. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Subjek dan Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Subjek Penelitian.....	46
4.1.2. Objek Penelitian.....	46
4.2. Hasil Penelitian	47
4.2.1. Profil Informan	47
4.2.2. Komunikasi Verbal dan Non Verbal yang Dilakukan oleh Agen Asuransi	50
4.2.3. Kompetensi yang Dimiliki Agen Asuransi.....	58
4.3. Pembahasan	60
4.3.1. Cara Komunikasi Antarpribadi Agen Asuransi dengan Calon Nasabah dalam Memasarkan Produk Asuransi	60
4.3.2. Strategi Komunikasi Antarpribadi Agen Asuransi dalam menghadapi Hambatan Komunikasi Antarpribadi	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1. Simpulan	74
5.2. Saran.....	76
5.2.1. Saran Akademis.....	76
5.2.2. Saran Praktis	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN : WAWANCARA



DAFTAR TABEL DAN BAGAN

Tabel 2.1. Penelitian Sejenis Terdahulu.....	6
Tabel 4.1. Kemampuan Seorang Agen Asuransi	63
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	32

UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Prudential PLC di Britania Raya.....	42
Gambar 4.2. Kantor Pusat PT Prudential Life Assurance.....	43
Gambar 4.3. Logo Prudential.....	44
Gambar 4.4. Makna Lambang pada Logo Prudential	44

UMN