



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI *PUBLIC RELATIONS*

DEVI PRATIWI

44210120087

Strategi Komunikasi Interpersonal *Financial Consultant* Dalam Meningkatkan Pemahaman Calon Pelanggan Tentang Produk Asuransi di PT. AXA Financial Indonesia Kantor Pusat Jakarta

75 halaman + 8 lampiran

Bibliografi : Daftar Pustaka Tahun 1991 - 2011

ABSTRAKSI

Perkembangan industri jasa yang semakin ketat mendorong PT. AXA Financial Indonesia sebagai salah satu perusahaan jasa asuransi melakukan strategi komunikasi dalam meningkatkan pemahaman calon pelanggan terhadap produk asuransi yang dilakukan oleh seorang *financial consultant*. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi produk asuransi serta bertugas menjaga kepercayaan calon pelanggan dan pelanggan terhadap AXA Financial Indonesia.

Dalam penelitian ini peneliti membahas tentang bagaimana strategi komunikasi interpersonal *financial consultant* untuk meningkatkan pemahaman calon pelanggan tentang produk asuransi di PT. AXA Financial Indonesia Kantor Pusat Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi interpersonal dalam meningkatkan pemahaman calon pelanggan tentang produk asuransi di PT. AXA Financial Indonesia Kantor Pusat Jakarta.

Teori yang digunakan adalah teori Thomas L. Haris mengenai *marketing public relations*, R. Wayne Pace, Brent D Petterson, M. Dallas Burnet yang menyatakan tiga tujuan sentral kegiatan komunikasi yaitu *to secure understanding, to establish acceptance and to motivate action* dan DR. Alo Liliweri mengenai unsur-unsur komunikasi interpersonal. Tipe penelitian ini deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data primer adalah wawancara dengan beberapa narasumber utama dan pembanding, pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data perusahaan dan bahan publikasi perpustakaan untuk kemudian keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan *financial consultant* cukup berhasil dalam meningkatkan pemahaman calon pelanggan maupun pelanggan terhadap produk asuransi PT. AXA Financial Indonesia, hal ini didukung pula dengan keunggulan produk asuransi, fasilitas pelayanan nasabah, sumber daya manusia yang handal dan nama besar AXA yang sudah dikenal luas oleh masyarakat.