



CORPORATE MARKETING COMMUNICATIONS -
STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF DI PT TUGU PRATAMA INDONESIA
TAHUN 2011

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)
Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communications*

Disusun oleh:

Rr. TAFIFAH
4430411025

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Rr. Tafifah
NIM : 4430411025
Jurusan : *Marcomm & Advertising*
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Corporate Marketing Communications – Studi
Deskriptif Kualitatif di PT. Tugu Pratama
Indonesia Tahun 2011*

Mengetahui,

**Jakarta, 24 Januari 2012
Pembimbing**

A.Judhie Setiawan SE,M.Si



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Rr. Tafifah
NIM : 4430411025
Jurusan : *Marcomm & Advertising*
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Corporate Marketing Communications – Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Tugu Pratama Indonesia Tahun 2011*

Jakarta, 8 Februari 2012

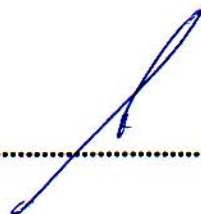
1. Ketua Sidang

Nama: Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si

()

2. Penguji Ahli

Nama: Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

()

3. Pembimbing

Nama: A.Judhie Setiawan, M.Si

()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Rr. Tafifah
NIM : 4430411025
Jurusan : *Marcomm & Advertising*
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Corporate Marketing Communications – Studi Deskriptif Kualitatif di PT. Tugu Pratama Indonesia Tahun 2011*

Jakarta, 20 Februari 2012

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalammualaikum Wr Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena rahmat, hidayat, serta kasih sayang-Nya yang selalu tercurah kepada seluruh makhluk-Nya. Selawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga rahmat Allah SWT selalu tercurah pada keluarga dan sahabatnya.

Alhamdulillah, karena berkah dan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar kesarjanaan di Universitas Mercu Buana. Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Penulis sadar skripsi yang penulis susun masih banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari sempurna.

Dalam menyusun skripsi ini, tentulah penulis tidak akan mampu untuk melakukan semuanya seorang diri tanpa bantuan dari siapapun. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih pada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dari proses awal hingga tahap penyelesaian.

Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Bapak A. Judhie Setiawan SE.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan, bimbingan serta memberikan saran dan nasihat selama penyusunan skripsi ini.
2. Ucapan terimah kasih juga ingin penulis sampaikan kepada Ibuku Kaprodi Dra. Tri Dhiah Cahyowati M.Si, di tengah segala kesibukan waktunya yang sangat padat namun tetap tidak pernah berhenti untuk

mengingatkan dan memberikan dukungan semangat yang luar biasa, *I Love You Ibu*.

3. Untuk suami tercinta Handoyo Pranoto dan dua buah hatiku Hashifah Talitha dan Hashfi Taris terima kasih atas pengorbanan waktunya, cinta kalian, dukungan dan keceriaan yang tak pernah putus, Cinta bunda selalu ada untuk kalian.
4. Berbagai pihak yang banyak memberikan bantuan serta motivasi selama ini antara lain: 1) Sahabatku tercinta Jovan Fermi Makasutji yang selalu ada untuk saya dalam segala kondisi, 2) Bapak Hedi Hidayana selaku kepala Divisi Korporat Pemasaran yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, kemudahan dan kebebasan dalam pengembangan diri kepada penulis, 3) Rekan-rekan dari PT Tugu Pratama Indonesia yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
5. Segenap dosen pengajar, serta staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah mencurahkan waktu, dukungan, nasehat, saran-saran serta mengajarkan begitu banyak ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama mengikuti pendidikan.
6. Ibunda tercinta, Ayah dan Ibu Mertua tak lupa juga buat kakak-kakak yang senantiasa memberikan do'a, nasehat serta dukungan moril dan materil kepada penulis mulai dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku tercinta angkatan V Marcom.

Akhir kata penulis hanya dapat mendoakan semoga amal kebaikan Bapak/Ibu dan sahabat sekalian mendapat balasan dari Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya kepada kita semua.

Amin Ya Robbal Alamin,

Wassalamua'laikum Wr Wb

Jakarta, Januari 2012

Rr. Tafifah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I	 PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
 BAB II	 TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Komunikasi Pemasaran Jasa	12
2.2 Pemasaran Industri Asuransi.....	15
2.3 Komunikasi Pemasaran	18
2.3.1 Analisa Faktor Kunci	20
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Perusahaan dan Anggaran	28
2.3.3 Program Komunikasi Pemasaran	30
2.4 Pengertian Asuransi	34
2.4.1 Pengertian Asuransi Berdasar Sudut Pandang Sosial dan Undang-Undang	34
2.4.2 Manfaat Asuransi	38
 BAB III	 METODOLOGI
3.1 Tipe Dan Sifat Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Nara Sumber	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5 Definisi Konsep	46
3.6 Fokus Penelitian.....	46
3.7 Analisa Data	47
 BAB IV	 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Profile PT. Tugu Pratama Indonesia	49
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Analisa Faktor Kunci	53
4.2.2 Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran (<i>Targeting</i>), dan <i>Positioning</i>	57

4.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran Asuransi	60
4.2.4 Anggaran Program Komunikasi Pemasaran	60
4.2.5 Program Komunikasi Pemasaran Asuransi Umum PT Tugu Pratama Indonesia	61
4.3 Pembahasan.....	71
4.3.1 Analisa Faktor Kunci	71
4.3.2 Corporate Positioning.....	74
4.3.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran Tugu	76
4.3.4 Komunikasi Budget	76
4.2.3 Program Komunikasi Pemasaran Tugu.....	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran-Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Sistem Komunikasi Pemasaran	12
Gambar 4.1 Bisnis Proses PT Tugu Pratama Indonesia.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Surat Keterangan Riset dari PT. Tugu Pratama Indonesia
- Lampiran 4. Anggaran Komunikasi tahun 2011 PT. Tugu Pratama Indonesia
- Lampiran 7. Iklan PT Tugu Pratama Indonesia tahun 2011
- Lampiran 8. Advetorial PT Tugu Pratama Indonesia tahun 2011
- Lampiran 9. Event PT Tugu Pratama Indonesia tahun 2011
- Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup