



SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSONAL SELLING
PRODUK KASIH PT. ASURANSI JIWA MEGA LIFE**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi jurusan periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:

Nama : MUSRIFATUZZAHRA
NIM : 04301 – 104
Jurusan : PERIKLANAN

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2006**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUSRIFATUZZAHRA
NIM : 04301-104
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Personal Selling Pada Produk Kasih PT. Asuransi
Jiwa Mega Life

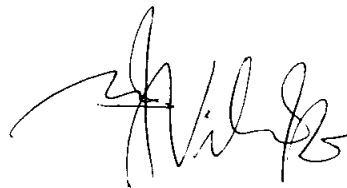
UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA

Pembimbing 1



(Dra. Endah Murwani, M.Si)

Pembimbing 2



(S M Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : MUSRIFATUZZAHRA
NIM : 04301-104
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Personal Selling Produk Kasih
PT. Asuransi Jiwa Mega Life

Jakarta, Juli 2006

1. Ketua Sidang

Drs. Ahmad Mulyana, M.Si

2. Penguji Ahli

Widodo Patrianto, S.Sos

3. Pembimbing I

Dra. Endah Murwani, M.Si

4. Pembimbing II

S.M. Niken Restaty, S.Sos, M.Si

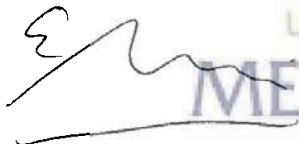
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : MUSRIFATUZZAHRA
NIM : 04301-104
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Personal Selling Produk Kasih
PT. Asuransi Jiwa Mega Life

Jakarta, Juli 2006

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing I



(Dra. Endah Murwani, M.Si)

Pembimbing II



(S.M. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

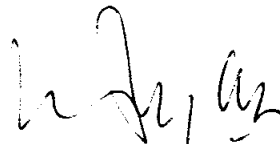
Mengetahui

Dekan FIKOM UMB



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Kepala Bidang Studi



(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kehidupan kepada makhluk ciptaanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “STRATEGI PERSONAL SELLING PRODUK KASIH PT. ASURANSI JIWA MEGA LIFE” dengan baik. Dan mungkin hanya kepadaNyalah penulis dapat mengucapkan syukur yang terdalam, karena tanpa Ridho dari Allah SWT penulis mungkin tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.

Mengingat tidak ada sesuatu apapun yang sempurna di dunia ini dan hanya Allah SWT lah yang memang MA'aha Sempurna, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun setidaknya penulis telah mencoba untuk melalui segala rintangan yang cukup besar dan segala cobaan yang ada, maka inilah hasil dari sebuah proses untuk menuju masa depan yang diinginkan.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis tidak akan pernah lupa tentunya, dengan selesainya skripsi ini karena banyaknya bantuan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual, untuk itu dengan ketulusan hati penulis ingin mengucapkan Banyak terima Kasih kepada:

1. Ibu Dra. Endah Murwani, M.Si, selaku pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing saya. Walaupun waktu beliau sangat padat, beliau tetap mau membimbing mahasiswinya untuk menyelesaikan skripsinya dengan baik.
2. Ibu SM. Niken, M.Si, selaku pembimbing kedua telah meluangkan waktunya untuk membimbing mahasiswinya, walaupun beliau juga tidak memiliki waktu yang banyak untuk membimbing mahasiswanya.
3. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Drs. Akhmad Mulyana, M.Si. selaku Kepala Bidang Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Allah SWT yang telah mengabulkan do'a-do'a hambanya, yang meminta agar skripsinya dilancarkan jalannya, serta dalam sidang dilancarkan presentasinya, terima kasih Allah SWT, Engkau memang Maha Segalanya, Hanya kepadaMulah hamba memohon pertolongan.

6. Terima kasih juga kepada Mamahku dan Papahku yang tercinta, berkat do'a dan keringat mamah dan papah, anakmu yang tercinta ini dapat menyelesaikan sripsinya.
7. Terima kasih juga kepada adik-adikku dan kakaku serta abank iparku, terimakasih do'anya yach... thank's a lot for all
8. Kepada Bapak Antonius Tan, selaku Director Marketing PT. Asuransi Jiwa Mega Life yang telah meluangkan waktunya untuk saya wawancara
9. Kepada Bapak Bintang, selaku District Manager dari PT. Asuransi Jiwa Mega Life yang telah meluangkan waktunya untuk saya wawancara.
10. Kepada Bapak Riza Tarmuzi, selaku Supervisor dari PT. Asuransi Jiwa Mega Life yang telah memberikan data-data untuk kelengkapan skripsi saya.
11. Kepada Bapak Agus Rahmat, selaku BC dari PT. Asuransi Jiwa Mega Life yang juga telah meluangkan waktunya untuk saya wawancara.
12. Terima kasih untuk kakaku tersayang, karena do'amu juga aku dapat menyelesaikan skripsiku ini, terima kasih banyak yach..
13. Terima kasih kepada teman-temanku yang tercinta yang telah mendorong temanmu ini untuk cepat menyelesaikan skripsinya, terima kasih kepada Widi (mbah), Adi (abangku yang selalu ngebantuin, walaupun kadang temanmu ini sering buat kesel), Niken (yang mau nemenin buat nyari data), Didi (juga ngebantuin nganterin ambil data), Mang Diman (Kenny), Paman Dolit (Rian), Neng Hijri, Budi, Bono, Asep, Fajrin, Ekiana, Putri (mau minjem bukunya), Ravi, Obiet, Bule, Nana, Oki, Aris (AA), Yuni, Echi, Wulan, anak-anak 2003 Hendris, Tami, Jeng Nurul, Chichi, Yuyun, dan teman-teman rumahku Yanti, Iqbal, Upi, Ummi, dan semua teman-temanku yang tidak bisa diucapkan satu persatu, terimakasih banyak yach....
14. Terima kasih semuanya yach, tanpa kalian semua mungkin tidak akan berarti semua ini.

Jakarta, Juni 2006

MUSRIFATUZZAHRA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
HALAMAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
SALAM	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
 BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Signifikansi Penelitian	5
1.4.1. Signifikansi Akademis	5
1.4.2. Signifikansi Praktis	5
 BAB II	
KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi sebagai Dasar Pemasaran	6
2.2. Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran	7
2.3. Komunikasi Antar Pribadi	9
2.4. Analisis Situasi	10
2.5. Penjualan Perseorangan (<i>Personal Selling</i>)	12
2.5.1. Pengertian <i>Personal Selling</i>	12
2.5.2. Ciri-ciri <i>Personal Selling</i>	14
2.5.3. Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	15
2.5.4. Jenis-Jenis Strategi <i>Personal Selling</i>	16
2.5.5. Strategi Penjualan Dalam <i>Personal Selling</i>	17
2.5.6. Tahap-Tahap dalam Strategi <i>Personal Selling</i>	20
2.5.7. Langkah-langkah dalam Proses <i>Personal Selling</i>	22
2.5.8. Tipe – tipe <i>Personal Selling</i>	25
2.5.9. <i>Personal Selling</i> Sebagai Saluran Distribusi bagi Asuransi	26
2.6. Persuasi Sebagai Salah Satu Cara dalam Strategi <i>Personal Selling</i>	28
2.7. Definisi Konsep	31

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1.	Sifat Penelitian	32
3.2.	Metode Penelitian	33
3.3.	Tekhnik Pengumpulan Data	34
3.4.	Key Informan	35
3.5.	Fokus Penelitian	35
3.6.	Tekhnik Analisa Data	35
 BAB IV	 KERANGKA PEMIKIRAN	
4.1.	Gambaran Umum PT. A.J. Mega Life	36
4.1.1.	Sejarah PT. Asuransi Jiwa Mega Life	36
4.1.2.	Tujuan dan struktur Organisasi	37
4.1.3.	Program-Program yang Ditawarkan	38
4.2.	Hasil Penelitian	39
4.2.1.	Analisis Situasi	41
4.2.2.	Segmentasi, Targeting, dan Positioning	43
4.2.3.	Strategi Personal Selling Produk Kasih	49
4.2.4.	Tahap-Tahap Strategi Personal Selling Produk Kasih	52
4.3.	Pembahasan	57
 BAB V	 PENUTUP	
5.1.	Kesimpulan	61
5.2.	Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Tahap-tahap perencanaan pada <i>personal selling</i>	19
Table 4.1	Daftar Uang Pertanggungan	37
Table 4.2	Alokasi Premi	44



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Langkah-langkah dalam Proses <i>Personal Selling</i>	22
Bagan 4.1	Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Mega Life	36

