



Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Asuransi PT. Tokio Marine
Indonesia Dalam Meningkatkan Leads Tahun 2015



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Strata (S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Sarach Syandra – 44312120046

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
MARKETING KOMUNIKASI & PERIKLANAN
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Jakarta

2017



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL ASURANSI
PT.TOKIO MARINE INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
LEADS TAHUN 2015**

Nama : SARACH SYANDRA

NIM : 44312120046

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 14 Januari 2017

**Mengetahui,
Pembimbing**

(Ira Purwitasari, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL ASURANSI
PT.TOKIO MARINE INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
LEADS TAHUN 2015**

Nama : SARACH SYANDRA

NIM : 44312120046

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 14 Januari 2017

1. Ketua Sidang
Dr.Farid Hamid, M.Si
2. Penguji Ahli
Sugiantoro, M. Ikom
3. Pembimbing I
Ira Purwitasari, M.Ikom

()

()

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL ASURANSI
PT.TOKIO MARINE INDONESIA DALAM MENINGKATKAN
LEADS TAHUN 2015**

Nama : SARACH SYANDRA
NIM : 44312120046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 14 Januari 2017

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing **Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi**

(Ira Purwitasari, M.Ikom) 
(Dr.Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr.Agustina Zubair, M.Si)


(Ponco Budi Sulisty. M.Comn,Ph.D)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmatnya. Karena berkat dan rahmatnya penulis diberi kemudahan dan kekuatan dalam menghadapi segala hambatan dan kesulitan dalam proses penulisan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Asuransi PT. Tokio Marine Indonesia Dalam Meningkatkan Leads Tahun 2015 ”.

Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, juga kepada segenap keluarga, para sahabat, serta umat beliau di akhir zaman ini.

Penulisan tugas akhir ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Strata 1 Jurusan Marketing Communication and Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Selama peyusunan skripso ini, penulis banyak mendapatkan dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesmpatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Ira Purwitasari, M. IKom selaku dosen pembimbing penulis di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan bimbingan,

nasehat, arahan, motivasi kepada penulis serta meluangkan waktunya untuk mengoreksi sampai skripsi ini selesai dengan baik.

2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Bidang Studi Marketing Communication and Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Kedua Orang Tua penulis, Ibu Nurmala dan Bapak Usep Suwardi yang selalu memberikan kasih sayang dan mendoakan penulis setiap waktu.
5. Kakak penulis Rissa Novria yang selalu mendoakan , memberikan semangat dan dorongan yang tiada henti , dan Satria Nugroho yang juga selalu memberikan doa dan dukungan yang luar biasa.
6. Teman-teman penulis angkatan 2013 Jurusan Marketing Communication and Advertising Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan dan berbagi informasi terkait penelitian ini. Dan rekan-rekan kerja di Bank Bukopin yang memberikan doa dan memberikan kesempatan untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
7. Bapak Mirfagah Iqbal selaku chief operational officer PT. Tokio Marine Indonesia yang sudah mendukung penulis dengan memberikan informasi perusahaan terkait penelitian ini.

8. Rekan-rekan NEO Digital yang telah banyak mendukung dan membantu penulis dengan memberikan informasi terkait strategi yang dilakukan perusahaan.
9. Pihak-pihak yang turut membantu , dengan memohon maaf yang sebesar-besarnya , tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis hanya dapat berucap terima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdoa atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah dilakukan, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu penulis senantiasa terbuka dalam menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak guna kelengkapan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Jakarta, 14 Januari 2017

Penulis,

Sarach Syandra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR TANDA LULUS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Akademis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2 Promotion Mix	15
2.3 Media	23
2.4 Media Baru.....	26
2.5 New Wave Marketing.....	27
2.6 Digital Marketing	28
2.7 Strategi Komunikasi Pemasaraan.....	31

2.8 Strategi Digital Komunikasi Pemasaran	35
BAB III	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma	37
3.2 Tipe Penelitian.....	38
3.3 Metode Penelitian.....	39
3.4 Subyek Penelitian	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	48
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	49
4.1.3 Kebijakan Manajemen.....	49
4.1.4 Nilai-nilai Inti.....	50
4.1.5 PT. Asuransi Tokio Marine Indonesia.....	50
4.1.6 Logo PT. Tokio Marine Indonesia	51
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Situation Analysis.....	52
4.2.2 Objective.....	56
4.2.3 Strategy.....	61
4.2.4 Tactic.....	63
4.2.5 Action.....	65
4.2.6 Control.....	66

4.3 Pembahasan.....	68
BAB V.....	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran Akademis	75
5.2.2 Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	77

