



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Mariana

44214110101

Strategi Marketing Komunikasi Telemarketing Asuransi Cigna Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Jakarta (Periode Desember 2017 – Maret 2018)

Bibliography : 5 Bab 106 Halaman + Lampiran

### ABSTRAK

Marketing Public Relations (MPR) adalah sebuah proses perencanaan dan pengevaluasian program yang merangsang penjualan dan pelanggan. Hal tersebut dilakukan melalui pengkomunikasian informasi yang kredible dan kesan – kesan yang dapat menghubungkan perusahaan, produk dengan kebutuhan serta perhatian pelanggan. Marketing Public Relations (MPR) cukup efektif dan efisien dalam penyebaran pesan dan informasi. Selain itu Marketing Public Relations (MPR) mengandung kekuatan membujuk (persuasive approach) dan sekaligus mendidik (educated) masyarakat atau publiknya. Sama halnya dengan Telemarketing PT Asuransi Cigna yang bertugas untuk menginformasikan, dan mengedukasi serta membujuk calon pelanggannya untuk membeli produk yang di tawarkan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bentuk Strategi Telemarketing yang ada di PT. Asuransi Cigna dalam melakukan proses tahapan komunikasi yang di berikan dan mengetahui hambatan – yang ditemukan selama berkomunikasi dengan calon pelanggannya. Serta untuk mengetahui bagaimana hasil dan evaluasi dari komunikasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang pengambilan sumber data menggunakan teknik observasi dan purpose sampling yaitu dengan jenis wawancara secara mendalam kepada key informan dan informan serta data sekunder yang diperoleh dari buku berbagai buku dan literatur. Dan keabsahan data yang diuji dengan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini membahas mengenai bagaimana strategi Telemarketing dalam menginformasikan suatu produk ke calon pelanggan sehingga mencapai suatu tujuan yang efektif maka hal yang harus di lakukan untuk merancang strategi, yang dimana tahapan-tahapan tersebut yaitu dengan cara: *fact finding, planning, communication, evaluasi*.

*Key Words* : Strategi , Telemarketing, Komunikasi, Kepuasan, Pelanggan



Universitas Mercu Buana  
Faculty of Communications  
Field of Public Relations

Mariana

44214110101

Strategi Marketing Komunikasi Telemarketing Asuransi Cigna Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Jakarta (Periode Desember 2017 – Maret 2018)

Bibliography : 5 Chapters + 105 pages + attachment

### ***ABSTRACT***

Marketing Public Relations (MPR) is a process of planning and evaluating programs that stimulate sales and customers. This is done through communicating credible information and impressions that can connect companies, products to the needs and concerns of customers. Marketing Public Relations (MPR) is quite effective and efficient in disseminating messages and information. In addition, Public Relations Marketing (MPR) contains persuasive forces and educates the public or the public. Similar with Telemarketing PT Asuransi Cigna, which is in charge of informing, and educating and persuading prospective customers to buy products offered.

The purpose of this research is to find out how the Telemarketing Strategy in PT. Asuransi Cigna in carrying out the stages of communication provided and knowing the obstacles found while communicating with prospective customers. And to find out how the results and evaluation of the communication.

This study uses a descriptive qualitative research method that takes data sources using observation and purpose sampling techniques, namely by the type of in-depth interviews with key informants and informants as well as secondary data obtained from books of various books and literature. And the validity of the data tested by triangulation techniques.

The results of this study discuss how the Telemarketing strategy in informing a product to prospective customers so as to achieve an effective goal, then the things that must be done to design a strategy, which are the steps that are by way of : fact finding, planning, communication, evaluation.

Key Words: Strategy, Telemarketing, Communications, Satisfactions, Customers