



**KOMUNIKASI INTERPERSONAL AGEN ASURANSI  
DENGAN PRODUK SYARIAH PADA CALON NASABAH**  
(Studi Kasus Pada PAM Agency PT. Prudential Life Assurance  
Indonesia)

**TESIS**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Oleh

**SAPTA MARYATI  
NIM : 55212120006**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
2015**




UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Sapta Maryati
2. NIM : 55212120006
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Coorporate & Marketing Communication*
6. Judul : Komunikasi Interpersonal Agen Asuransi  
Dengan Produk Syariah Pada Calon Nasabah  
(Studi Kasus Pada PAM Agency  
PT. Prudential LifeAssurance Indonesia)

Jakarta, 27 Januari 2015

Pembimbing



Dr. Farid Hamid, M.Si.



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

1. Judul : Komunikasi Interpersonal Agen Asuransi  
Dengan Produk Syariah Pada Calon Nasabah  
(Studi Kasus Pada PAM Agency  
PT.Prudential Life Assurance Indonesia)
2. Nama : Sapta Maryati
3. NIM : 55212120006
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Coorporate & Marketing Communication*
7. Tanggal : 27 Januari 2015

Jakarta, 27 Januari 2015

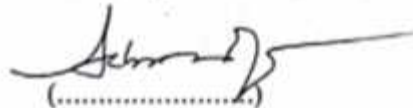
Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr. Henni Gusfa, M.Si.



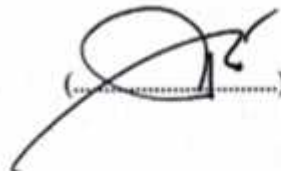
(.....)

2. Penguji Ahli  
Dr. Achmad Jamil, M.Si.



(.....)

3. Pembimbing  
Dr. Farid Hamid, M.Si.



(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Komunikasi Interpersonal Agen Asuransi  
Dengan Produk Syariah Pada Calon Nasabah  
(Studi Kasus Pada PAM Agency  
PT. Prudential Life Assurance Indonesia)
2. Nama : Sapta Maryati
3. NIM : 55212120006
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Coorporate & Marketing Communication*
7. Tanggal : 27 Januari2015

Jakarta, 27 Januari2015  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr. Henni Gusfa, M.Si.



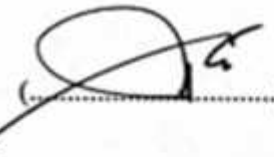
(.....)

2. Penguji Ahli  
Dr. Achmad Jamil, M.Si.



(.....)

3. Pembimbing  
Dr. Farid Hamid, M.Si.



(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Komunikasi Interpersonal Agen Asuransi  
Dengan Produk Syariah Pada Calon Nasabah  
(Studi Kasus Pada PAM Agency  
PT. Prudential Life Assurance Indonesia)
2. Nama : Sapta Maryati
3. NIM : 55212120006
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Coorporate & Marketing Communication*
7. Tanggal : 27 Januari 2015

Jakarta, 27 Januari 2015  
Disetujui dan di terima oleh,

Pembimbing

Dr. Farid Hamid, M.Si.

Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Progran Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

## PERNYATAAN

Judul : Komunikasi Interpersonal Agen Asuransi  
Dengan Produk Syariah Pada Calon Nasabah  
(Studi Kasus Pada PAM Agency  
PT. Prudential Life Assurance Indonesia)

Nama : Sapta Maryati

NIM : 55212120006

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Coorporate & Marketing Communication*

Tanggal : 27 Januari 2015

Merupakan hasil studi lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 27 Januari 2015



Sapta Maryati

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan hanya pada Allah SWT yang merupakan segala sumber kasih dan sayang bagi umat manusia dalam mengarungi kehidupannya. Dengan kasih dan sayang-Nya itu jualah penulis akhirnya dapat juga menyelesaikan studi dan tesis ini di tengah-tengah derasnya gelombang kesibukan kehidupan.

Tesis ini merupakan penelitian yang menyentuh emosional dalam menggugah tentang kesadaran. Dikatakan menyentuh emosional karena penelitian ini membahas tentang sebuah komunikasi interpersonal antara dua pihak yang sering berseberangan dalam cara pandang. Kemudian lagi, dikatakan menggugah tentang kesadaran karena tesis ini menguraikan sebuah upaya seorang agen perusahaan asuransi dalam mengajak individu dalam masyarakat untuk dapat memiliki produk asuransi demi menampung resiko hidup yang sudah pasti dihadapi setiap manusia, tak terkecuali diri agen asuransi itu sendiri pada awalnya.

Walaupun pada kenyataannya sering terjadi kegagalan proses komunikasi interpersonal terhadap seorang agen dalam pekerjaannya yaitu berupa penolakan, justru keunikan dari tesis ini adalah keingintahuan penulis terhadap agen-agen yang berhasil *closing*. Dengan kata lain penekanan tesis ini sesungguhnya melihat kemampuan komunikasi interpersonal seorang agen asuransi dalam membujuk atau melakukan prospek terhadap calon nasabah hingga pada akhirnya terjadilah *closing* atau pembelian sebuah produk asuransi.

Pada akhirnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarannya kepada semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, kerjasama dan pertolongan kepada penulis. Dengan itu semua, maka semakin bertambah jualah rasa syukur penulis terhadap sang Pencipta dalam setiap langkah dan detak jantung kehidupan sebagai seorang khalifah di bumi-Nya.

Rasa terima kasih tersebut pertama dan utama sekali penulis haturkan kepada Ibunda tercinta Rohila yang mana semua cinta kasihnya tidak akan pernah bisa terbalaskan dengan apapun, serta persembahkan khusus kepada Ayahanda Rohul Kudus ( Almarhum ) yang selalu menyayangi penulis dengan segenap hati, yang menjadi inspirasi hiduppennulis, ayah terbaik, sosok yang penulis tauladani.

Seorang ayah yang mencita-citakan penulis untuk meraih pendidikan setinggi mungkin.

Terima kasih juga tak lupa penulis ucapkan kepada semua kakak-kakak, adik, keponakan serta keluarga besar yang selalu memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.

Selanjutnya rasa terima kasih yang tiada terhingga dan akan selalu melekat dalam hati, penulis persembahkan dengan doa yang tulus kepada:

1. Dr. Farid Hamid, M.Si. yang merupakan pembimbing utama yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi petunjuk serta motivasi dengan penuh perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Ibu Dr. Nurkholisah, M.Si. selaku Kaprodi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si. dan Bapak Dr. Achmad Jamil, M.Si. selaku Ketua Sidang dan Penguji Ahli yang banyak memberikan masukan dan arahan kepada penulis, sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik lagi.
4. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah mengesahkan tesis ini.
5. Ibu Dr. Leila Mona Ganiem. M.Si, yang memberikan masukan kepada penulis sebagai penguji pada seminar proposal penelitian.
6. Bapak / Ibu Dosen dan seluruh staf Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan fasilitas yang sangat baik dalam melaksanakan perkuliahan, dan pelayanan yang sangat memberikan kesan-kesan yang baik, sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sesuai dengan harapan.
7. Bapak Marzellinus Thomas Saka selaku Agency Manager PAM Agency, yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di PAM Agency.
8. Agen, calon nasabah, dannasabah asuransi Prudential di lingkungan PAM Agency yang telah menyempatkan diri untuk meluangkan waktunya bersedia diwawancarai dengan sangat bersahabat dan memberikan data sesuai dengan yang dibutuhkan penulis dengan senang hati.
9. Capt. Penerbang M. Taufik Hidayatullah, yang di tengah kesibukan tetap memberikan perhatian dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Abang Sihol dan Mba Arta, atas perhatian dan motivasi serta sayang yang tulus kepada penulis.



11. Pimpinan, Dosen dan Mahasiswa/i di lingkungan Fikom Universitas Ibnu Chaldun Jakarta, yang memberikan semangat kepada penuli untuk menyelesaikan tesis ini.
12. Suryadi dan Rezi, juga teman-teman satu angkatan 2013, yang sangat kompak dalam mengikuti perkuliahan, dan saling membantu saat adanya tugas, sehingga saya termotivasi untuk terus belajar, terimakasih semuanya.

Akhir kata, semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi PAM Agency, khususnya agen-agen agar dapat lebih baik lagi dalam melakukan komunikasi saat menyampaikan informasi produk asuransi kepada masyarakat. Dan semoga tesis ini juga dapat bermanfaat bagi para pembaca. Semoga Allah memberikan keberkahan kepada kita semua dalam setiap langkah dan pekerjaan. Aamiin YRA.



Penulis

Sapta Maryati

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG TESIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1. Manfaat Akademis .....	11
1.4.2. Manfaat Praktis .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>13</b>
2.1. Kajian Pustaka.....	13
2.1.1. Penelitian Sebelumnya .....	13
2.2. Tinjauan Teoritis dan Definisi .....	19
2.2.1. Komunikasi Interpersonal .....	19
2.2.2. Karakteristik Komunikasi Interpersonal.. .....	28
2.2.3. Bentuk, Jenis, dan Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	35
2.2.4. Komunikasi Persuasi.....	39
2.2.5. Teori Kualitas Pelayanan .....	47
2.2.6. Teori Jasa .....	50
2.2.7. Kategori dan Karakteristik Jasa .....	52
2.2.8. Asuransi dan Asuransi Syariah .....	56
2.2.8.1. Konsep Asuransi Syariah.....	58
2.2.8.2. Asas dan Prinsip Asuransi Syariah .....	61
2.2.9. Penjualan dan Tenaga Penjualan.....	61
2.2.10. Pelanggan dan Perilaku Konsumen.....	63

2.3. Kerangka Pemikiran.....	64
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>66</b>
3.1. Objek Penelitian / Pengkajian Akademis .....	66
3.2. Paradigma Penelitian .....	66
3.3. Metode Penelitian .....	68
3.4. Sumber Informasi (Key Informan).....	71
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	72
3.5.1. Data Primer .....	71
3.5.2. Data Sekunder .....	73
3.6. Teknik Analisis Data.....	74
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	78
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>81</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	81
4.1.1. Profile Perusahaan.....	81
4.1.2. Produk-Produk Prudential Indonesia .....	85
4.1.3. Profile Informan Penelitian .....	90
4.2. Hasil Penelitian .....	93
4.2.1. Latar Belakang Menjadi Agen Asuransi .....	94
4.2.2. Proses Pendekatan Dengan Calon Nasabah .....	100
4.2.3. Kategori Calon Nasabah.....	112
4.2.4. Cara Penyampaian Informasi Produk Asuransi.....	115
4.2.5. Indikator Keberhasilan Seorang Agen .....	124
4.2.6. Hambatan / Kendala .....	129
4.3. Pembahasan.....	135
4.3.1. Fokus Analisis Konstruksi Komunikasi Interpersonal Agendan Calon Nasabah.....	135
4.3.2. Komunikasi Dialogis Holistik Tingkat Tinggi.....	136
4.3.3. Komunikasi Persuasi Dalam Pesan Konten .....	140
4.3.4. Kekuatan dan Kelemahan Komunikasi Interpersonal..	144
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>148</b>
5.1. Kesimpulan .....	148
5.2. Saran .....	149
5.2.1. Saran Akademis.....	149
5.2.2. Saran Praktis.....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2. Daftar Nama Informan .....	91



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Komunikasi Universal AntarManusia.....	31
Gambar 2. BaganKerangkaPemikiran.....	65
Gambar 3. Analisis data model interaktifdari Miles danHuberman (1994) ..	76
Gambar 4. Logo Prudential.....	82
Gambar 5. Bagan flowchart latarbelakangmenjadiagen .....	100
Gambar 6. Bagan flowchart proses pendekatandengannasabah .....	112
Gambar 7. Bagan flowchart kategoricalonnasabah.....	115
Gambar 8. Bagan flowchart penyampaianpesaninformasiproduk .....	124
Gambar 9. Bagan flowchart indikatorkeberhasilanagen .....	129
Gambar.10. Bagan flowchart hambatan / kendala .....	133
Gambar.11. Bagan flowchart komunikasi interpersonal agendengancalon nasabah.....	134

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Dengan Informan

Lampiran 1. Surat Tugas

Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA