



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Sumber	Sumbangan
Tanggal	2-3-2016
No. Reg.	T15162573
	2 TK/52/16/002

**Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa
Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015
(Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT Asuransi Jiwa "X")**

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Studi di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi
Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Nama : Andrie Susanto
NIM : 55213120076**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

	UNIVERSITAS MERCU BUANA PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
---	---

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Andrie Susanto
2. NIM : 55213120076
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015
(Studi Pada Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT. Asuransi Jiwa "X")

Jakarta, 15 Desember 2015

Pembimbing



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

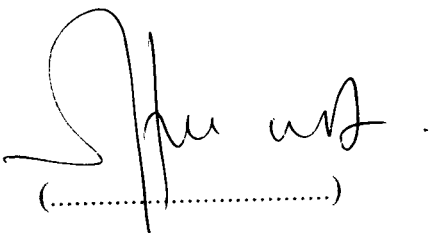
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015
(Studi Pada Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT. Asuransi Jiwa "X")
2. Nama : Andrie Susanto
3. NIM : 55213120076
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communications
7. Tanggal : 2 Februari 2016

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 2 Februari 2016

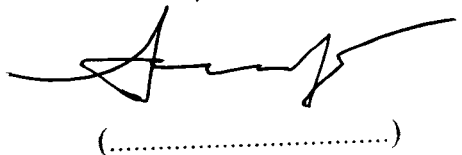
Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Heri Budiarto, M.Si



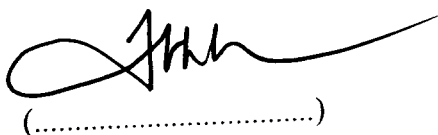
(.....)

2. Penguji Ahli:
Dr. Ahmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing:
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

 MERCU BUANA	UNIVERSITAS MERCU BUANA PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
---	--

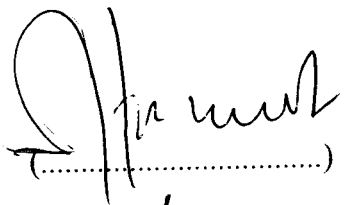
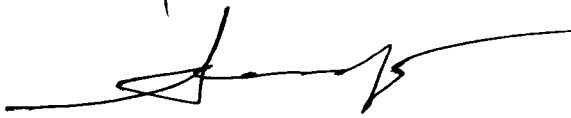
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015
(Studi Pada Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT. Asuransi Jiwa "X")
2. Nama : Andrie Susanto
3. NIM : 55213120076
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communications
7. Tanggal : 13 Februari 2016

Jakarta, 13 Februari 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Heri Budianto, M.Si
2. Penguji Ahli:
Dr. Ahmad Jamil, M.Si
3. Pembimbing:
Dr. Nur Kholisoh, M.Si


 (.....)

 (.....)

 (.....)

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015
(Studi Pada Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT. Asuransi Jiwa "X")
2. Bentuk Tesis : Penelitian
3. Nama : Andrie Susanto
4. NIM : 55213120076
5. Program : Magister Ilmu Komunikasi
6. Tanggal : 13 Februari 2016

Mengesahkan,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Nur kholisoh, M.Si)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Nur kholisoh, M.Si)

ABSTRAK

Masalah dalam penelitian adalah menurunnya minat calon agen pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi-strategi promosi yang digunakan SP group pada tahun 2015. Peneliti juga ingin mengetahui proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari strategi promosi yang digunakan oleh SP group. Hasil temuan menunjukkan SP group dapat meningkatkan minat calon agen pada 2015, karena menjalankan kombinasi strategi push dan pull. Strategi dorong digunakan dengan memberikan reward kepada agen asuransi, even job career, referensi dari mulut ke mulut, dan menjadikan manajer unit sebagai brand ambassador, sedangkan strategi tarik digunakan dengan memasang iklan lowongan kerja online, pembebasan biaya pelatihan dan sertifikasi, mengundang ke acara seminar, dan menghubungi langsung calon agen. Proses perencanaan SP group juga melakukan segmentasi calon agen, menetapkan tujuan dari promosi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, dan menyiapkan anggaran promosi. Pada tahap pelaksanaan digunakan berbagai alat komunikasi pemasaran seperti : personal selling, word of mouth, Even job career, brand ambassador, iklan online, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan undangan acara seminar. Tahap evaluasi tidak lagi dilakukan karena pada tahun 2015 telah terjadi peningkatan minat calon agen..

Kata kunci: strategi komunikasi pemasaran, minat, calon agen asuransi, dan perusahaan asuransi jiwa.

ABSTRACT

The problem is the declining interest in research prospective agents in 2014. This study aims to determine strategies for the promotion of the use of SP group in 2015. Researchers also want to know the process of planning, implementation, and evaluation of promotional strategies used by the SP group. The findings show the SP group can increase the interest of prospective agents in 2015, because running a combination of push and pull strategies. Strategy thrust used to give rewards to insurance agents, even job career, references from mouth to mouth, and makes the unit managers as brand ambassador, while the strategy of attraction is used by placing job advertisements online, acquisition costs of training and certification, invited to the seminar, and direct contact prospective agents. The planning process SP group also segmenting prospective agents, set a goal of promotion, designing messages, choosing communication channels and preparing promotional budget. During the implementation phase used a variety of marketing communication tools such as: personal selling, word of mouth, Even job career, brand ambassador, online advertising, sales promotion, direct marketing, and seminar invitations. Evaluation phase is no longer done since 2015 there has been increased interest in the prospective agent..

Keywords: marketing communication strategy, interests, prospective insurance agents, and insurance companies.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015 (Studi Pada Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT. "X")

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Andrie Susanto

NIM : 55213120076

Program : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 13 Februari 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 13 Februari 2016



(Andrie Susanto)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perusahaan Asuransi Jiwa Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen Tahun 2015 (Studi Pada Studi Pada SP Group Agency Kantor Pemasaran Mandiri PT. Asuransi Jiwa “X”).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh kantor pemasaran mandiri SP Group dalam meningkatkan minat calon agen pada tahun 2015, dan juga tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan oleh kantor pemasaran mandiri SP group.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Kholisoh., M.Si, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Penulis juga berterima kasih kepada Dr. Leila Mona Ganiem, M.Si, selaku Penguji Seminar Proposal.
3. Dr. Ahmad Jamil selaku Penguji pada Ujian Tesis.

4. Prof. Dr Didik J. Rachbini Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Dr. Nur Kholisoh., M.Si.
6. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan- rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
7. Manajer Keagenan Ibu Sumarlien, Bapak Joga Joewono, Ibu Chries Widiartini beserta segenap staf dan rekan-rekan agen seprofesi dikantor pemasaran mandiri PT. Soekartono Prawirodirdjo.
8. Lilis yang selalu memberikan semangat serta motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini sehingga tepat pada waktunya.
9. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, oma, dan tante yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan industri asuransi jiwa di Indonesia.

Jakarta, 13 Februari 2016

Andrie Susanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	vii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan dan Identifikasi Masalah	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu	18
2.2. Kajian Teoritis	26
2.2.1. Komunikasi pemasaran	26
2.2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	29
2.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	32
2.2.4. Agen Asuransi	44
2.2.5. Perusahaan Asuransi Jiwa	45
2.2.6. Kantor Pemasaran Mandiri	46
2.2.7. Minat	47
2.2.8. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	47
2.2.9. Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Agen	48
2.3. Kerangka Pemikiran	51

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	53
3.2. Paradigma Penelitian.....	53
3.3. Metode Penelitian	55
3.4. Key Informan	56
3.5. Tehnik Pengumpulan Data.....	58
3.6. Tehnik Analisa Data.....	60
3.7. Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	63

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	66
4.1.1. Profil PT. Asuransi Jiwa “X”	66
4.1.2. Profil Kantor Pemasaran Mandiri SP group	72
4.2. Hasil Penelitian	76
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran SP Group.....	77
4.2.1.1. Strategi Dorong (<i>push</i>)	78
4.2.1.2. Strategi Tarik (<i>pull</i>).....	79
4.2.2. Tahapan-Tahapan Strategi Komunikasi Pemasaran	78
4.2.2.1. Tahap Perencanaan	78
4.2.2.2. Tahap Pelaksanaan	86
4.2.2.3. Tahap Evaluasi	91
4.3. Pembahasan	92
4.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran SP group.....	93
4.3.2. Tahapan-Tahapan Strategi Komunikasi Pemasaran	93
4.3.2.1. Tahap Perencanaan	94
4.3.2.2. Tahap Pelaksanaan	96
4.3.2.3. Tahap Evaluasi	97

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	99
5.2. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	107
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	116



DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Tabel 2.1	:	Penelitian Terdahulu	18
Gambar 2.1	:	Proses Komunikasi	27
Gambar 2.2	:	Strategi Tarik Dan Strategi Dorong	42
Gambar 2.3	:	Alur Kerangka Pemikiran	54
Gambar 4.1	:	Logo Dan Merk Kantor Pemasaran Mandiri	75
Gambar 4.2	:	Struktur Organisasi Kantor Pemasaran SP Group	76
Gambar 4.3	:	Iklan Online SP group	86
Gambar 4.4	:	Reward Rekrutmen Agen	87
Gambar 4.5	:	Event Job Fair SP group	88
Gambar 4.6	:	Undangan Acara Seminar	89

