



**PERSPEKTIF DAN KENDALA STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH AGEN
PT ASURANSI JASA INDONESIA (PERSERO)
CABANG JAKARTA MENTENG**

TESIS

**Yoshika Lesmana
NIM : 55215110035**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
MENTENG - JAKARTA
2017**



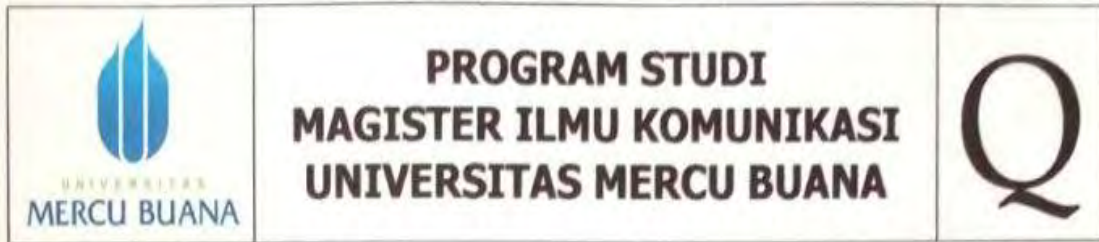
**PERSPEKTIF DAN KENDALA STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH AGEN
PT ASURANSI JASA INDONESIA (PERSERO)
CABANG JAKARTA MENTENG**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**Yoshika Lesmana
NIM : 55215110035**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
MENTENG - JAKARTA
2017**

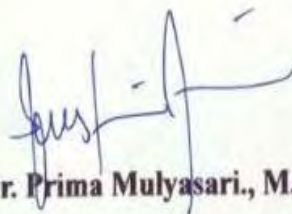


LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Yoshika Lesmana
2. NIM : 55215110035
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communications
6. Judul : Perspektif Dan Kendala Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Agen PT. Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Cabang Jakarta Menteng

Jakarta, 23 November 2017

Pembimbing



Dr. Prima Mulyasari., M.Si.



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



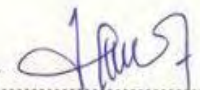
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Perspektif Dan Kendala Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Agen PT.Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Cabang Jakarta Menteng
2. Nama : Yoshika Lesmana
3. NIM : 55215110035
4. Jenjang Pendidikan : Srata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communications
7. Tanggal : 06 Desember 2017

Jakarta, 06 Desember 2017

Mengetahui,

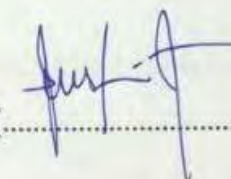
1. Ketua Sidang :
Dr. Henni Gusfa, M.Si.

()

2. Penguji Ahli :
Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

()

3. Pembimbing Utama :
Dr. Prima Mulyasari, M.Si.

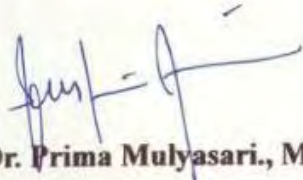
()

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Perspektif Dan Kendala Strategi Komunikasi Pemasaran Oleh Agen PT.Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Cabang Jakarta Menteng
2. Bentuk Tesis : Penelitian
3. Nama : Yoshika Lesmana
4. NIM : 55215110035
5. Program : Magister Ilmu Komunikasi
6. Tanggal : Desember 2017

Mengesahkan,

Pembimbing Utama



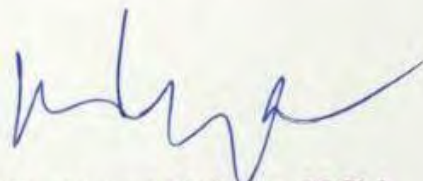
(**Dr. Prima Mulyasari, M.Si.)**

Direktur Program Pascasarjana,

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi,



(**Prof. Dr. Didik J. Rachbini M.Si.)**



(**Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)**

PERNYATAAN

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

Judul : PERSPEKTIF DAN KENDALA STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN OLEH AGEN PT ASURANSI JASA
INDONESIA (PERSERO) CABANG JAKARTA MENTENG

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Yoshika Lesmana

NIM : 55215110035

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 20 November 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Prgram Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana 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, 20 November 2017



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Serta agas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : **PERSPEKTIF DAN KENDALA STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN OLEH AGEN PT ASURANSI JASA INDONESIA (PERSERO) CABANG JAKARTA MENTENG.**

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Tesis ini mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan oleh agen asuransi serta kendala dalam perumusan dan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran dalam melakukan pemasaran langsung dan pemasaran personal oleh agen asuransi.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih 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 Ibu Dr. Prima Mulyasari M.Si. sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Dr.Ahmad Mulyana,Msi., selaku Penguji pada Seminar Proposal, Ibu Dr.henni Gusfa,Msi., Ibu Tuti Widiastuti,Msi., selaku Penguji pada Ujian Tesis.

Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, isteri tercinta Dessy Evianti,SE dan ananda tercinta Mutia Adinda Lesmana dan M.Hafidz Rizqi, yang dengan penuh kasih sayang dan

kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangan dalam komunikasi pemasaran asuransi pada umumnya dan komunikasi pemasaran asuransi oleh agen asuransi pada khususnya.

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	15
1.2.1. Identifikasi Masalah	15
1.2.2. Rumusan Masalah	17
1.3 Batasan Masalah	17
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	18
1.4.1. Maksud Penelitian	18
1.4.2. Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian	19
1.6 Sistematika Penulisan	20
BAB II PENELITIAN TERDAHULU, KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	22
2.2 Kajian Pustaka	28

2.2.1	Komunikasi	28
2.2.2	Asuransi	30
2.2.3	Komunikasi Pemasaran	38
2.2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran	44
2.2.5	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	54
2.3	Kerangka Pemikiran	63
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	67
3.2	Paradigma Penelitian	68
3.3	Metode Penelitian	70
3.3.1	Pendekatan dan Desain Penelitian	70
3.3.2	Tipe Penelitian	72
3.4	Subjek Data dan Sumber Data	73
3.5	Teknik Pengumpulan Data	74
3.6	Teknik Pengolahan Data	75
3.7	Teknik Analisa Data	77
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	80
4.1.1	Profil Ringkas PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero) ..	80
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	82
4.1.3	Produk dan Layanan	82
4.1.4	Profil Informan Penelitian	86
4.2	Perspektif Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	88
4.2.1	Perspektif Proses	102
4.2.2	Perspektif Tingkah Laku	102
4.2.3	Perspektif Hibrid	103
4.3	Kendala dalam Perumusan dan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	104
4.3.1	Kendala dalam Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	106

4.3.2 Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	128
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran.....	146
5.3 Keterbatasan.....	148
DAFTAR PUSTAKA.....	150
LAMPIRAN	154
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	156

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Ringkasan Penelitian Terdahulu Terkait Komunikasi Pemasaran Asuransi	22
Tabel 2.2	: Penelitian Terdahulu Terkait Strategi Komunikasi Pemasaran	27
Tabel 4.1	: Informan Kunci Penelitian	87
Tabel 4.2	: Topik dan Kategorisasi Hasil Wawancara tentang Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	91
Tabel 4.3	: Topik Dan Perspektif Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	99
Tabel 4.4	: Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi Berdasarkan Perspektif	101
Tabel 4.5	: Topik dan Kategorisasi Hasil Wawancara tentang Kendala Eksternal dalam Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	112
Tabel 4.6	: Topik dan Kategorisasi Hasil Wawancara tentang Kendala Internal dalam Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	120
Tabel 4.7	: Kendala Internal dalam Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	126
Tabel 4.8	: Topik dan Kategorisasi Hasil Wawancara tentang Kendala dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	132
Tabel 4.9	: Kendala Internal dalam Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Alur Fikir Penelitian	64
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran	64
Gambar 4.1 : Kendala Eksternal dalam Perumusan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	117
Gambar 4.2 : Kendala dalam Perumusan dan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran oleh Agen Asuransi	141

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Pedoman Wawancara	153
---	-----