



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

#### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ectavianus  
NIM : 44315120060  
Fakultas : Ilmu komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk Mempertahankan Volume Penjualan Polis Asuransi di Era Pandemi Covid-19: Sebuah Penelitian Deskriptif Kualitatif pada PT MRT Eagles Favor** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapabagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 1 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



(Ectavianus)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Yani Pratomo, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Ectavianus  
NIM : 44315120060  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication  
Judul : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk  
Mempertahankan Volume Penjualan Polis Asuransi di Era Pandemi  
Covid-19: Sebuah Penelitian Deskriptif Kualitatif pada PT MRT  
Eagles Favor.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Maret 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Yani Pratomo, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk  
Mempertahankan Volume Penjualan Polis Asuransi di Era Pandemi  
Covid-19: Sebuah Penelitian Deskriptif Kualitatif pada PT MRT  
Eagles Favor

Nama : Ectavianus

NIM : 44315120060

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 1 Maret 2022

Disetujui dan diterima oleh,

**Ketua Bidang Studi**

**Advertising & Marketing Communication**



(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

**Pembimbing**



(Yani Pratomo, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat-Nya lah penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Polis Asuransi Oleh PT MRT Eagles Favor di Era Pandemi Covid-19”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Tidak dapat dipungkiri bahwa dibutuhkan usaha keras dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Yani Pratomo, M.Si sebagai dosen pembimbing.
2. Ibu Yuni Tresnawati, S.os, M.lkom sebagai dosen mata kuliah Riset Komunikasi.
3. Ibu Dewi Sad Tanti, M.lkom sebagai dosen penguji ahli.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed sebagai ketua sidang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi kemajuan penelitian ini ke depannya.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang terkait dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 25 Agustus 2021

Penulis



## DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Mahasiswa .....	i
Lembar Persetujuan Tugas Akhir .....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Tugas Akhir .....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Tugas Akhir .....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Peneliti Terdahulu .....	11
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.1 Komunikasi .....	14
2.2.2 Pemasaran .....	16
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	18

2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	20
2.4 Komunikasi Pemasaran Jasa .....	26
2.5 Media Sosial.....	33
2.6 Instagram.....	34
2.7 Konsep Strategi .....	37
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Paradigma.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Subjek Penelitian.....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Deskripsi Perusahaan PT MRT Eagles Favor.....	48
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	55
4.2.2 Proses Penerapan Digital Strategi Komunikasi Pemasaran .....	59
4.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran PT MRT Eagles Favor .....	64
4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran PT MRT Eagles Favor .....	78

4.2.5 Analisa Swot PT MRT Eagles Favor .....	83
4.2.6 Kendala Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	85
4.3 Pembahasan.....	87
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>93</b>
5.1 Kesimpulan .....	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Praktis .....	94
5.2.2 Saran Akademis .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Omset Agency Support Prudential Periode Juli 2021 .....	5
Gambar 1.2 Perkembangan Pendapatan Perusahaan Asuransi di Indonesia....	6
Gambar 1.3 Data <i>Annualized Premium Equivalent</i> Periode 2021 .....	9
Gambar 2.1 Bagan Elemen Promosi Belch & Belch .....	20
Gambar 4.1 Logo PT MRT Eagles Favor .....	53
Gambar 4.2 Website Resmi PT MRT Eagles Favor .....	53
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT MRT Eagles Favor .....	54
Gambar 4.4 Akun Resmi Instagram PT MRT Eagles Favor .....	59
Gambar 4.5 Akun Resmi Youtube PT MRT Eagles Favor.....	60
Gambar 4.6 Campaign PT MRT Eagles Favor di Instagram.....	64
Gambar 4.7 Iklan PT MRT Eagles Favor di Instagram .....	67
Gambar 4.8 Video Pendek Recruitmen PT MRT Eagles Favor di Instagram .	67
Gambar 4.9 Iklan Produk Prudential PT MRT Eagles Favor di Instagram .....	68
Gambar 4.10 Iklan Live Education oleh Pakar Yang diundang di Instagram .	69
Gambar 4.11 Promo Penjualan Produk Prudential .....	71
Gambar 4.12 Event Reward Agen Pemasar Asuransi.....	72
Gambar 4.13 Event training PT MRT Eagles Favor.....	74
Gambar 4.14 Kegiatan PR Lewat Media Zoom.....	76
Gambar 4.15 Kegiatan PR Lewat Media Instagram .....	78
Gambar 4.16 Share Testimoni Agen Lewat Media Instagram.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Referensi Skripsi .....	13
Tabel 4.1 Tabel Key Informan wawancara .....	58

