



**AKTIVITAS SOSIALISASI PROGRAM APLIKASI ASURANSI ONLINE
BUDDIES PT. ASTRA AVIVA LIFE**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH:

UNIV **Rika Ariyanti** S
44216110129
MERCUBUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rika Ariyanti

NIM : 44216110129

Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Aktivitas Sosialisasi Mengkomunikasikan Program Aplikasi Asuransi Online Buddies PT. Astra Aviva Life.**

Tugas akhir ini 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 beberapa bagian 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.

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Jakarta, 17 Juli 2021
Yang membuat pernyataan



Rika Ariyanti



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Rika Ariyanti

NIM 44216110129

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul : **Aktivitas Sosialisasi Program Aplikasi Asuransi Online Buddies PT. Astra Aviva Life**



Jakarta, 17 Juli 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Rika Ariyanti

NIM : 44216110129

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul : **Aktivitas Sosialisasi Program Aplikasi Asuransi Online
Buddies PT. Astra Aviva Life**

Jakarta, 17 Juli 2021

Diterima dan di setujui oleh

Ketua Sidang

Dra. Diah Wardhani, M.si

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(.....)

Penguji

Syerli Haryati, M.Si

(.....)

Pembimbing

Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Aktivitas Sosialisasi Program Aplikasi Asuransi Online Buddies PT. Astra Aviva Life**
Nama : Rika Ariyanti
NIM : 44216110129
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Juli 2021
Diterima dan di setujui oleh:

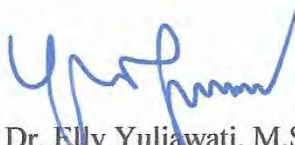
Ketua Bidang Studi Public Relations

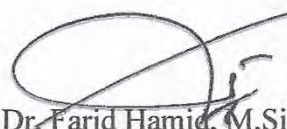
Pembimbing


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom) (Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yulawati, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Rika Ariyanti

44216110129

Aktivitas Sosialisasi Program Aplikasi Asuransi Online Buddies PT. Astra Aviva Life : 5
Bab 99 hal + Lampiran + 14 Buku + 1 internet

ABSTRAK

Peran Public Relations dalam kegiatan promosi sangat membantu kelancaran kegiatan bisnis perusahaan, keberadaan Public Relations yang bisa menompang fungsi pemasaran (Marketing), Begitu erat dan pentingnya kerjasama antara bidang Public Relations dan Marketing terutama pada sektor asuransi jiwa, terjadinya persaingan yang sangat ketat di era persaingan citra perusahaan. Melalui program Marketing, Astra Life sebagai penyedia jasa selalu berusaha agar tujuan dari perusahaan meluncurkan launching produk baru yaitu Aplikasi Asuransi Online Buddies kepada khalayak sehingga mereka dapat mengenal dan menggunakan produk Aplikasi Asuransi Online Buddies. Aplikasi Asuransi Online Buddies Astra Life yang berbentuk aplikasi layanan produk asuransi yang dapat diakses secara langsung oleh semua orang melalui smartphone. Astra Life terus berusaha memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk dan meningkatkan volume promosi penjualan. Oleh karena itu Aktivitas sosialisasi asuransi online buddies Astra Life dalam mengkomunikasikan kepada masyarakat sangat diperlukan dalam kegiatan marketing ini.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang menggunakan paradigma konstruktivisme, Informan dalam penelitian ini berjumlah 1 orang key informan dan 2 orang informan yang bertindak sebagai narasumber yang selanjutnya diuji keabsahan datanya dengan teknik pemeriksaan triangulasi. Teknik analisis data yang menggunakan teknik analisis interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas sosialisasi PT. Astra Aviva Life dalam program Asuransi Online Buddies kepada nasabah secara keseluruhan jika ditinjau melalui konsep marketing dengan strategi pull, push, dan pass sudah dapat dikatakan baik. Pull strategy dimana strategi yang ada sudah menyelenggarakan komunikasi timbal balik atau dua arah yang didasari oleh pemberian informasi dan pesan yang diharapkan dapat menciptakan kesan positif dari masyarakat diwujudkan dengan melakukan gathering dengan nasabah, penginformasian melalui email, buletin astra, healthy thought dan webinar. Push strategy diupayakan dengan memberikan value dan kepuasan nasabah yang telah menggunakan produk asuransi online Buddies ditempuh melalui kombinasi penjualan produk perusahaan dengan produk partner perusahaan agar value produk dapat bertambah, pengadaan potongan harga, dan voucher. Pass strategy dimana Astra Life mengupayakan untuk mendapatkan opini publik yang positif dengan mengadakan kegiatan CSR yang berupa perpustakaan di yayasan-yayasan di daerah terpencil dan pembagian masker gratis.

Kata kunci: Sosialisasi, Marketing, komunikasi.



Communication Faculty
Mercu Buana University

THESIS ASSEMBLY APPROVAL SHEET

Name : Rika Ariyanti
Student ID : 44216110129
Faculty : Communications Science
Study Program : Public Relations
Title : Socialization Activities Buddies Online Insurance Application Program
PT. Astra Aviva Life.
Biography : Consist of: 5 Chapters 99 pages, Attachments, 14 Books, 1 internet

ABSTRACT

The role of Public Relations in promotional activities is very helpful for the smooth running of company business activities, the existence of Public Relations which can support the marketing function (Marketing), So close and the importance of cooperation between the Public Relations and Marketing fields, especially in the life insurance sector, there is very tight competition in the era of competition corporate image. Through the Public Relations program, Astra Life as a service provider always strives for the purpose of the company to launch a new product launch, namely the Online Buddies Insurance Application, to the public so that they can get to know and use the Online Buddies Insurance Application product. The Astra Life Buddies Online Insurance application in the form of an insurance product service application that can be accessed directly by everyone via a smartphone. Astra Life continues to strive to introduce products to the public and increase the volume of sales promotions. Therefore, Astra Life's Public Relations Marketing Strategy in communicating online buddies insurance to the public is very much needed in this marketing activity.

This research is a descriptive qualitative research using the constructivism paradigm. The informants in this study amounted to 1 key informant and 2 informants who acted as sources who were then tested for the validity of the data by means of triangulation checking techniques. Data analysis techniques using interactive analysis techniques consisting of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions

The results showed that the efforts made by public relations PT. Astra Aviva Life in communicating the Online Buddies Insurance Application program to customers as a whole, when viewed through a public relations concept with a pull, push and pass strategy, it can be said to be good. The pull strategy in which the existing strategy has organized reciprocal or two-way communication based on the provision of information and messages that are expected to create a positive impression from the public is manifested by conducting gatherings with customers, informing via email, astra newsletters, healthy thoughts and webinars. The push strategy is pursued by providing value and customer satisfaction who have used the online Buddies insurance product through a combination of sales of the company's products with the company's partner products so that product value can increase, procurement of discounts, and vouchers. Pass strategy where Astra Life strives to gain positive public opinion by holding CSR activities in the form of libraries at foundations in remote areas and distributing free masks.

Keywords: public relations, communication.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan kuasanya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “**Aktivitas Sosialisasi Program Aplikasi Asuransi Online Buddies PT. Astra Aviva Life**“. Penelitian ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Public Relations pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini tentunya tidak lepas dari peranan dan bantuan beberapa pihak, baik bantuan moril maupun materil oleh karena itu peneliti ingin memberikan apresiasi sebagai bentuk rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku pembimbing peneliti yang dalam penulisan tugas akhir ini dengan sabar telah mengarahkan, membimbing, memberikan ilmu selama proses penelitian tugas akhir ini sehingga pada akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan.
2. Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Terima kasih untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Yasin & Ibu Ida Farida, yang selalu memberikan semangat, doa juga dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
6. Untuk kaka tersayang Rizky Arianda, Om Febri, dan sahabat saya Selvi Sinta Rizki yang selalu memberi motivasi, dukungan serta doa kepada peneliti.
7. Terima kasih untuk Reiza Wibowo yang sudah selalu memberikan saya dukungan dan membantu dalam proses kuliah saya.
8. Terima kasih untuk Raditia Oksa yang selalu menemani, memberi masukan, doa dan selalu membantu selama proses penelitian ini.
9. Terima kasih kepada Narasumber dari PT Astra Aviva Life yang sudah meluangkan waktunya untuk saya wawancarai.

Peneliti menyadari dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari sempurna. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Peneliti. Sehingga Peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Akhir kata Peneliti mengucapkan terima kasih. Semoga penelitian yang ditulis oleh Peneliti ini dapat bermanfaat khususnya bagi Peneliti sendiri dan umumnya bagi pembaca.



Jakarta, 17 Juli 2021

Penulis

Rika Ariyanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACTvi
KATA PENGANTARvii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Komunikasi Organisasi	25
2.3 Komunikasi Massa	27
2.4 Public Relations	28
2.4.1 Pengertian Public Relations	29
2.4.2 Tujuan Public Relations	31
2.4.3 Fungsi Public Relations	32
2.4.4 Tugas Public Relations.....	34
2.4.5 Peran Public Relations	35
2.4.6 AktivitasPublic Relations.....	37
2.5 Media Public Relations	38
2.5.1 New Media	39
2.6 Program Public Relations.....	40
2.6.1 Special Event.....	41
2.7 Marketing	43

2.7.1 Strategi Marketing.....	44
2.7.2 Manfaat penerapan fungsi Public Relations dalam kegiatan Marketing.....	47
2.8 Sosialisasi.....	48
2.8.1 Aktivitas Sosialisasi.....	50
2.9 Khalayak.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	53
3.2 Metode Penelitian.....	54
3.3 Subjek Penelitian.....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.4.1 Data Primer.....	59
3.4.2 Data Sekunder.....	60
3.5 Teknik Analisis Data.....	60
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum objek Penelitian.....	65
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	65
4.1.2 Visi.....	67
4.1.3 Misi.....	67
4.1.4 Logo Perusahaan.....	67
4.2 Hasil Penelitian.....	69
4.2.1 Aktivitas Sosialisasi memgkomunikasikan program Aplikasi Asuransi Online Buddies PT. Astra Aviva Life.....	69
4.3 Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis.....	81
5.2.2 Saran Praktis.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	84