



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI AGEN ASURANSI BSAVE
ACCIDENT PROTECTION DENGAN NASABAH DALAM
MENGEDUKASI PRODUK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI BCA
LIFE JAKARTA (CABANG PLUIT)**

(Studi Kasus Kualitatif Strategi Komunikasi Pada Agen Asuransi PT. Asuransi
Jiwa BCA (BCA Life))

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata1(S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh:

ULFATUN HASANAH

44214110071

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2021



Universitas Mercubuana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ulfatun Hasanah
44214110071

Strategi Komunikasi Antarpribadi Agen Asuransi Bsave Accident Protection dengan Calon Nasabah Dalam Mengedukasi Produk Di Masa Pandemi Covid-19

Jumlah Halaman : XI+111+20 Lampiran

Bibilografi : 25 acuan, tahun 2011- 2020

ABSTRAK

Banyak masyarakat Indonesia yang masih skeptis dan sinis terhadap pentingnya asuransi. Berbagai alasan menjadi pilihan bagi masyarakat untuk tidak memilih asuransi sebagai solusi. Hal tersebut menjadi tantangan bagi para agent asuransi untuk mengubah pola pikir masyarakat bahwa asuransi sangatlah penting. Dengan demikian agent asuransi dituntut harus mempunyai kemampuan dan strategi yang diterapkan dalam mengedukasi nasabah.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi antarpribadi yang terjadi antara agen asuransi dengan calon nasabah. Menurut Miller dan Steinburg membaginya dalam 4 strategi: Strategi Wortel Teruntai, Strategi Pedang Tergantung, Strategi Kembar Siam dan Strategi Katalisator.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif melalui penelitian studi kasus. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data primer melalui wawancara, observasi dan dokumentasi lalu data sekunder dengan cara melihat profil BCA Life Indonesia.

Hasil Penelitian : penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi komunikasi antarpribadi agen asuransi BCA life dalam mengedukasi nasabah menggunakan dua strategi, yaitu Strategi Wortel Teruntai, agen memberikan pesan yang bersifat menyenangkan kepada nasabah dengan menanyakan kendala dan menjelaskannya sesuai yang diberatkan oleh nasabah terhadap asuransi. Kedua, Strategi Katalisator dimana ada stretegi khusus, dengan cara menawarkan asuransi premi satu keluarga.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Antarpribadi, Agen Asuransi



Mercubuana University
faculty of Communication
Field of Study Public Relation
Ulfatun Hasanah
44214110071

Interpersonal Communication Strategy of Bsave Accident Protection Insurance Agents with Prospective Customers in Educating Products During the Covid-19 Pandemic.

Number of pages : XI+111+20 Appendix

Bibliography : 25 Refences, 2011-2020

ABSTRACTION

Many Indonesian people are still skeptical and cynical about the importance of insurance. Various reasons are choices for people not to choose insurance as a solution. This is a challenge for insurance agents to change people's mindsets that insurance is very important. Thus, insurance agents are required to have the skills and strategies applied in educating customers.

The purpose of the study was to determine the interpersonal communication strategy that occurs between insurance agents and prospective customers. According to Miller and Steinburg divide it into 4 strategies, namely: Dangle Carrot Strategy, Dependent Sword Strategy, Siamese Twins Strategy end Catalyst Strategy.

This study uses a qualitative research methodology through case study research. The paradigm used in this research is constructivism paradigm.

Research results: the authors can conclude that the interpersonal communication strategy of BCA life insurance agents in educating customers uses two strategies, namely the Dangle Carrot Strategy, the agent gives a pleasant message to customers by asking about obstacles and explaining them according to what the customer feels about insurance. Second, the Catalyst Strategy where there is a special strategy, by offering premium insurance for one family.

Keywords : Strategy, Interpersonal Communication, Insurance Agent

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfatun Hasanah
NIM : 44214110071
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI AGEN ASURANSI BSAVE ACCIDENT PROTECTION DENGAN NASABAH DALAM MENGEDUKASI PRODUK DI MASA PANDEMI COVID-19 DI BCALIFE JAKARTA (CABANG PLUIT) 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 plagiarisme, 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 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



(Ulfatun Hasanah)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Ulfatun Hasanah
NIM : 44214110071
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Strategi Komunikasi Antar Pribadi Agen Asuransi Bsave Accident
Dalam Mengedukasi Produk Di Masa Pandemi Di Bca Life Jakarta
(Cabang Pluit)

Jakarta, 26 Juli 2021

Mengetahui,
Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Drs. Gufron Sakaril, MM)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Ulfatun Hasanah
NIM : 44214110071
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Strategi Komunikasi Antar Pribadi Agen Asuransi Bsave Accident
Dalam Mengedukasi Produk Di Masa Pandemi Di Bca Life Jakarta
(Cabang Pluit)

Jakarta, 26 Juli 2021

Ketua Sidang

(Novi Erlita, S.Sos, M.A, CPR)

Penguji Ahli

(Sofia Ainul, M.Si)

Pembimbing

(Drs.Gufon Sakaril, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul :STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI AGEN ASURANSI
BSAVE ACCIDENT PROTECTION DENGAN NASABAH
DALAM MENGEDUKASI PRODUK DI MASA PANDEMI
COVID-19 DI BCA LIFE CABANG PLUIT

Nama :Ulfatun Hasanah

NIM :44214110071

Fakultas :Ilmu Komunikasi

Bidang Studi :Public Relations

Jakarta, 1 Juli 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing



(SuryaningHayati, SE, MM, M.Ikom)




(Drs. Gufron Sakaril, MM)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati , M.SI)



(Dr. Farid Harid, M.SI)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayahNya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI AGEN ASURANSI BSAVE ACCIDENT DALAM MENGEDUKASI PRODUK PADA MASA PANDEMI COVID 19 DI BCA LIFE JAKARTA (CABANG PLUIT) ” Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi,tetapi pada akhirnya dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Gufron Sakaril, MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Suryaning Hayati,M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Publik Relations.
3. Dr.Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Elly Yuliawati, M.SI selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Anindita,M.Ikom selaku Ketua Sidang Dosen Tugas Akhir terima kasih sudah memberikan arahan Tugas Akhir.
6. Agen dan Nasabah BCA Life yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam wawancara.
7. Kedua Orang tua, Kakak, dan Adik, Bapak Badri, Ibu Siti, Mba Umi, Ela dan Fadli yang telah memberikan doa dan dukungan selama masa studi proses pembuatan skripsi.
8. Yulia Nur Rahma dan Dwi Puspita Ningrum yang telah membantu dan memberi dukungan selama masa studi hingga selesainya skripsi ini.
9. Teman-teman FIKOM PR UMB angkatan 25 tahun 2014 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kebersamaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna di karenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang komunikasi.

30 Agustus 2021
Penulis,

Ulfatun Hasanah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACTION	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 Komunikasi Organisasi.....	18
2.2.3 Komunikasi Antarpribadi	22
2.2.4 Tujuan Komunikasi Antarpribadi	29
2.2.5 Efektifitas Komunikasi Antarpribadi	29
2.2.6 Ciri-Ciri Komunikasi Antarpribadi	31
2.2.7 Karakteristik Komunikasi Antarpribadi	32
2.2.8 Fungsi Komunikasi Antarpribadi	33
2.2.9 Strategi Komunikasi Antarpribadi.....	34
2.2.10 Komunikasi Verbal.....	37
2.2.11 Komunikasi persuasif	43
2.3 Public Relations	45
2.3.1 Pengertian Public Relations	45

2.3.2 Fungsi Public Relations	47
2.3.3 Peran Public Relations.....	48
2.3.4 Tujuan Public Relations.....	49
2.3.5 Tahapan Strategi Kegiatan Public Relations.....	50
2.3.6 Marketing Public Relations	51
2.3.7 TujuanMarketingPublicRelations.....	53
2.3.8 Peran Marketing Public Relations.....	54
2.3.9 Kegiatan Marketing Public Relations.....	54
2.3.10 Strategi Marketing Public Relations.....	56
2.4 Strategi	57
2.5 Asuransi	60
2.6 Agen Asuransi	62
BAB III METODE PENELITIAN	64
3.1 Paradigma Penelitian	64
3.2 Metode Penelitian	65
3.3 Subyek Penelitian	65
3.4 Teknik Pengumpulan Data	66
3.5 Teknik Analisis Data.....	69
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	71
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Profil Singkat BCAlife	74
4.2 Hasil Penelitian.....	78
4.3 Strategi Komunikasi Interpersonal.....	80
4.3.1 Strategi Wortel Teruntai (<i>dagling carrot strategies</i>)	80
4.3.2 Strategi Pedang Tergantung (<i>hanging sword strategies</i>).....	86
4.3.3 Strategi Katalisator.....	92
4.3.4 Strategi Kembar Siam	101
4.4 Pembahasan.....	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	115
5.1 Simpulan	115
5.2 Saran	116
5.2.1 Saran Akademis	116
5.2.2 Saran Praktis	116
DAFTAR PUSTAKA	118

LAMPIRAN 121



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penghargaan Terbaik Bank Indonesia Sumber Instragam Good Life BCA	7
Gambar 2 Telemarketing Asuransi Sumber Website.....	9
Gambar 3 Fungsi Komunikasi Sumber Website.....	17
Gambar 4 Proses Komunikasi Interpersonal Sumber Website.....	23
Gambar 5 Logo BCALife Sumber Website	74
Gambar 6 Kerjasama BCA dan BCALife Sumber Website.....	75



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pencapaian Premi	8
Tabel 2 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3 Strategi Wortel Teruntai (Agen)	83
Tabel 4 Display Wortel Teruntai (Agen)	83
Tabel 5 Reduksi Wortel Teruntai (Nasabah).....	86
Tabel 6 Display Data Stretegi Wortel Teruntai (Nasabah)	86
Tabel 7 Reduksi Strategi Pedang Tergantung (Agen)	89
Tabel 8 Display Strategi Pedang Tergantung (Agen)	89
Tabel 9 Reduksi Strategi Pedang Tergantung (Nasabah).....	92
Tabel 10 Display Strategi Pedang Tergantung (Nasabah)	92
Tabel 11 Reduksi Strategi Katalisator (Agen).....	96
Tabel 12 Display Strategi Katalisator (Agen)	96
Tabel 13 Reduksi Strategi Katalisator (Nasabah).....	100
Tabel 14 Display Strategi Katalisator (Agen)	100
Tabel 15 Reduksi Strategi Kembar Siam (Agen).....	103
Tabel 16 Display Strategi Kembar Siam (Agen)	103

