



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