

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF ANTAR PERSONAL AGEN DALAM MEYAKINKAN NASABAH PRODUK ASURANSI



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh :
Nama : Rahmat Thomas Samuel
NIM : 65110212

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Broadcasting*



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Juni 2015

PENGESAHAN

©
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF ANTAR PERSONAL AGEN DALAM MEYAKINKAN NASABAH PRODUK ASURANSI

Diajukan Oleh :

Nama : Rahmat Thomas Samuel
NIM : 65110212

Jakarta, 11 April 2016

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Imam Nuraryo, S.Sos., MA.(Comms))

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2016

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

©

Hk Cipta minik IBI KKG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

MA(Comms)

Hk Cipta Dijidung-prang-Undang

a. Pengutipan hanya untuk keperluan penelitian, penulisan karya ilmiah, penyampaian laporan

Rahmat Thomas Samuel / 65110212 / 2011/ Strategi Komunikasi Persuasif Antar Personal Agen

Dalam Meyakinkan Nasabah Produk Asuransi / Pembimbing : Imam Nuraryo, S.Sos.,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

1. Larangan mengutip sebagian atau seluruh karya ini tanpa izin dan menggantung pada pengaruhnya

a. Pengutipan hanya untuk keperluan penelitian, penulisan karya ilmiah, penyampaian laporan

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Strategi komunikasi persuasif agen prudential kepada calon nasabahnya dalam membeli produk asuransi di tengah buruknya media yang berdampak kepada asuransi. Penelitian ini dilakukan langsung kepada agen prudential dan nasabah prudential. Penelitian ini berbicara mengenai bagaimana di satu sisi nasabah membeli produk asuransi, di sisi lain mendengar dampak buruk media terhadap asuransi. Dampak buruk kepada media tentu menjadi hambatan dan tantangan bagi agen asuransi dalam menyampaikan produk asuransi kepada nasabah.

Teori yang dilakukan pada penelitian ini adalah teori AIDA dalam mempersuasi seseorang untuk mengikuti keinginan komunikatornya. AIDA kepanjangan dari *Attention, Interest, Desire, Action* (Perhatian, Daya tarik, Keinginan, aksi), dan hal tersebut dilakukan oleh agen prudential dalam mempersuasi nasabahnya.

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Alasannya karena penelitian ini mengungkap fakta, dan keadaan yang terjadi di lapangan yang didapat melalui sumber informan di tengah buruknya media yang berdampak kepada asuransi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam sebagai data primer, yakni tanya jawab kepada informan sebagai sumber yang terlibat dalam bidang asuransi yang relatif lama. Wawancara mendalam dilakukan kepada 2 agen prudential dan 2 nasabah prudential sebagai informan.

Melihat buruknya media kepada asuransi, pandangan agen prudential tentang hal ini tidak mengalami perubahan, justru mereka dapat menjelaskan secara seksama kepada nasabahnya. Penjelasan yang dilakukan adalah melalui fakta yang sebenarnya terjadi, karena kebanyakan media yang diberikan bersifat opini, sehingga mereka percaya kepada agen prudential, dan keburukan media tidak lagi mempengaruhi. Strategi agen prudential dalam memberikan rasa ingin dan mendorong nasabah untuk membeli asuransi adalah dengan memberikan kebutuhan nasabah menjadi suatu keinginan melalui presentasi yang dilakukan agen mengenai asuransi

Dari penelitian ini, peneliti menyimpulkan, bahwa nasabah masuk karena tiga hal. Pertama adalah kepercayaan penuh terhadap agennya. Kedua adalah kekuatan perusahaan asuransi tersebut. Ketiga adalah kebutuhan yang dibutuhkan nasabah pada saat itu. Ketiga hal tersebut penting, namun yang terbesar kepentingannya dan menjadi inti dari semuanya adalah sistem kepercayaan nasabah kepada agennya.



ABSTRACT

Rahmat Thomas Samuel / 65110212 / 2011/ Interpersonal Persuasive Communication Strategies

In Convincing Customer Agent Insurance Products / Pembimbing : Imam Nuraryo, S.Sos.,

MA(comms)

Persuasive communication strategies prudential agent to prospective investors in the purchase of insurance products in the middle of the bad media that have an impact on insurance. This research was carried directly to our agents and customers prudential. This study talks about how on the one hand customers buy insurance products, on the other hand customers hear the adverse effects of the media on the insurance. Adverse impacts to the media would be obstacles and challenges for insurance agents to deliver insurance products to customers.

The theory in this research is the theory AIDA in persuading a person to follow the desires of the communicator. AIDA stands for Attention, Interest, Desire, Action (Attention, attractiveness, desire, action), and it is done by prudential agent in persuading customers.

The method used in this research is descriptive qualitative method. The reason for this study reveal the facts and circumstances that occurred in the field obtained through a source informant in the middle of the bad media that have an impact on insurance. Data collection through in-depth interviews as the primary data, which is a question and answer to the informant as a source involved in the insurance sector is relatively long. In-depth interviews to two agents and two customers prudential prudential as informants.

Seeing the poor media to insurance, prudential agency views on this subject have not changed, rather they can explain carefully to its customers. Explanation is done is through the fact that actually occurred, because most media provided is opinion, so that they believe in the prudential agent, and badness no longer affect the media. Prudential agent strategy in delivering curiosity and encourage customers to buy insurance is to provide customers' needs into a desire by the presentation made by agents about insurance.

From this study, the researchers concluded, that customers sign for three reasons. The first is the full confidence of his agent. The second is the strength of the insurance company. The third is that it takes customer needs at the time. These three things are important, but the greatest importance and the core of it all is the belief system of the customer to the agent.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
- a. Pengutipan hanya untuk keperluan penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, dan tesis
- b. Pengutipan tidak merugikan kepemilikan hak cipta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin iBIKG.

Penulis bertanggung jawab atas isi karya tulis ini dan bertanggung jawab atas segala akibat yang timbul dari penggunaannya.

by

Import:

Impor:

<

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas anugerah, berkat dan kasih-Nya,

1. sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya dan sesuai dengan target yang direncanakan peneliti.

Skripsi yang dibuat oleh peneliti ini berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Antar Personal Agen Dalam Meyakinkan Nasabah Produk Asuransi, sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dalam Program Studi Ilmu Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti juga sangat berterima kasih dan bersyukur karena selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan pelajaran, ilmu, saran dan kritik yang tentunya sangat membangun dan bermanfaat bagi penelitian ini dan juga bagi peneliti sendiri.

Skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan pihak – pihak yang selalu mendukung peneliti, antara lain :

1. Bapak Deavvy M.R.Y Johassan S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang membantu peneliti dalam memproses skripsi ini dalam pengajuan sidang.
2. Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., MA(comms) selaku dosen pembimbing peneliti sekaligus teman bagi saya yang dengan sangat sabar membimbing dan memberikan banyak sekali masukan serta saran kepada peneliti dalam pembuatan skripsi ini.
3. Kedua orang tua peneliti yaitu Wowo Sukendro dan Sylvia Rochili, kakak peneliti Yohanes Stefanus, dan Abraham Markus Martinus atas kasih sayang, juga dukungan moral yang selalu diberikan kepada peneliti.

- 4 **C** Kepada rekan kerja agen Prudential yang membantu peneliti dalam memberikan data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini, serta dengan sabar menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti.
- 5 **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)** Kepada Nasabah Prudential yang membantu peneliti dalam memberikan data yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian ini, serta kesediaan waktunya untuk diwawancara oleh peneliti.
- 6 **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang** Kepada sahabat saya di kampus, yang selalu memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi, disaat peneliti merasa lelah.
- 7 **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang** Kepada teman – teman peneliti yang tidak bisa disebutkan satu – persatu, tanpa teman peneliti, penelitian ini tidak akan selesai.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang waair IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Rahmat Thomas Samuel

Jakarta, 23 Februari 2016

DAFTAR ISI

(C) Hak cipta milikai KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Abstrak	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Identifikasi Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
1. Untuk Akademik	5
2. Untuk Praktis	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	6
1. Komunikasi Persuasif	6
2. Komunikasi Antar Personal	11
3. AIDA.....	14
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Kerangka Pemikiran	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Subjek Penelitian.....	24
B. Desain Penelitian.....	26
C. Jenis Data	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknik Analisis Data	30

1. Dilarang mengutip Deba dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karyailmiah, penyusunan laporan,
 penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.



BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Prudential	32
B. Analisis dan Pembahasan	44
Hasil Wawancara.....	46
a. Hasil Wawancara 1	46
b. Hasil Wawancara 2	53
c. Hasil Wawancara 3	63
d. Hasil Wawancara 4	66
C. Hasil Penelitian	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

TRANSKRIP WAWANCARA.....

LAMPIRAN GAMBAR

DAFTAR GAMBAR

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Gambar 2.1 Model AIDA 18 Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... 22 Gambar 4.1 Logo PT. Prudential <i>Life Assurance</i> 35 Gambar 4.2 Prudential <i>World Wide</i> 36 Gambar 4.3 Prudential Asia 37 Gambar 4.4 Prudential Indonesia 38 Gambar 4.5 Menara Prudential di Indonesia 39 Gambar 4.6 Pengelola Dana PT. Prudential <i>Life Assurance</i> 40 Gambar 4.7 Keuangan yang Dikelola Prudential 41 Gambar 4.8 Penghargaan Prudential 42 Gambar 4.9 <i>Agency Convention Jakarta 2013</i> 43 Gambar 4.10 Teori AIDA dikaitkan Aktivitas Agen 74 Gambar 4.11 Aktivitas Agen Menggunakan <i>Selling Circle</i> 75
---	--

Hak Cipta Dindung Undang-Undang
 1. Dilarang penggunaan sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacantkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penggunaan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.