

DAFTAR PUSTAKA

- A Mulyana S., Octavianti, M., & Bajari. (2019). Sosialisasi Kebijakan Penghapusan Human Trafficking di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 1(1), 95–112.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa, Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta. 2009
- Al-Qur'an Al-Karim dan terjemahannya. Bandung: PT Syamil Cipta Media
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2004
- Darmawi, Hermawan. Manajemen Asuransi. Jakarta: Bumi Aksara. 2001
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. PT. Citra Aditia Bakti.
- Gaspersz, V. (2008). *Total Quality Control*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghufron, Sofiniyah. Briefcase Book Edukasi Profesional Syariah: Sistem Keuangan & Investasi Syariah. Jakarta: Reinsan, 2005
- Hakim, Muhammad Aziz dkk. Briefcase Book Edukasi Profesional Syariah: Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah. Jakarta: Renaisan. 2005
- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution. Invrestasi Pada Pasar Modal Syariah.
- Ikrom. Tinjauan Praktis Asuransi Unit Link Pada PT MAA Life Assurance. Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum, 2009
- Ilham Dwi Permana. (2016). Penerapan strategi e-marketing produk batik tulis Madura pada perusahaan UD. Oca Batik Madura [Tugas Akhir]. Universitas Negeri Malang.
Jakarta: Kencan, 2008
- Jatmiko. (2014, April 19). KOMUNIKASI PEMASARAN SEBAGAI STRATEGI MEMPERLUAS PASAR. <https://www.esaunggul.ac.id/komunikasi-pemasaran-sebagai-strategi-memperluas-pasar/>.
- Kennedy, J. E., & R. Dermawan Soemanagara. (2009). Marketing Communication : Taktik & Strategi (Cetakan Ke-3). PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Kertajaya, Hermawan dan Syakir Sula. Syariah Marketing. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006

- Koesomowidjojo, S. R. (2021). *Dasar-dasar Komunikasi*. Penerbit Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. *Marketing insight From A to Z*. Jakarta: Erlangga. 2004
- Kotler, Philip. *Menejemen Pemasaran; Analisa Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga. 1996
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2001
- Molan, Benyamin. *Glosarium Prentice Hall: Manajemen dan pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo, 2002
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Muhammad Zaki Rosyadi. (2018). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi(MANOVA)*, 1(2), 14–23.
- Peter, J. P., & Jerry C. Olson. (2005). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw Hill.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: PT Kencana, 2003
- Swastha, Basu dan Irwan. *Manjemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta, Yogyakarta. 2005
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Press, 2001
- Tjiptowardojo, Sularno. *Seri Intisari Manajemen Strategi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1995
- Uchyana, Onong. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Vidiastuti, Herni. *Analisis Strategi Pemasaran produk Tabungan Haji Pada Bank BRI Syariah Cabang Mampang*. Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum, 2010
- BNILife.co.id
- Cermati.co.id
- Ojk.co.id

LAMPIRAN
WAWANCARA

No. Wawancara / Ket	1 / Key Informan
Narasumber / Status	Supervisor
Penanya	Asyifa Bilqisti
Perihal	Strategi Komunikasi Pemasaran PT. BNI Life Insurance Cabang Kota Tangerang.
Tipe Wawancara	Semi Terstruktur
Hari / Tanggal	Jumat, 28 Juni 2024
Waktu	09.00
Teknik wawancara	Offlien secara langsung

Nama : Ani Yuliyani

Usia : 38 tahun

Jabatan : *Supervisor*

Masa Kerja : 8 Tahun

P = Pewawancara

I = Key Informan

P	Selamat pagi Bu, izin saya mau wawancara terkait skripsi, boleh meluangkan waktunya sebentar?
I	Pagi Syifa, boleh silahkan, sini-sini
P	Baik, saya langsung aja ya
I	Silakan- silakan

P	<p>Jadi Bu di teori strategi komunikasi terdapat lima bagian strategi komunikasi, yang pertama Iklan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Perorangan dan Penjualan langsung.</p> <p>Jadi Pertanyaan pertama Bu,</p> <p>1. Menurut Ibu untuk strategi yang BNI Life ini gunakan yang mana ya Bu?</p>
I	<p>Ok Syifa, saya jawab ya, kamu boleh sambil catat.</p> <p>BNI Life ini totalitas banget kalau yang namanya pemasaran syif, jadi kalau kamu tanya Buai yang mana? Tentunya semuanya Syif, karena bagi BNI Life apapun yang mendekati dengan calon nasabah atau pelanggan asalkan baik maka akan dilakukan, jadi kita ada Iklan, Promosi Penjualan juga, Hubungan Masyarakat juga, Penjualan Perorangan juga dan Penjualan langsung juga dong.</p>
P	<p>Boleh di jelaskan tidak Bu ?</p>
I	<p>Apanya ini?</p>
P	<p>Hehehe, ke lima bagian tersebut Bu, contoh tindakan yang dilakukan BNI Life nya</p>
I	<p>Ohhh oke oke,</p> <p>Pertama Iklan ya?</p>
P	<p>Bebas Bu, acak juga gapapa, saya sambil catat</p>
I	<p>Pertama iklan ya, jadi iklan ini kita ada dua Syif. Kita Buai yang namanya strategi dua arah syif.</p> <p>Jadi untuk strategi komunikasi kita ini kan dua arah ya syif, kalau yang berbasis internet itu masuk online seperti Instagram BNI Life, website,</p>

	sosial media lain dan kalau yang offline kita juga membagikan brosur, pasang billboard, ikut pekan Expo dan ada Marketing di Mall.
P	Ok baik kita lanjut ya Bu. Untuk promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Perorangan dan Penjualan langsung bagaimana Bu?
I	Singat saja boleh ya Syif?? Saya mau ada meeting ini bentar lagi.
P	Boleh Bu boleh, maaf jadi ganggu ya.
I	Santai, kalau promosi penjualan kita banyak banget Syif, apa lagi asuransi jiwannya kan, kita ada BNI Life Steady (bunga 20% setiap tahun sampai dengan masa tabungan nasabah), banyak deh kalau urusan pomo. Lanjut ya?
P	Okeh Bu, ga main-main ya kalau promosinya. Lanjut hubungan masyarakat ya Bu
I	Kalau pelaksanaan hubungan masyarakat itu penting banget sih Syif, BNI Life juga sudah jalanin banget, dari semuanya kita selalu pastikan semua terkomunikasi dengan baik untuk menjaga hubungan dengan Masyarakat, karena kita percaya iklan terbaik itu dari mulut ke mulut dan kita selalu berusaha untuk menjaga kepercayaan Masyarakat untuk bisnis keberlanjutan ini, karena kan yang namanya asuransi jangka panjang ya Syif.
P	Baik Bu, penjualan perorangan dan pemasaran langsung bagaimana Bu?
I	Hmmmm, kalau penjualan perorangan ini lebih ke marketingnya sih Syif, nanti detailnya coba tanya temenmu ya dan kalau pemasaran langsung ini pelaksanaan pencapaian premi dengan cara yang efektif dan relevan saja sih Syif, sama lah ini bisa kamu tanya temenmu ya. Saya sudah mau mulai ini, boleh saya duluan ya?
P	Eh iya Bu, maaf-maaf jadi kelamaan ya. Makasih ya Bu atas waktunya dan sukses untuk meetingnya ya.
I	Okeh Syif, sukses juga ya buat skripsinya. Semangat ya!
P	Amin, terimakasih Bu.

No. Wawancara / Ket	2 / Key Informan
Narasumber / Status	Leader
Penanya	Asyifa Bilqisti
Perihal	Strategi Komunikasi Pemasaran PT. BNI Life Insurance Cabang Kota Tangerang.
Tipe Wawancara	Semi Terstruktur
Hari / Tanggal	Jumat, 28 Juni 2024
Waktu	11.00
Teknik wawancara	Offlien secara langsung

Nama : Badrotul Muniroh

Usia : 37 tahun

Jabatan : *Leader*

Masa Kerja : 5 Tahun

P = Pewawancara

I = Key Informan

P	Selamat siang Bu,
I	Siang Syif, kenapa?
P	Ibu meetingnya sudah selesai ya?
I	Sudah syif, kenapa emang?
P	Kalau boleh, Syifa mau minta waktunya sebentar, Syifa mau mewawancarai Ibu untuk tambahan informasi di skripsi saya bu, boleh ga Bu?
I	Boleh boleh, sini Syif.
P	Makasih ya Ibu, maaf Syifa ganggu waktu Ibu.
I	Santai saja Syif, Syifa butuh informasi apa?

P	Iyaa Ibu, boleh tau Bu? Saat ini usia Ibu berapa dan sudah berapa lama di BNI Life?
I	Waduh, jadi ketauan dong. Kalau umur Saya 37 tahun dan di BNI Life sudah 5 Tahun ini sih, sebelumnya juga di asuransi lain tapi galama karena lebih cocok disini rasanya.
P	Okeh Ibu, untuk di BNI Ini programnya ada apa saja sih Bu?
I	Buanyakkkkk banget kalau programnya Syif, tapi umumnya sih asuransi jiwa, kesehatan, unitlink gitu. Untuk detailnya bisa deh kamu cek website BNI Life hahahaha.
P	Hahaha, Iyaa Ibu. Kalau best sellernya apa Bu?
I	Kalau best sellernya sih asuransi jiwa Syif, karena kalau kesehatan kan sudah di cover BPJS ya dan Jiwa ini ngebantu banget buat keluarga yang ditinggalin.
P	Ohh begitu Bu, untuk strategi pemasaran itu penting ga sih Bu, buat bank insurance seperti ini? Karena kan BNI sudah terkenal Bu.
I	Ih penting bangetttt, strategi pemasaran sangat penting untuk memperluas pasar dan mempertahankan citra perusahaan. Meskipun BNI sudah terkenal, strategi pemasaran tetap diperlukan untuk menjaga daya tariknya terhadap konsumen Syif.
P	Okeh Bu, kalau menurut Ibu yang terpenting apa Bu? Dalam strategi pemasaran BNI Life?
I	Semuanya penting sih tapi mungkin kalau saat ini fokusnya ke Promosi penjualan ya? Karenakan orang Indonesia suka banget promo
P	Bisa saja Ibu, promosinya seperti apa Bu?
I	Nah ini Syif, proses penjualan asuransi jiwa di BNI Life oleh Marketing secara offlie, penyampaian informasi mengenai produk ataupun mengenai promosi yang saat ini berjalan, Konsumen kita berikan pelayanan atau service terbaik yang prosesnya end to end sampai terjadinya proses closing atu deal antara Marketing dengan nasabah.
P	Jadi untuk jenis promosinya beragam ya Bu?

I	Betul Syif, kita promosinya berdasarkan event atau apa yang lagi diminati juga sih saat ini, pokoknya semuanya di bungkus dengan masa kini dan service quality yang baik.
P	Kalau untu promosinya BNI Life bisa di lakukan perorangan begitu ga Bu?
I	Bisa banget Syif, kan marketingnya yang lakukan promosi. Contoh whatsApp rutin dilakukan seluruh Marketing tanpa terkecuali, baik untuk proses probing, negoisasi, collection, Promosi sampai klaim. Gunanya ya pasti nya reminder, informasikan promosi ke konsumen dan Itu merupakan kunci untuk terus menjaga relasi yang baik dengan konsumen ya.
P	Ohhh begitu Bu, kalau pemasaran langsung sendiri berarti secara offline langsung dengan marketing ke nasabah ya Bu?
I	Iyaa betul Syif, biasa sih probing sampai closing ya pasti pemasaran langsung dari marketing ke calon nasabah maupun nasabah sudah aktif. Biasa pengisian data nasabah ini menjadi hal paling disukai semua Marketing asuransi di BNI Life Syif, karena 95% calon nasabah yang mengisi data sudah pasti merasa cocok dan puas terhadap penawaran yang diberikan dan merasa bahwa asuransi jiwa BNI Life ini sangat sesuai dengan kebutuhannya
P	Baik Bu, kalau untuk pelaksanaan stategi pemasaran asuransi BNI Life ini bagaimana ya Bu?
I	Pelaksanaan strategi yang dilakukan BNI Life Insurance melibatkan Marketing yang berada di setiap kantor cabang BNI, baik untuk promosi didalam maupun diluar lapangan, namun sebenarnya kita sudah ada database dari data nasabah Bank BNI untuk ditawarkan program asuransi jiwa. Jadi keseluruhan turut andil dalam kegiatan strategi ini tanpa terkecuali, bahkan saya dan jajaran bank BNI pun saling Sharring Data Base BNI
P	Okeh Ibu Noted, makasih ya Bu sudah mau meluangkan waktu buat Syifa dan tolong doain aku ya biar lancar proses skripsinya.
I	Aminnnnn, semangat ya

P	Terimakasih Bu
No. Wawancara / Ket	3 / Key Informan
Narasumber / Status	Marketing
Penanya	Asyifa Bilqisti
Perihal	Strategi Komunikasi Pemasaran PT. BNI Life Insurance Cabang Kota Tangerang.
Tipe Wawancara	Semi Terstruktur
Hari / Tanggal	Jumat, 28 Juni 2024
Waktu	12.00
Teknik wawancara	Offlien secara langsung

Nama : Meli Oktaviani Zahra

Usia : 33 tahun

Jabatan : *Marketing*

Masa Kerja : 3 Tahun

P = Pewawancara

I = Key Informan

P	Ka Meli, Lunch bareng kan?
I	Iya Syifa, jadi sekalian wawancara aku?
P	Boleh kan ka?
I	Boleh dong, ayo biar cepat selesai skripsi kamu
P	Kaka kan sudah 3 tahun ya di BNI Life, menurut kaka asuransi BNI Life ini bagaimana?
I	Betul, bagus sih Syif aku akuin asuransinya dan BNI ini juga sudah ternama ya, jadi garansi sendiri untuk nasabahnya
P	Garansi bagaimana ka?

I	Yaa kan kalau sudah terkenal dan sudah tau keuangan asuransinya lebih nyaman ke nasabahnya, ga takut di tipu
P	Ohh gotu ka, kalau yang buat BNI Life seterkenal itu kenapa sih ka?
I	Pertama karena BNI sudah terpercaya dan yang terpenting hubungan dengan Masyarakat nya sih Syif
P	Hubungan dengan Masyarakatnya bagaimana ka?
I	Strategi pemasarannya ya Hubungan Masyarakat Syif, starategi ini menjadi BNI Life Insurance lebih dekat dengan para Nasabah, di waktu-waktu tertentu akan nada kegiatan digital secara online untuk berbincang dan menggali informasi dari nasabah maupun calon nasabah dan tidak hanya itu BNI Life Insurance juga terkenal dengan proses klaim nya yang mudah dan sangat membantu para Nasabah.
P	Seberapa penting sih ka menjalin hubungan Masyarakat dengan strategi pemasaran asuransi BNI Life ini?
I	Penting banget Syif, saat kita punya hubungan baik dengan masyarakat atau dengan pelanggan, saat ini juga mereka puas dan selalu percaya untuk memproteksi diri dengan asuransi BNI Life
P	Bener sih ka, karena iklan terbaik biasanya dari mulut-mulut orang yang sudah rasakan manfaatnya ya
I	Betul, nanti sore ada pembayaran klaim jiwa nasabah, suaminya meninggal dan ahli warisnya keluarganya mau pencairan klaim. Kamu ikut saja Syif, buat lihat prosesnya dan bisa minta izin juga wawancara nasabahnya, buat tambah informasi di skripsi kamu
P	Ihh ide bagus ka, tadinya aku masih bingung mau wawancara nasabah yang mana, makasih ya ka
I	Sama-sama, ayo makan, nanti kalau ada yang mau di tanya tanya saja ya
P	Okeh ayo ka, makasih banyak ya

No. Wawancara / Ket	3 / Key Informan
---------------------	------------------

Narasumber / Status	Nasabah
Penanya	Asyifa Bilqisti
Perihal	Strategi Komunikasi Pemasaran PT. BNI Life Insurance Cabang Kota Tangerang.
Tipe Wawancara	Semi Terstruktur
Hari / Tanggal	Jumat, 28 Juni 2024
Waktu	16..00
Teknik wawancara	Offlien secara langsung

Nama : Zenita

Usia : 34 tahun

Jabatan : *Marketing*

Menjadi Nasabah : 8 Tahun

P = Pewawancara

I = Key Informan

P	Halo, selamat sore Ibu. Betul dengan Ibu Zenita ya?
I	Iyaa betul Mba
P	Sebelumnya perkenalkan saya Syifa, Tim Marketing BNI Life. Turut berduka cita ya Bu, atas kepulangan Suami Ibu, semoga di tempatkan di tempat terbaik.
I	Iya Mba, amin, terimakasih ya
P	Syifa boleh minta waktu Ibu sebentar?
I	Boleh Mba
P	Baik terimakasih, Ibu sudah berapa lama menggunakan asuransi BNI Life?
I	Kalau untuk suami sudah 8 tahun Bu dengan saya,kalau anak- anak baru 5 tahun ini sih
P	Lumayan lama juga ya Bu, kalau boleh tau kenapa Ibu dan keluarga memilih BNI Life sebagai proteksi asuransi?

I	Saya sudah megasuransikan satu keluarga saya di BNI Life Insurance Mba Syifa, karena saya selalu puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Marketingnya, tidak seperti hanya jualan saya tapi Marketingnya hadir seperti konsultan yang menjawab semua pertanyaan saya dan Ketika terjadi klaim seperti ini sangat membantu.
P	Alhamdulillah ya Bu, Ibu dan keluarga pakai asuransi apa saja?
I	Kalau saya dan suami asuransi jiwa Mba, yang ada investasinya dan kalau anak-anak pakai asuransi kesehatan Mba
P	Baik Bu, sepertinya Ibu sudah sangat paham asuransi ya Bu?
I	Sebenarnya saya tahu asuransi dari BNI Life Bu, dan kebetulan Agennya bagus penjelasannya sangat detail dan sabar informasikan ke saya yang awam ini
P	Baik Bu, kalau anak-anak kenapa pakai program asuransinya kesehatan Bu?
I	Itu dapat penawaran Bu, karena sudah ada orang tua yang pakai asuransi jiwa BNI Life jadi asuransi kesehatan untuk keluarga promo dan kebetulan cocok
P	Ohhhh promo yang paket keluarga ya Bu, apakah Ibu puas dengan pelayanan yang BNI Life berikan?
I	Iyaa Mba, alhamdulillah sejauh ini ga pernah mengecewakan Mba dan ini pun proses klaim untuk asuransi Bapak sangat di bantu, lumayan buat tambah biaya pendidikan anak
P	Baik Ibu, terimakasih ya Bu atas waktu dan informasinya, semoga cocok terus ya dengan asuransinya
I	Sama-sama Mba, terimakasih juga ya

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asyifa Bilqisti
Alamat : Jl. Sukahati 1 No. 17 Tangerang
Email : asyifabilqisti07@gmail.com
Nomer Handphone : 085691322190
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Advertising/periklanan

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul:

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.BNI LIFE INSURANCE CABANG KOTA TANGERANG”.

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT), maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada Surat Pernyataan Publikasi ini. Surat Pernyataan Publikasi ini dibuat berdasarkan Surat Keterangan Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Nomor: 002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018. Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian Surat Pernyataan Publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 31 Juli 2024

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dian Nurvita, M.Ikom

Yang Menyatakan,



Asyifa Bilqisti