

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**KOMUNIKASI PERSUASIF LEADER DALAM MEREKRUT  
CALON AGEN ASURANSI PADA PT.ASURANSI JIWA  
SYARIAH BUMIPUTERA PEKANBARU**

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memeperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**OLEH :**

**TITANIA AURELLA**  
**NIM.11643202882**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2021**



### PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Titania Aurella  
NIM : 11643202882  
Judul : Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 22 Juli 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 6 September 2021

Dekan,

**Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A**  
NIP.19811118200901 1 006

#### Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Sekretaris/ Penguji II,

**Dr. Kodarni, M.Pd**  
NIK. 130 311 014

Penguji III,

**Mustafa, M.I.Kom**  
NIK. 130 417 024

Penguji IV,

**Edison, M.I.Kom**  
NIK. 130 417 082

**KOMUNIKASI PERSUASIF LEADER DALAM MEREKRUT  
CALON AGEN ASURANSI PADA PT.ASURANSI JIWA  
SYARIAH BUMIPUTERA PEKANBARU**


Disusun Oleh:

**TITANIA AURELLA**

**11643202882**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 22 Mei 2021.

Pembimbing,




**Umar Abdur Rahim S.M.S.Sos.I.,MA**

**NIP.130417025**

Mengetahui :

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,**



**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.**

**NIP 106011181006032001**

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
 FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Titania Aurella

Nim : 11643202882

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini yang berjudul: **"Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru"** adalah benar karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Skripsi dan gelar yang saya peroleh dari Skripsi tersebut.

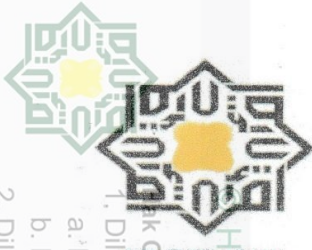
Pekanbaru, 23 Juni 2021  
 Yang Membuat Pernyataan,



**Titania Aurella**  
 Nim. 11643202882

UIN SUSKA RIAU

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



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 22 Mei 2021.

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Titania Aurella  
NIM : 11643202882  
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru


Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.lkom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui :  
Pembimbing,

  
Umar Abdur Rahim SM.S.Sos.I.,MA  
NIP. 130417025

HEK Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilindungi Undang-Undang
1. Dilang 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## ABSTRAK

**Nama : Titania Aurella**  
**Program Studi : Ilmu Komunikasi**  
**Judul Penelitian : Komunikasi Persuasif Leader dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru**

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak dalam menangani resiko yang terjadi di masa yang akan datang. Dalam memasarkan produknya, setiap leader asuransi memiliki tenaga pemasar yang disebut dengan agen asuransi. Pemimpin bertugas merekrut agen baru menggunakan komunikasi persuasif untuk mengubah sikap dan perilaku calon agen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang digunakan leader dalam melakukan perekrutan dan perubahan perilaku yang terjadi pada calon agen sebagai akibat adanya komunikasi persuasif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang peneliti gunakan untuk membahas penelitian ini adalah Teori Komunikasi Interpersonal. Penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru, Jalan Jendral Sudirman. Jenis dan sumber data diperoleh melalui data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan analisis data. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan November hingga januari 2021. Informan penelitian ini sebanyak 3 orang diantaranya Senior Agen Manager, Financial Unit Manager, dan Calon Agen Asuransi. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan leader asuransi dalam melakukan perekrutan calon agen asuransi sangat baik sehingga calon agen asuransi dapat terpengaruh dan mudah percaya.

**Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Rekrutmen, Pemimpin, Agen Asuransi**

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

### *Leader Persuasive Communication in Recruiting Prospective Insurance Agents at PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru*

*Insurance companies are non-bank financial institutions that are engaged in dealing with risks that occur in the future. In marketing their products, each insurance leader has a marketer called an insurance agent. The leader in charge of recruiting new agents uses persuasive communication to change the attitudes and behavior of prospective agents. This study aims to determine the persuasive communication strategies used by leaders in recruiting and behavioral changes that occur in prospective agents as a result of persuasive communication. This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. The theory that researchers use to discuss this research is Interpersonal Communication Theory. This research was conducted at PT. Bumiputera Jiwa Syariah Insurance Pekanbaru, Jalan Jendral Sudirman. Types and sources of data obtained through primary data and secondary data. Data were collected by observation, interviews and, documentation. This study uses data analysis. This research was carried out from November to January 2021. The informants of this study were 3 people including Senior Agent Manager, Financial Unit Manager, and Prospective Insurance Agent. What insurance leaders do in recruiting prospective insurance agents is very good so that prospective insurance agents can be influenced and easily believe.*

**Keywords :** *Persuasive Communications, Recruitment, leader, Insurance*

Pekanbaru, 10 Sept 2021



## KATA PENGANTAR

### Assalamu'alaikum Wr.W.b

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI PERSUASIF LEADER DALAM MEREKRUT CALON AGEN ASURANSI PADA PT.ASURANSI JIWA SYARIAH BUMIPUTERA PEKANBARU”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi, konsentrasi Public Relations di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Keberhasilan penyusunan penelitian ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik bantuan berupa doa, motivasi, maupun bimbingan. Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua penulis, Bapak Ineltri dan Ibu Hermi Desi yang selalu mendukung dan mendoakan penulis, memberikan kekuatan serta pengorbanan yang tak ternilai.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebanyak banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Drs. H. Suryan A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnadi, M.Pd dan Drs. H. Promadi, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Masduki , M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan selama perkuliahan dan Bapak



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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yantos, M.Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Terkhusus Bapak Umar Abdur Rahim SM.S.Sos.I.MA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu dan memberikan masukan terhadap penulisan skripsi
7. Seluruh Dosen Fakultas Dakwan dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Seluruh pegawai PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru yang telah membantu penulis dalam proses pengumpulan data untuk penulisan skripsi ini.
9. Teman-Teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan tetapi semoga karya kecil ini dapat menjadi langkah yang positif dikemudian hari, dan bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Pekanbaru, Januari 2021

Penulis

Titania Aurella



## 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Penegasan Istilah .....	7
F. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Teori Komunikasi Interpersonal.....	9
B. Komunikasi Persuasif.....	10
C. Defenisi Leader .....	13
D. Defenisi Rekrutmen.....	14
E. Defenisi Agen Asuransi .....	17
F. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif.....	19
G. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Pekanbaru .....	21
H. Strategi Komunikasi .....	23
I. Kajian Terdahulu .....	25
J. Kerangka Fikir .....	28
<b>BAB III   METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Desain Penelitian .....	29
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
D. Sumber Data .....	30
E. Informan Penelitian .....	30



**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

F. Teknik Pengumpulan Data .....	31
G. Teknik Analisis Data .....	33
H. Validasi Data .....	33
I. Subjek dan Objek Penelitian .....	34

**BAB IV GAMBARAN UMUM**

A. PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru.....	35
1. Profil PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru .....	35
2. Visi dan Misi PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru .....	37
3. Struktur Organisasi PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru .....	38
4. Jumlah Pegawai Struktural PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru .....	39

**BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	41
B. Pembahasan .....	46

**BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	56

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Daftar Informan Penelitian .....	31
Tabel IV.1	Jumlah Pegawai PT.Asuransi Syariah Bumiputera Pekanbaru.....	40



- 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 atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pikir Penelitian.....	28
-------------	--------------------------------	----



**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat dan kebutuhan akan asuransi, jasa asuransi kini makin dirasakan, baik untuk perorangan maupun dunia usaha. Beberapa kejadian alam yang tidak terduga terjadi pada tahun-tahun belakangan ini dan memakan banyak korban, baik korban jiwa maupun harta. Dalam mengatasi kerugian yang timbul, maka ,maka masyarakat memerlukan asuransi untuk mengalihkan resiko dari satu pihak ( tertanggung ) kepada pihak lain ( penanggung )

Perusahaan asuransi juga melakukan berbagai macam usaha untuk tetap memperluas dan memajukan bisnis yang mereka jalankan selama ini. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan cara mengeluarkan berbagai macam produk baru dan lebih inovatif bagi nasabahnya. Didalam perkembangannya, perusahaan asuransi juga mengeluarkan berbagai macam produk yang bisa dipilih antara lain : asuransi kesehatan, asuransi dana pendidikan, asuransi dana pensiun, dan beragam jenis asuransi lainnya.

Perkembangan ini dibuktikan dengan dibentuknya suatu wadah perkumpulan atau asosiasi, yaitu : Asosiasi Asuransi Islam Indonesia ( AASI). AASI dibentuk, selain sebagai media komunikasi sesama anggota, juga secara eksternal sebagai wadah resmi untuk mewakili asuransi islam, baik kepada pemerintah legislative maupun ke luar negeri. Terutama dalam rangka membangun kerja sama dengan lembaga-lembaga serupa diluar negeri yang menggunakan prinsip syariah.

Asuransi syariah adalah sebuah sistem dimana para peserta mendonasikan sebagian atau seluruh kontribusi /premi yang mereka bayar untuk digunakan membayar klaim atau musibah yang dialami oleh sebagian peserta. Peranan perusahaan disini hanya sebatas pengelolaan operasional asuransi dan investasi dari dana-dana kontribusi yang diterima/ dilimpahkan kepada perusahaan.



Asuransi syariah disebut juga dengan asuransi taawun yang artinya tolong menolong atau saling membantu. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa asuransi taawun prinsip dasarnya adalah dasar syariat.

Dalam sebuah perusahaan atau organisasi dapat menjalankan dan mengembangkan bisnisnya sangat memerlukan sumber daya manusia (SDM). Sumber daya manusia merupakan tenaga kerja atau karyawan pada perusahaan yang merupakan penggerak dari seluruh kegiatan perusahaan pada asuransi disebut agen.

Agan dalam perusahaan asuransi sangat berperan penting dan aktif untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru, perekrutan agen sangat berpengaruh untuk membantu pemenuhan target perusahaan. Pemenuhan target perusahaan tidak lepas dari peranan penting kinerja karyawan. Perusahaan harus memikirkan dan melakukan proses rekrutmen dan seleksi yang sesuai agar tidak salah dan memenuhi target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Metode rekrutmen yang digunakan harus benar-benar sesuai dengan apa yang dibutuhkan perusahaan. Begitu juga dengan proses seleksi, harus benar-benar melihat kualitas pelamar untuk menentukan apakah pelamar diterima atau ditolak. Salah satu aspek untuk mensukseskan usaha perusahaan dapat dilihat dari kebijakan pimpinan suatu perusahaan dalam hal bagaimana sistem rekrutmen yang diterapkan oleh perusahaan.

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, melalui komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, sekolah, kampus, pasar maupun dalam dunia bisnis. Salah satu bentuk komunikasi yang digunakan manusia untuk memenuhi keinginannya terhadap manusia lain adalah melalui komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif merupakan kegiatan penyampaian suatu informasi atau masalah kepada pihak lain dengan cara membujuk. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap orang lain sesuai dengan yang kita inginkan. Salah satu bentuk komunikasi yang digunakan manusia untuk memenuhi keinginannya terhadap manusia lain adalah melalui komunikasi persuasif yang

#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

merupakan salah satu teknik dari komunikasi interpersonal. Komunikasi persuasif adalah ajakan, bujukan, yaitu suatu tindakan yang berdasarkan segi-segi psikologi yang dapat membangkitkan kesadaran individu.<sup>1</sup>

Persuasif adalah istilah persuasi (persuasion) bersumber pada perkataan latin *persuasio*. Kata kerjanya adalah *persuadere*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang.

Komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk mengubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi. Persuasif merupakan salah satu metode komunikasi sosial dan dalam penerapannya menggunakan teknik/cara tertentu, sehingga dapat menyebabkan orang bersedia melakukan sesuatu dengan senang hati, suka rela dan tanpa merasa dipaksa oleh siapapun.

Komunikasi Persuasif adalah bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk mengubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi.

Dengan berkembangnya kemajuan zaman, penggunaan komunikasi persuasif juga telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia. Dalam bidang bisnis misalnya, pemasaran, periklanan, dan promosi penjualan. Salah satu bidang usaha yang menggunakan komunikasi persuasif dalam kegiatan pemasarannya adalah bisnis asuransi.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, asuransi diartikan sebagai sebuah perjanjian antara dua belah pihak. Secara lebih lengkapnya, pihak pertama akan membayar sejumlah uang kepada pihak kedua yang harus menjamin hal/barang yang diasuransikan oleh pihak pertama apabila terjadi sesuatu pada hal/barang tersebut. Secara umum itulah peran asuransi yang terjalin diantara kedua pihak.

Asuransi adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada tindakan, sistem atau bisnis dimana perlindungan finansial untuk jiwa, properti,

<sup>1</sup> Soemirat, Soleh dkk “*Komunikasi Persuasif*” Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2008, hal 27





#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kehatan dan lain sebagainya mendapatkan penggantian dari kejadian-kejadian yang tidak terduga seperti kematian, kehilangan kerusakan atau sakit dimana melibatkan pembayaran premi secara teratur dalam jangka waktu tertentu sebagai pengganti polis yang menjamin perlindungan tersebut.

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank, yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi risiko yang terjadi di masa yang akan datang.

Salah satu perusahaan asuransi yang beroperasi di Indonesia adalah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.<sup>2</sup>

Alasan kenapa PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera ini dijadikan sebagai tempat penelitian dalam judul ini karena PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera merupakan asuransi yang tentu saja dibuat berbeda dengan asuransi konvensional yang banyak ditemukan saat ini. Asuransi ini mempunyai atau menerapkan prinsip dan sistem yang berbeda. Sistem yang diberlakukan adalah sistem hibah atau donasi. Maksud dari sistem ini adalah nasabah mendonasikan atau menghibahkan sebagian atau semua kontribusi nasabah kepada orang lain atau nasabah Asuransi Syariah yang sedang mengalami musibah.

Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera bertujuan untuk memperluas pangsa pasar asuransi jiwa syariah dan memberikan pelayanan optimal kepada masyarakat. Asuransi jiwa syariah berdiri dengan mengusung tema Tumbuh dan Kuat di Atas Kemandirian , melalui slogan tersebut terbukti bahwa Asuransi Jiwa Syariah mampu memenuhi kewajiban pemegang polis dan tidak ada masalah.

Kelebihan sistem Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera dapat menyiarkan kepada orang lain seperti dakwah , setiap peserta sebagian dananya ada dana tolong menolong kepada para peserta lain apabila terjadi meninggal duniaa.

<sup>2</sup>Arjuna,wira “ Agen Asuransi dan Kupas Tuntas Rahasia Sukses Menjadi Agen Asuransi PT Elex Media Komputindo , Kelompok Gramedia , Jakarta hal 31



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera lahir sebagai perusahaan asuransi jiwa dengan jaringan yang cukup luas dengan 50 Kantor Pemasaran Syariah ( KPS ) di 39 Kota dan di dukung oleh lebih dari 3000 tenaga pemasaran asuransi syariah yang berpengalaman. Dengan mewarisi tradisi panjang sebuah perusahaan asuransi serta pengalaman lebih dari 105 tahun. PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera memiliki kekuatan berkompetisi ditengah dinamika pasar asuransi jiwa syariah yang terus tumbuh dari waktu kewaktu.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera bermula dari Unit Usaha Syariah (UUS) Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 yang mulai dibentuk pada tahun 2002. Sejalan dengan pertumbuhan bisnis dan guna semakin meningkatnya layanan kepada masyarakat. UUS Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 menjadi entitas bisnis yang berdiri sendiri sebagai PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera resmi beroperasi ( Spin off ) pada tanggal 5 September 2016 setelah mendapatkan izin usaha dibidang asuransi jiwa dengan prinsip syariah dari Otoritas Jasa Keuangan ( OJK ) dengan Nomor KEP74/D.05/2016. Berdirinya PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera tidak terlepas dari strategi untuk mengakselerasi usaha , memperluas pangsa pasar Asuransi Jiwa Syariah dan memberikan pelayanan optimal kepada masyarakat Indonesia.

Asuransi Syariah merupakan lembaga yang memberikan dampak positif bagi perekonomian diindonesia, dalam rangka merespon kebutuhan masyarakat yang ingin bertransaksi secara islami. Sehingga meningkatkan kepuasan dan kepercayaan para nasabah terhadap perusahaan asuransi syariah.

Asuransi Syariah merupakan suatu proses di mana banyak simpatisan atau anggota mendonasikan atau menghibahkan beberapa atau seluruh peran yang akan dimanfaatkan untuk membayar klaim, kalau berlangsung musibah yang dihadapi oleh beberapa simpatisan atau anggota atau peserta. Fungsi perusahaan di tempat ini cuma hanya pengelolaan operasional perusahaan asuransi dan investasi dari dana-dana atau peran yang di terima atau dilimpahkan pada perusahaan.



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 atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Asuransi Syariah disebut juga dengan asuransi ta'awun yang berarti tolong membantu atau sama-sama meringankan . Oleh karena itu dapat dikatakan jika Asuransi ta'awun prinsip dasarnya ialah basic syariat yang sama-sama toleransi pada sesama manusia buat merajut kebersamaan dalam meringankan bencana yang dihadapi peserta.

Leader atau pemimpin adalah seseorang yang memiliki kecakapan dan kelebihan khususnya kecakapan dan kelebihan di satu bidang sehingga dia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Persuasif Leader dalam Merekrut Calon Agen Asuransi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera”<sup>3</sup>

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan di atas, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana komunikasi persuasif Leader Asuransi berperan dalam merekrut calon agen asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera ?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi persuasif yang digunakan Leader dalam merekrut calon agen asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru.

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara Teoritis dan Praktis :

### 1. Secara Teoritis

Secara Teoritis penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan dan pengetahuan peneliti maupun mahasiswa lainnya mengenai komunikasi persuasif leader dalam merekrut calon agen asuransi.

<sup>3</sup> Arjuna,wira “ Agen Asuransi dan Kupas Tuntas Rahasia Sukses Menjadi Agen Asuransi PT Elex Media Komputindo , Kelompok Gramedia , Jakarta hal 38



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Secara Praktis

Secara Praktis penelitian ini Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang cara meningkatkan kemampuan melalui metode eksperimen dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi.

## E. Penegasan Istilah

### 1. Agen

Menurut UU peransuransian No. 2 Tahun 1992 definisi dari agen asuransi adalah seorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa untuk dan atas nama penanggung.

### 2. Strategi

Strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diterapkan secara maksimal

### 3. Pemasaran

Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Melalui penciptaan, suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki suatu pertukaran.

### 4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.

### 5. Loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dalam penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bab, dan setiap bab terdiri dari sub-sub bab yang keseleruhannya merupakan satu kesatuan yang utuh dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR**

Bab ini membahas kajian teori, kerangka fikir dan kajian terdahulu.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

### **BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini membahas gambaran umum Dinas Pariwisata Provinsi Riau, sejarah singkat, visi dan misi, serta struktur organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

### **BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan dilapangan dan pembahasan.

### **BAB VI: PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan bab-bab sebelumnya, mengemukakan kesimpulan dan saran.

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Teori Komunikasi Interpersonal

#### 1. Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi secara umum (Uchjana, 1992:3) dapat dilihat dari dua macam :

a. Pengertian komunikasi secara *etimologis*

Komunikasi berasal dari bahasa latin communication, dan bersumber juga dari kata communis yang artinya sama, dalam arti kata sama makna. Jadi komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan.

b. Pengertian komunikasi secara *terminologis*

Komunikasi yang berarti penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.

Komunikasi menurut beberapa ahli diantaranya adalah menurut Event Rogers dalam Hafied Cangara (1998:20) Komunikasi didefinisikan sebagai “ proses dimana suatu ide di alihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tinglah laku mereka”. Sedangkan menurut Arni Muhammad ( 2005:5) Komunikasi didefinisikan sebagai “ Pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara di pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku”.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi sebagai suatu proses pengirim dan penyampaian pesan baik berupa *verbal* maupun *non verbal* oleh seseorang kepada orang lain untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Komunikasi yang baik harus disertai dengan adanya jalinan pengertian antara kedua belah pihak ( pengirim dan penerima), sehingga yang dikomunikasikan dapat dimengerti dan dilaksanakan.



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

## 2. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Secara konstektual, komunikasi interpersonal digambarkan sebagai suatu komunikasi antara dua individu atau sedikit individu, yang mana saling berinteraksi, saling memberikan umpan balik satu sama lain. Namun, memberikan definisi konstektual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi interpersonal karena setiap interaksi antara satu individu dengan individu lain berbeda-beda.

Arni Muhammad (2005;159) menyatakan bahwa “komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya.”

- a. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian informasi, pikiran dan sikap tertentu antara dua orang atau lebih yang terjadi pergantian pesan baik sebagai komunikan maupun komunikator dengan tujuan untuk mencapai saling pengertian, mengenai masalah yang akan dibicarakan yang akhirnya diharapkan terjadi perubahan prilaku.

### B. Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan setiap kegiatan kita setiap waktu, karena sudah setiap aktifitas yang kita lakukan membutuhkan sebuah komunikasi. Komunikasi adalah proses peralihan suatu ide dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka.

Komunikasi Persuasif merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

Komunikasi Persuasif Istilah persuasi (persuasion) bersumber pada perkataan latin persuasio. Kata kerjanya adalah persuadere, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu Agar komunikasi persuasif itu mencapai tujuan dan sasarannya, maka perlu dilakukan perencanaan yang matang.



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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Para ahli komunikasi telah lama meneliti masing-masing elemen komunikasi untuk menentukan peran masing-masing elemen dalam menentukan efektivitas komunikasi. Pada umumnya studi komunikasi pada masalah lebih menekankan pada upaya bagaimana membujuk (*persuasi*) sebagai bentuk efek yang diinginkan. Dengan kata lain, pengirim pesan berusaha meyakinkan orang untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Komunikasi tidak hanya terbatas pada upaya membujuk tetapi juga memaksa.

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk mengubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi.

Teknik dan strategi komunikasi persuasif merupakan kajian yang sangat penting dalam bidang komunikasi, terutama komunikasi persuasif. Melalui kajian ini, diharapkan anda dapat memanfaatkannya dalam lingkup kehidupan anda, apakah dalam pekerjaan, dalam masyarakat, dalam bernegara, dalam rumah tangga, atau bahkan terhadap diri anda sendiri.<sup>4</sup>

Teknik komunikasi persuasif merupakan cara-cara tertentu yang bisa digunakan agar persuasif berjalan dengan efektif. Strategi komunikasi persuasif merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi.

Umumnya sikap-sikap individu/ kelompok yang hendak dipengaruhi ini terdiri dari tiga komponen:

1. Kognitif - perilaku di mana individu mencapai tingkat "tahu" pada objek yang diperkenalkan.
2. Afektif - perilaku di mana individu mempunyai kecenderungan untuk suka atau tidak suka pada objek.

<sup>4</sup> Soemirat,soleh dkk “ *Komunikasi Persuasif* “ Gramedia Widiasarana Indonesia , Jakarta , 2008 , hal 33





#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Konatif - perilaku yang sudah sampai tahap hingga individu melakukan sesuatu tindakan terhadap objek.

Kepercayaan / pengetahuan seseorang tentang sesuatu dipercaya dapat memengaruhi sikap mereka dan pada akhirnya memengaruhi perilaku dan tindakan mereka terhadap sesuatu. Mengubah pengetahuan seseorang akan sesuatu dipercaya dapat mengubah perilaku mereka. Walaupun ada kaitan antara kognitif, afektif, dan konatif - keterkaitan ini tidak selalu berlaku lurus atau langsung.

Komunikasi persuasif akan dapat terbentuk dengan baik, jika terdapat unsur-unsur seperti yang akan dipaparkan di sini.

Aristoteles pernah berpendapat bahwa komunikasi itu dibangun oleh tiga unsur yang fundamental (persuader/ komunikator). Tiga unsur tersebut bersifat sebagai sumber komunikasi, pesan dan orang yang mendengarkannya (komunikan). Persuader merupakan orang atau individu yang menyampaikan pesan di mana pesan tersebut memberikan pengaruh sikap, pendapat, hingga perilaku orang lain secara verbal maupun non verbal.

Para ahli komunikasi sering menekankan bahwa persuasif adalah kegiatan psikologi. Persuasif dapat diartikan sebagai suatu proses mempengaruhi pendapat, dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis, sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri. Penegasan tersebut berarti mengadakan pembedaan dengan koersi. Tujuan dari persuasif dan koersi pun sama, yaitu untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, tetapi jika persuasif itu dilakukan dengan, luwes, halus, yang mengandung sifat-sifat manusiawi, sedangkan koersi mengandung sanksi, ancaman, perintah, instruksi, bahan suap, pemerasan dan boikot. Komunikasi persuasif bertujuan untuk membentuk, memperkuat, mengubah sikap, pendapat dan perilaku sasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### C. Defenisi Leader

Leader atau pemimpin adalah seseorang yang memiliki kecakapan dan kelebihan khususnya kecakapan dan kelebihan di satu bidang sehingga dia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari peran pemimpin sangat dibutuhkan agar sebuah perusahaan tetap pada track untuk mencapai tujuan sehingga, seorang pemimpin akan membawa arah yang lebih baik.

Definisi leadership selain diatas yaitu tahapan dimana seorang individu mempunyai pengaruh atas orang lain dan mengilhami, memberikan motivasi, semangat dan juga memberi arahan aktivitas-aktivitas mereka untuk membantu tercapainya tujuan kelompok dan organisasi. Orang yang memiliki jiwa kepemimpinan tentu akan berpengaruh dalam suatu organisasi atau perusahaan . jika pemimpin itu efektif , maka pengaruh atas orang lain akan di mudahkan tercapainya tujuan-tujuan organisasi.<sup>5</sup>

Leadership skill merupakan kemampuan seseorang dalam memberikan inspirasi orang lain supaya ikut berbuat sesuai dengan rencana demi meraih tujuan yang sudah ditetapkan. Seorang dengan memiliki jabatan yang tinggi dan mempunyai banyak pengikut seharusnya sudah menguasai leadership skill dengan baik.

Leader memiliki beberapa fungsi antara lain yaitu:

1. Menjaga integrasi dan koordinasi dalam sebuah organisasi agar dapat berjalan secara efektif.
2. Memberikan prakarsa struktur organisasi, menyelesaikan pertentangan dan konflik yang timbul
3. Membuat suatu evaluasi dan evaluasi ulang.
4. Membuat rumusan tujuan organisasi atau institusi dan juga menentukan sarana dan cara- cara yang efektif untuk meraih tujuan itu

<sup>5</sup> Rivai,veithzal “ *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi* “ Raja Grafindo Persada , Jakarta , 2006 , hal 21

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

5. Mengadakan perubahan, revisi, inovasi pengembangan dan juga penyempurnaan di dalam organisasi.

Pemimpin itu mempunyai sifat, kebiasaan, temperamen, watak dan kepribadian sendiri yang unik dan khas sehingga tingkah laku dan gayanya yang membedakan dirinya dari orang lain. Gaya atau style hidupnya ini pasti akan mewarnai perilaku dan tipe kepemimpinannya. 6

Kepemimpinan merupakan kekuatan aspirasional, kekuatan semangat, dan kekuatan moral yang kreatif, yang mampu mempengaruhi para anggota untuk mengubah sikap, sehingga mereka searah dengan kemauan dan aspirasi pemimpin. Padahal semestinya pemimpin merupakan sosok yang menjadi teladan panutan bagi yang dipimpinnya.

Kepemimpinan adalah proses mengarahkan dan mempengaruhi aktivitas-aktivitas tugas dari orang-orang dalam kelompok. Kepemimpinan berarti melibatkan orang lain, yaitu bawahan atau karyawan yang dipimpin.

#### D. Defenisi Rekrutmen

Rekrutmen merupakan salah satu fungsi MSDM ( Manajemen Sumber Daya Manusia ) pada aspek pengadaan tenaga kerja yang khusus mendapatkan calon-calon karyawan untuk kemudian diseleksi mana yang paling baik dan paling sesuai dengan persyaratan yang diperlukan, salah satunya adalah melalui proses rekrutmen.

Rekrutmen Rekrutmen pada dasarnya merupakan usaha untuk mengisi jabatan atau pekerjaan yang kosong di lingkungan suatu organisasi atau perusahaan, untuk itu terdapat dua sumber tenaga kerja yakni sumber dari luar (eksternal) organisasi atau perusahaan dan sumber dari dalam (internal). Rekrutmen yang efektif memerlukan tersedianya informasi yang akurat dan berkesinambungan mengenai jumlah dan kualifikasi individu yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai pekerjaan dalam organisasi., dasar penarikan calon karyawan harus ditetapkan lebih dahulu supaya para pelamar yang akan

---

<sup>6</sup> Rivai,veithzal “ *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* “ Raja Grafindo Persada , Jakarta , 2006 , hal 42



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasukkan lamarannya sesuai dengan pekerjaan atau jabatan yang diminatinya.

Rekrutmen (penarikan) adalah proses pencarian dan pemikatan para calon karyawan (pelamar) yang mampu untuk melamar sebagai karyawan. Proses ini dimulai ketika para pelamar dicari dan berakhir bila lamaran mereka diserahkan. Hasilnya adalah sekumpulan daftar para pencari kerja yang akan diseleksi.

Rekrutmen adalah suatu proses untuk mencari calon pegawai, karyawan, buruh, manajer atau tenaga kerja baru untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia, organisasi, atau perusahaan. Dalam tahapan ini diperlukan analisis jabatan yang ada untuk membuat deskripsi pekerjaan. Penarikan tenaga kerja merupakan proses pencarian calon karyawan yang memenuhi syarat dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan. Penarikan tenaga kerja berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan tenaga kerja sesuai dengan jumlah dan kualitasnya, baik dalam jangka pendek, menengah maupun jangka panjang.

Dasar penarikan harus berpedoman pada spesifikasi pekerjaan yang telah ditentukan untuk menduduki jabatan tersebut. Job Specification harus diuraikan secara terperinci dan jelas agar para pelamar mengetahui kualifikasi yang dituntut oleh lowongan kerja tersebut. Jika spesifikasi dijadikan dasar dan pedoman penarikan, maka karyawan yang diterima akan sesuai dengan uraian pekerjaan dari jabatan yang diperlukan oleh perusahaan.

Mendefinisikan rekrutmen sebagai serangkaian aktivitas untuk mencari dan memikat pelamar kerja dengan motivasi, kemampuan, keahlian, dan pengetahuan yang diperlukan untuk menutupi kekurangan yang diidentifikasi dalam perencanaan kepegawaian. Hasil rekrutmen adalah sekumpulan pelamar kerja yang kemudian akan di seleksi menjadi karyawan-karyawan baru di perusahaan.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Rivai, Veithzal “ *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* “ Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hal 38



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rekrutmen pada hakikatnya merupakan proses menentukan dan menarik pelamar yang mampu untuk bekerja dalam suatu perusahaan. Proses dimulai ketika pelamar dicari, dan berakhir ketika lamaran mereka diserahkan dan diterima oleh perusahaan. Hasilnya berupa sekumpulan pelamar calon karyawan baru untuk diseleksi dan dipilih. Selain itu rekrutmen juga dapat dikatakan sebagai proses untuk mendapatkan sejumlah SDM yang berkualitas untuk menduduki suatu jabatan atau pekerjaan dalam suatu perusahaan.

Setelah perencanaan SDM ditetapkan, kemudian menjadi tugas seorang leader untuk memikirkan berapa alternative rekrutmen yang bisa dilakukan oleh perusahaan dengan biaya yang paling efisien. Perlunya alternative ini, didasarkan pada pertimbangan bahwa, rekrutmen memerlukan biaya yang tinggi, antara lain untuk proses riset interview, pembayaran *fee* agen rekrutmen, dan masalah relokasi, serta pemrosesan karyawan baru. Disamping itu, para karyawan yang diproses dalam rekrutmen, kemudian diseleksi untuk kemudian diterima sebagai karyawan, nantinya akan sulit dikeluarkan (diberhentikan), meskipun mereka menunjukkan kinerja yang rendah, sebab karyawan tersebut telah dilindungi oleh undang-undang tenaga kerja yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak pada saat terjadi pemutusan hubungan kerja (PHK). Biaya PHK di Indonesia tidak murah, dan sering menjadi keluhan banyak investor asing. Oleh karena itu, alternative harus dipertimbangkan dengan hati-hati dan bijaksana sebelum memutuskan rekrutmen.

Tujuan diadakannya rekrutmen adalah menerima pelamar sebanyak-banyaknya sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan dari berbagai sumber pelamar, sehingga akan memungkinkan terjaring calon karyawan dengan kualitas tertinggi dan terbaik.

Tujuan utama rekrutmen adalah untuk menemukan pelamar-pelamar yang berkualifikasi yang akan tetap bersama perusahaan dengan biaya yang paling sedikit.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Rivai, Veithzal “ *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* “ Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hal 12



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### E. Defenisi Agen Asuransi

Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, atau mengakhiri kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik. Agen asuransi itu sendiri bisa diartikan sebagai front line atau ujung tombak bagi perusahaan asuransi. Biasanya sebagian besar agen tersebut merupakan mitra bagi perusahaan asuransi, artinya mereka bukan merupakan pegawai tetap yang setiap bulan harus digaji oleh perusahaan, pendapatan mereka adalah berdasarkan angka penjualan yang mereka peroleh. Selain memasarkan produk asuransi kepada masyarakat luas, seorang agen asuransi tidak hanya menjual produk asuransi jiwa kepada masyarakat, tetapi juga menjadi penasehat keuangan para pemegang polis. Perekrutan dilakukan dengan menggunakan komunikasi persuasif.

Dalam bisnis jasa asuransi, sebutan seorang penjual asuransi pada umumnya adalah Agent Executive, Financial Consultant, Agen Representative, Consultant, Agent. Sedangkan sebutan yang sudah umum dalam masyarakat adalah Agen, sehingga disetiap kelembagaan seperti dikantor pemasaran asuransi dan ditingkat asosiasi asuransi terdapat Divisi Keagenan atau Komisi Keagenan.

Agen Asuransi adalah seseorang atau Badan Hukum yang menjalankan bisnis untuk memperkenalkan atau memasarkan asuransi kepada masyarakat atau orang lain. Agen asuransi itu bisa disebut sebagai marketing asuransi.

Agen asuransi adalah orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi dan dipercaya oleh pemegang polis yang bertugas mencari dan mendapatkancalon-calon pemegang polis dengan memberikan penerangan tentang pentingnya jaminan untuk hari tua, perlindungan untuk keluarga, atau orang lain yang ada kepentingan asuransinya.

Selanjutnya dalam undang-undang No. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian dijelaskan bahwa defenisi dari agen asuransi adalah seorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi atas nama penanggung.

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan agen asuransi adalah seorang atau badan yang memasarkan jasa asuransi atau melakukan persuasive kepada calon pembeli atau klien, baik secara perorangan maupun lembaga, untuk membeli jasa asuransi yang ditawarkan secara menguntungkan.

Agen merupakan orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi untuk memberikan pengertian tentang betapa pentingnya asuransi sebagai jaminan masyarakat. Oleh karena itu agen harus jujur, baik jujur kepada diri sendiri, jujur kepada masyarakat, maupun jujur kepada perusahaan.

Agen asuransi memiliki peran penting dalam menjalankan atau memasarkan asuransinya, karena agen merupakan roda dari lancarnya suatu perusahaan dalam mengenalkan produk-produk yang ada pada asuransi. Agen perusahaan asuransi diberi wewenang oleh perusahaan yang mengatasnamakan perusahaan asuransi, dan seorang agen asuransi harus memiliki kapasitas legal dengan mengikuti ujian. Agen asuransi harus terdaftar di Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Untuk ujiannya dilakukan diperusahaan masing-masing asuransi.

Agen Asuransi Agen adalah pihak yang melakukan tugas mewakili prinsipalnya kepada atau dalam berhubungan dengan pihak ketiga. Agen dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu: Untuk menjadi seorang agen, seseorang harus melalui tiga proses dasar sebagai berikut:

1. Rekrutmen dan seleksi Pertama harus mengikuti rekrutmen dan seleksi oleh perusahaan asuransi. Rekrutmen adalah proses mengumpulkan kandidat yang berminat menjadi agen asuransi. Seleksi adalah proses menilai kesesuaian kandidat dengan kriteria seorang agen.
2. Pelatihan dan pendaftaran Setelah lulus proses seleksi, akan mengikuti pelatihan, yang antara lain mencakup pengetahuan dasar asuransi, pengetahuan produk dan karir keagenan di perusahaan yang bersangkutan. Bila telah lulus pelatihan, selanjutnya akan diangkat menjadi agen perusahaan tersebut dengan menandatangani kontrak/ perjanjian



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keagenan. Hubungan Anda dengan perusahaan asuransi bukanlah hubungan majikan-karyawan, tetapi hubungan kemitraan

3. Lisensi keagenan Ada dua jenis lisensi atau sertifikat yang diberikan kepada agen, yaitu lisensi untuk menjual produk asuransi tradisional dan untuk produk unit-link. Lisensi yang kedua hanya dapat diperoleh bila anda sudah lulus yang pertama.

## F. Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

### 1. Sumber

Sumber adalah pemerkarsa suatu pesan atau dasar yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber itu sendiri bisa berupa orang, lembaga, buku dan lain sebagainya. Berikut ini adalah sumber yang diklasifikasikan dalam 3 bentuk yaitu:

- a. Lembaga : universitas, sekolah, dan lain sebagainya
- b. Persona : rektor, bapak, direktur, dan lain sebagainya
- c. Non lembaga/non persona : buku, undang-undang dasar, dan lain sebagainya

### 2. Enconding (Penyandian)

Enconding adalah pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang. Enconding atau penyandian merupakan tindakan pemberian arti simbol-simbol pada pemikiran. Misalnya : memutuskan kata-kata mana harus ditulis atau diucapkan. Karena manusia sering sekali menggunakan semua panca indranya, penyandi memiliki bermacam-macam sandi untuk memiliki dan menghubungkan pada saat pengiriman pesan. Menciptakan gelombang suara yang penuh arti adalah sandi yang tepat, yang pantas untuk penyandian dengan memiliki suatu sumber.

### 3. Pesan

Pesan dalam komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan oleh pengirim ke penerima. Pesan mempunyai inti pesan yaitu makna, jadi





#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pesan sebenarnya adalah bungkusannya dari makna yang ingin disampaikan oleh komunikator ke komunikan. Inti dari pesan itulah yang menjadi pengaruh didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikannya. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi, berbelit-belit, tapi inti pesan dari komunikator akan mengarah pada satu tujuan akhir dari komunikator itu.

#### 4. Saluran atau Media

Media adalah suatu sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. Ada berbagai macam media, meliputi media cetak, audio, audio-visual.

#### 5. Decoding

Decoding adalah proses penetapan makna pada lambang yang disampaikan komunikator ke komunikan. Dengan kata lain decoding adalah proses penguraian informasi yang didapatkan oleh komunikan atau reaksi yang ditimbulkan setelah mendapatkan informasi.

#### 6. Penerima atau Komunikan

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Sebenarnya tugas seorang komunikan tidak hanya menerima pesan, melainkan juga harus menganalisis dan menafsirkan sehingga dapat memahami makna pesan. Penerima pesan dalam komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat.

#### 7. Umpan Balik (*feedback*)

Umpan balik adalah sebuah balasan atau memberi respon kembali apa yang di sampaikan komunikator, Umpan balik memberikan gambaran kepada komunikator tentang seberapa berhasil komunikasi yang dilakukannya. Dengan mengetahui umpan balik yang dilakukan oleh komunikan, komunikator bisa menilai tujuan dari pesan itu tersampaikan atau tidak. *Feedback* memiliki fungsi sebagai mekanisme kendali untuk mengetahui apakah perilaku komunikasi seorang komunikator telah efektif untuk mengenai sasarannya.



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 8. Gangguan

Gangguan atau noise merupakan sifat yang melekat pada komunikasi, karena dapat mengubah dan mencampuri penerimaan pesan. Adanya gangguan komunikasi ini dapat menyebabkan penurunan efektifitas proses komunikasi. Secara umum hambatan dalam berkomunikasi terdiri dari dua hal yaitu:

### a. Faktor internal

Factor internal adalah hambatan yang berasal dari dalam diri individu yang terkait kondisi fisik dan psikologis.

### b. Faktor eksternal

Factor eksternal adalah hambatan yang berasal dari luar individu yang terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan social budaya.<sup>9</sup>

## G. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Pekanbaru

### 1. Mitra Iqra Plus (Asuransi Pendidikan)

Mitra Iqra Plus merupakan program asuransi dalam mata uang rupiah didasarkan pada syariah dan dirancang untuk memberi perlindungan dan membiayai pendidikan bagi anak-anak mulai dari sekolah dasar (SD) sampai perguruan tinggi. Hasil investasi dijamin sebesar 4,5% pertahun dan terdapat system bagi hasil hingga 70%.

Setiap orang tua menginginkan agar anak mereka memiliki awal yang terbaik dalam hidup mereka, dengan mendapatkan pendidikan yang baik, dan mencemaskan hal yang mungkin terjadi kepada mereka jika tidak dapat memenuhi biaya yang terus meningkat untuk pendidikan sekolah dan perguruan tinggi, atau jika mereka meninggal dunia lebih awal dan meninggalkan anak-anak mereka tanpa perlindungan dan tidak mampu menyelesaikan pendidikan mereka. Dengan kata lain, pemegang polis

<sup>9</sup> Diakses pada <http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFTEKNIK/article/view/9717> pada 04 Februari 2020 pukul 14.27



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bukan hanya mempersiapkan dana pendidikan, tetapi juga melindungi anak-anaknya dari sesuatu yang tidak diinginkan<sup>10</sup>

Dengan menggunakan Mitra Iqra Plus, pemegang polis akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti :

- a. Mendapatkan kepastian pembiayaan pendidikan bagi buah hati anda, dari SD sampai perguruan tinggi
- b. Jika orang tua mendaftarkan polis meninggal, maka keluarga yang ditinggalkan (anak) akan mendapat santunan meninggal dunia dan tidak perlu membayar premi lagi, dan juga mendapatkan dana pembiayaan pendidikan bagi anak sampai ke jenjang perguruan tinggi.

### 2. Mitra Mabur Plus

Produk ini dirancang secara khusus untuk memprogram kebutuhan dana sosial untuk melaksanakan salah satu rukun islam yaitu menunaikan naik haji dengan cara menabung atau dengan membayar premi pertahun atau pertriwulan dengan masa kontrak minimal 3 tahun dan waktu maksimal 15 tahun, dan mendapatkan sekaligus jaminan kesehatan atau keselamatan Mitra Mabur Plus tidak hanya membantu anda menyisihkan dana tabungan haji secara teratur, tetapi juga menyediakan dana bagi hasil (mudharabah ) dan asuransi perlindungan, sehingga memungkinkan para nasabahnya menunaikan ibadah haji dengan tenang tanpa mencemaskan keluarga dirumah dan semuanya sesuai syariah.<sup>11</sup>

### 3. Mitra Amanah

Produk yang dirancang guna untuk mempersiapkan masa depan suatu keluarga dengan cara mempersiapkan keluarga dari aspek financial , agar dapat selalu sejahtera baik dalam keadaan baik atau susah. Mitra Amanah adalah program asuransi syariah, yang memberikan berbagai manfaat seperti perlindungan jiwa dan manfaat hasil investasi yang kompetitif. Selain itu ada manfaat tambahan dengan pilihan seperti

<sup>10</sup> <https://AJSB.riau.go.id/produk> diunduh tanggal 10 November 2020 pukul 20.00

<sup>11</sup> <https://AJSB.riau.go.id/produk> diunduh tanggal 10 November 2020 pukul 20.00



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 atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

santunan meninggal dunia akibat kecelakaan, penggantian biaya harian rawat inap rumah sakit, santunan bebas kontribusi akibat penyakit kritis dan cacat tetap total akibat penyakit ataupun kecelakaan.

- a. Menjelaskan ketentuan-ketentuan dalam polis yang menjadi hak dan kewajiban pemegang polis serta pengecualiannya
- b. Memperkuat hubungan atau relasi dengan nasabah (client) dan membantu agar kesinambungan pertanggung jawaban tercapai.<sup>12</sup>

## H. Strategi Komunikasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang, Pengertian strategi kemudian diartikan sebagai akal atau tipu muslihat untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan. Menyusun strategi untuk suatu rencana adalah bagian tersulit dari proses perencanaan. Penggunaan strategi yang tepat akan membantu segalanya berjalan dengan lancar. Strategi menjadi penting karena memberikan fokus terhadap usaha yang dilakukan, yang membantu untuk mendapatkan hasil yang maksimal serta dapat melihat jauh kedepan atas apa yang akan kita lakukan.

Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. (Effendy,2007:40). Pendapat tersebut membuat penulis menyadari bahwa dalam strategi terdapat perencanaan dan pengaturan agar tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Pengertian strategi yang lain lebih menekankan kepada penetapan tujuan (tujuan strategi ) dan mengalokasikan atau menyesuaikan sumber daya dengan peluang, sehingga dapat mencapai kesesuaian strategi antara mereka.

Strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu menyebarluaskan pesan komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan , mengintruksi secara terperinci kepada sasaran untuk mendapatkan hasil yang terbaik dan menjembatani kesenjangan budaya. (Effendy, 2004:28).

<sup>12</sup> <https://AJSB.riau.go.id/produk> diunduh tanggal 10 November 2020 pukul 21.00



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suatu strategi komunikasi akan lebih berhasil apabila direncanakan terlebih dahulu. Beberapa perumusan strategi dalam komunikasi antara lain, sebagai berikut :

a. Mengetahui Khalayak

Mengetahui khalayak merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak sama sekali tidak pasif , melainkan aktif , sehingga antara komunikator dan komunikan bukan saja terjadi saling hubungan tetapi juga saling memengaruhi.

b. Menyusun Pesan

Setelah mengetahui khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi adalah menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam memengaruhi khalayak dari pesan tersebut ialah mampu membangkitkan perhatian.

c. Menetapkan Metoda

Metoda penyampaian/ memengaruhi dalam dunia komunikasi dapat dilihat dari dua aspek yaitu : menurut cara pelaksanaannya dan menurut bentuk isinya.

d. Seleksi dan Penggunaan Media

Penggunaan medium sebagai alat penyalur ide dalam rangka merebut pengaruh dalam masyarakat. Sejak akhir abad ke-20 penggunaan media sudah merupakan suatu keharusan. Hal ini dapat dilakukan melalui pers, radio, film, dan televisi.

Menurut Mardikanto, dalam memilih metode persuasif, ada tiga pendekatan yang digunakan berdasarkan media, sifat hubungan antara persuader dengan sasarannya, dan pendekatan psikososial. Berdasarkan media yang digunakan, komunikasi persuasif dapat dilakukan dengan media lisan, media cetak, dan media elektronik. Berdasarkan sifat hubungan persuader dengan sasarannya, metode yang digunakan berupa komunikasi langsung maupun tidak langsung, sedangkan berdasarkan keadaan psikososial sasarannya, metode yang dilakukan berupa pendekatan perorangan, kelompok, dan massal (soemirat,2008:89)



## I. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu sangat berguna dalam penelitian ini karena memiliki beberapa fungsi, yaitu untuk menegaskan kerangka teori yang akan dijadikan landasan pemikiran, memperoleh pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti dan memperdalam konsep-konsep yang dipegunakan dalam pembahasan suatu masalah.

Sebagai petunjuk dalam melakukan penelitian ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang jika dilihat dari segi isi maupun judul memang tidak begitu ada persamaan tetapi penulis melihat ada suatu keterlibatan antara permasalahan terdahulu seperti:

1. Nurul Fatimah, “ Komunikasi persuasif Ibu dan Anak Dalam membentuk Perilaku Beribadah Pada Anak “ studi kualitatif dengan pendekatan interaksi simbolik dengan komunikasi persuasif ibu dan anak dalam membentuk perilaku beribadah ritual khususnya sholat fardu lima waktu dan aktivitas belajar Al-quran pada anak. Penelitian ini bertujuan melihat bagaimana komunikasi persuasif Ibu dan Anak Dalam Membentuk Perilaku Beribadah yang dilaksanakan atas dasar kesadarannya sendiri dan mampu konsisten dalam pelaksanaannya . Dapat disimpulkan bahwa focus dalam penelitian adalah di khususkan pada pelaksanaan ibadah yang telah di pahami anak usia sekolah dasar. Spesifikasinya adalah sholat lima waktu dan aktivitas membaca Al- qur’an.<sup>13</sup>
2. Dewi Veronica, “Penelitian ini berjudul Komunikasi Persuasif Agen Asuransi dalam Merekrut Calon Agen Asuransi (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasif Agen Asuransi Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi di PT Asuransi Life Allianz Indonesia Cabang Kota Medan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang digunakan agen asuransi dalam melakukan perekrutan, tahapan-tahapan komunikasi persuasif agen asuransi dalam melakukan perekrutan, dan perubahan perilaku yang terjadi pada calon agen asuransi

<sup>13</sup> <https://jom.unri.ac.id> <https://library.moestopo.ac.id> (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)

sebagai akibat adanya komunikasi persuasif. Teori yang relevan peneliti gunakan untuk membahas penelitian ini adalah Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Persuasif, AIDA, Teori Kemungkinan Elaborasi, Motivasi, Disonansi Kognitif, Rekrutmen, Agen Asuransi. Dalam penelitian ini, studi yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif yang dapat menggambarkan peranan komunikasi persuasif agen asuransi dalam merekrut calon agen asuransi di PT Asuransi Life Allianz Indonesia cabang kota Medan yang merupakan tujuan dalam penelitian ini dan dinarasikan secara interpretatif yang merupakan pemberian arti atau makna terhadap pengalaman dan kehidupan sehari-hari, sehingga melalui penelitian ini dapat dipahami bagaimana individu memberi arti atau makna terhadap peranan komunikasi.<sup>14</sup>

3. Ahmad Halim Hakim, “ Komunikasi Persuasif Perawat Dalam Membangun Konsep Diri Positif Lansia ( Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasif Perawat dalam Membangun Konsep Diri Positif Lansia di Panti Wredha Dharma Bakti Kasih Surakarta ) “ Tujuan dari penelitian ini tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif perawat dalam membangun konsep diri positif lansia di Panti Wredha Dharma Bhakti Kasih Surakarta. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi . Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan sampel informan lima orang lansia di Panti Wredha Dharma Bakti Kasih Surakarta. Analisis dalam penelitian tersebut menggunakan model Miles dan Huberman yakni : reduksi data , penyajian data , dan penarikan kesimpulan.
4. Irwiyana pada tahun 2013, “ Komunikasi Persuasif Antara Dokter dan Pasien “ ( Rumah Sakit Quality Medical Center Banda Aceh ) , Dimana penelitian ini berfokus pada bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Dokter dalam pelayanan terhadap Pasien. Subjek penelitian ini adalah para dokter dan objek penelitian ini komunikasi persuasif para

<sup>14</sup> <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11418>

#### 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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



## 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dokter terhadap pasien. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam pengumpulan data , penulis menggunakan teknik observasi dan wawancara terhadap Sembilan dokter, lima pasien dan lima keluarga pasien. Berdasarkan hasil penelitian dimana pasien merasa tidak pernah dikecewakan dengan pelayanannya, selalu ditanyakan dan dipahami keluhannya .<sup>15</sup>

5. Kasyanta Hardi pada tahun 2017, “ Komunikasi Persuasif Pada Razia Wilayatul Hisba Di Kota Banda Aceh Dalam Perspektif Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry “ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Wilayatul Hisba ketika melakukan razia dikota Banda Aceh dan untuk mengetahui bagaimana perspektif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry terhadap komunikasi yang digunakan oleh Wilayatul Hisba pada saat razia. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang diinginkan, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Penelitian ini memberikan gambaran hasil pengamatan yang didapat dari lapangan dan dijelaskan dengan kata-kata. Sementara itu, untuk melengkapi informasi dan data yang dibutuhkan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi , yaitu sebanyak 10 orang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta 1 Orang anggota Wilayatul Hisba yang berjabat sebagai kasi penegakan pelanggaran . Setelah diperoleh data yang didapatkan dari lapangan, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Wilayatul Hisba adalah dengan teknik tataan, *sayitwithflower*, ganjaran dan *don taskif, askwich*. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Wilayatul Hisba pada razia mereka dikotaBanda Aceh dalam perspektif mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

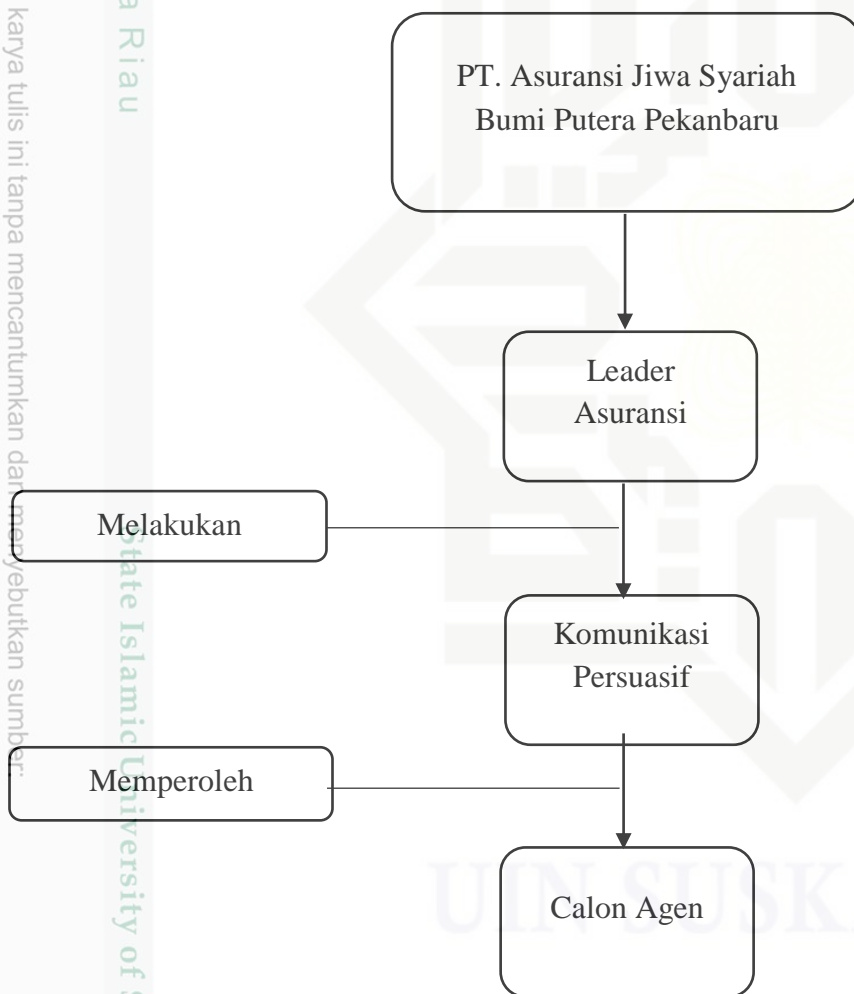
<sup>15</sup> <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11418>



## J. Kerangka Pikir

Kerangka Fikir adalah bagian yang paling menggambarkan alur pemikiran penelitian dalam memberikan penjelasan kepada orang lain. Untuk memecahkan suatu masalah dengan jelas, sistematis dan terarah diperlukan teori yang mendukung. Untuk itu perlu disusun model yang digunakan dari sudut mana masalah yang telah dipilih akan disoroti.

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir Penelitian**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka penulis menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Dimana penelitian deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.<sup>16</sup>

### B. Desain Penelitian

Desain Penelitian Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif mengarah pada pendekatan deskriptif yaitu memberikan gambaran situasi serta menganalisis data-data berdasarkan survey dilapangan. Untuk mendapatkan kesimpulan yang objektif, penelitian kualitatif mencoba mendalami dan menerobos gejalanya dengan menginterpretasikan masalah atau mengumpulkan kombinasi dari berbagai permasalahan sebagaimana disajikan situasinya.<sup>17</sup>

### C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan judul yang telah peneliti kemukakan, Maka penelitian ini dilakukan di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru, lokasi perusahaan di Jl. Sudirman No.180, Tangkerang Tengah, Kec.Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, Riau 28125. Penelitian ini dilaksanakan setelah proposal disahkan pada bulan Mei, Juni 2019

<sup>16</sup> Rakhmat, Metode Penelitian Komunikasi, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2005), 25  
<sup>17</sup> Rosady Ruslan, Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), 138



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Berdasarkan sumbernya data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun penjelasan lebih rincinya adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer pada penelitian ini bersumber dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada leader dan calon agen serta bersumber dari observasi yang dilakukan peneliti secara langsung di lapangan.

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya pada saat penelitian dilapangan. Dalam hal ini, yang menjadi data primer adalah hasil wawancara mendalam dengan Leader PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera yang berwenang dalam melakukan komunikasi persuasif.

#### 2. Data Sekunder

Sedangkan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari dokumentasi dan hal-hal lain yang dapat mendukung penelitian.

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang diperoleh peneliti dengan cara membaca, melihat dan mendengarkan buku-buku maupun informasi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti atau perusahaan yang terkait<sup>18</sup>

### E. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah Informan penelitian adalah subjek penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai permasalahan yang diangkat dalam penelitian dan seorang informan penelitian harus memahami segala informasi tentang objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi informannya adalah bagian Pertanggung. Dalam penelitian ini yang menjadi

<sup>18</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2010), 71

**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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Informan adalah Leader Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru dan Calon Agen Asuransi.

Seperti yang telah disebutkan di atas, maka peneliti membagi informan menjadi dua kategori, yakni Key Informan (informan kunci) dan Secondary Informan (informan pendukung), maka informan ditentukan dengan teknik purposive yaitu penentuan informan tidak didasarkan pedoman atau berdasarkan perwakilan populasi, namun berdasarkan kedalaman informasi yang dibutuhkan, yaitu dengan menemukan informan kunci yang kemudian akan dilanjutkan dengan informan lainnya. Alasan mengambil informan dengan teknik purposive ialah agar dapat mengembangkan dan mencari informasi sebanyak-banyaknya yang berhubungan dengan masalah penelitian

**Tabel III.1**  
**Daftar Informan Penelitian**

No	Informan	Jumlah (Orang )
1.	Senior Agen Manager	1
2.	Agen Manager	1
3.	Calon Agen	1
	Jumlah	3

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu :

**1. Observasi**

Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan oleh seorang individu atau penyelidik dengan menggunakan mata sebagai alat melihat datas serta menilai keadaan lingkungan yang dilihat. Observasi yang penulis lakukan pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera adalah Observasi non parinticipant . Maksudnya , si peneliti tidak turut ambil bagian atau tidak ikut berpartisipasi dalam kegiatan pada objek yang diamati. Data yang diinginkan melalui metode ini adalah berupa pengamatan langsung

#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap aktivitas pimpinan dan pengurus Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.<sup>19</sup>

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data tertulis terutama arsip-arsip tentang pendapat dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah dalam penelitian ini. berbagai jenis dokumen dapat dimanfaatkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendukung pengumpulan data penelitian. Mengabaikan keberadaan dokumen merupakan langkah yang sangat keliru dalam penelitian. Dengan cermat melihat, membaca, memperhatikan, dan mencatat dokumen akan memperoleh banyak informasi penting sehingga memperoleh data yang cukup luas atau melimpah.

Demikian pula dokumen yang berupa foto atau film dan rekaman video.<sup>40</sup> metode dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen yang dimaksud bisa berupa file bentuk surat, agenda, catatan harian, profil lembaga, dan lain sebagainya.

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang baru, berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dalam hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini sebagai pendukung dari data observasi dan wawancara.<sup>20</sup>

## 3. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data melalui suatu percakapan langsung untuk mendapatkan data sesuai penelitian, wawancara mendalam adalah suatu teknik (metode pendekatan). Dalam penelitian kualitatif, dimana seseorang responden atau kelompok responden mengkomunikasikan bahan-bahan dan mendorong untuk

<sup>19</sup> Wahdi Bahtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta : Logos, 1997 hal 78  
Suharsimi Arikunto, *Op.Cit* hal 129

<sup>20</sup> M.Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian Penelitian Dan Aplikasinya*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002, hal 83

didiskusikan secara bebas. Wawancara mendalam dapat dilakukan melalui telepon. Seringkali pewawancara dilatih secara psikologis agar dapat menggali perasaan dan sikap yang tersembunyi dari responden.<sup>21</sup>

Selama wawancara mendalam dilakukan, peneliti banyak diam, mendengarkan mencatat atau merekam setiap fakta yang disampaikan narasumber. Sehingga peneliti harus teliti dalam menangkap pokok pembicaraan dan jawaban yang disampaikan narasumber dan menggali terus jawaban yang disampaikan narasumber.<sup>22</sup>

### G. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis Data adalah proses mengatur urusan data mengorganisasikan suatu pola, kategori dan urusan dasar, membedakan dengan penafsiran yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap hasil analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan antara uraian satu dengan yang lainnya.<sup>23</sup>

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk kalimat dan bukan dalam bentuk angka baik yang diperoleh dalam wawancara mendalam maupun observasi

### H. Validitas Data

Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan dan keabsahan data. Agar lebih akurat dalam validitas data, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan data dengan menggunakan triangulasi. Validitas riset kualitatif terletak pada proses sewaktu meneliti turun ke lapangan untuk mengumpulkan data dan sewaktu proses analisis-interpretatif data.

<sup>21</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2010), 155-36

<sup>22</sup> Nugrahani, Farida, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia*, (Solo : Cakra Books, 2014), 126

<sup>23</sup> Irawati Singarimbun, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta : 1989 hal 92



Triangulasi adalah teknik menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lain yang tersedia). Disini jawaban subjek di cross-check dengan dokumen yang ada.

Dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan metode triangulasi sumber, yaitu triangulasi yang mengarahkan peneliti untuk mengumpulkan data dari beragam sumber yang tersedia, karena data yang sejenis akan lebih mantab kebenarannya apabila digali dari sumber yang berbeda

### I. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Yang menjadi subjek penelitian berjumlah 3 orang terdiri dari 2 orang leader (1 orang Senior Agen Manager, 1 orang Financial Unit Manager) yang telah memenuhi kriteria yang ditentukan yaitu komunikatif, aktif dalam mengikuti setiap program yang diadakan di kantor, sudah cukiup lama menjadi agen asuransi sehingga berpengalaman dan menguasai pekerjaan dengan baik dan memiliki sertifikat lisensi keagenan, serta 1 orang calon agen yang ditentukan oleh *leader*.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah komunikasi persuasif *leader* dalam merekrut calon agen asuransi pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru.<sup>24</sup>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<sup>24</sup> Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 70

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### A. PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

#### 1. Profil PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera adalah Perusahaan Asuransi terkemuka di Indonesia. Asuransi Bumiputera berkembang untuk mengikuti perubahan kebutuhan masyarakat. Pendekatan modern, produk yang beragam, serta teknologi mutakhir yang ditawarkan didukung oleh nilai-nilai tradisional yang melandasi pendirian Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera telah merintis industri asuransi jiwa di Indonesia dan hingga saat ini tetap menjadi perusahaan asuransi jiwa terbesar di Indonesia

Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 atau dikenal sebagai Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Didirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa Tengah atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M.Ng. Dwidjosewojo seorang Sekretaris Persatuan Guru Hindia Belanda ( PGHB ) sekaligus Sekretaris Pengurus Besar Budi Utomo.

Gagasan pendirian asuransi jiwa ini , terdorong oleh keprihatinan mendalam terhadap nasib para guru Bumiputera ( pribumi ) di mana saat itu statusnya jauh dibawah guru-guru Belanda. Sehingga kesejahteraan para guru pribumi sangat kurang terjamin apalagi dimasa tua atau pension mereka. Ia mencetuskan gagasannya pertama kali dalam konggres Budi Utomo tahun 1910. Tidak seperti perusahaan berbentuk perseroan terbatas (PT) yang kepemiliannya hanya oleh pemodal tertentu, sejak awal berdirinya Bumiputera sudah menganut sistem kepemilikan dan penguasaan yang unik, yakni berbentuk badan usaha “ mutual “ atau “





#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

usaha bersama “ Semua pemegang polis adalah pemilik perusahaan. Dari pemegang polis tersebut kemudian dipilih sebagai perwakilan untuk menjadi Badan Pengawasan Asuransi ( BPA ) untuk mengawasi keuangan.<sup>25</sup>

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera bermula dari Unit Usaha Syariah (UUS) Asuransi Jiwa Bersama Bumi putera 1912 yang mulai dibentuk pada tahun 2002. Sejalan dengan pertumbuhan bisnis dan guna semakin meningkatkan layanan kepada masyarakat. UUS AJB Bumiputera 1912 menjadi entitas bisnis yang berdiri sendiri sebagai PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera resmi beroperasi pada tanggal 5 September 2016 Keuangan(OJK) dengan Nomor KEP74/D.05/2016. Berdirinya PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera tidak terlepas dan strategi untuk mengakselerasi usaha memperluas pangsa pasar asuransi jiwa syariah dan memberikan pelayanan optimal kepada masyarakat Indonesia.

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera lahir sebagai perusahaan asuransi jiwa dengan jaringan yang cukup luas dengan 50 Kantor Pemasaran Syariah (KPS) di 39 Kota dan didukung oleh lebih dari 3.000 tenaga pemasaran asuransi syariah yang berpengalaman. Dengan mewarisi tradisi panjang sebuah perusahaan asuransi serta pengalaman lebih dari 105 tahun, PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera memiliki kekuatan berkompetisi ditengah dinamika pasar asuransi jiwa syariah yang terus tumbuh dari waktu ke waktu.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> [Http:// AJSB . riau.go.id//](http://AJSB.riau.go.id//) Profil diunduh tanggal 21 Oktober 2020 pukul 19.00

<sup>26</sup> [Http:// AJSB. Riau.go.id//](http://AJSB.Riau.go.id//) Profil diunduh tanggal 21 Oktober pukul 20.23



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut adalah produk-produk yang ada di PT.Asuransi Syariah

Bumiputera

- a. Asuransi Perorangan ( ASPER ) Syariah :
  - 1) Mitra Maburr Plus
  - 2) Mitra Iqra Plus
  - 3) Mitra Amanah
- b. Asuransi Kumpulan ( ASKUM ) Syariah :
  - 1) Mitra Ekawarsa
  - 2) Mitra Perlindungan Kecelakaan Diri
  - 3) Mitra Taawun Pembiayaan

## 2. Visi dan Misi PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

Visi: Menjadi Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Berkualitas dan Terkemuka di Indonesia dan Menjadikan Perusahaan Asuransi Jiwa Nasional yang kuat, modern dan menguntungkan.

Misi :

- a. Menyediakan produk asuransi jiwa syariah yang berkualitas berdasarkan kebutuhan masyarakat.
- b. Menyediakan pelayanan yang unggul terhadap pelanggan internal dan pelanggan eksternal melalui program kualitas kehidupan kerja guna meningkatkan moral, produktivitas, potensi Sumber Daya Insani dan profitabilitas.
- c. Memelihara keberadaan Bumiputera sebagai perusahaan perjuangan bangsa indonesia
- d. Mengembangkan korporasi dan koperasi yang menerapkan prinsip dasar gotong royong.



#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

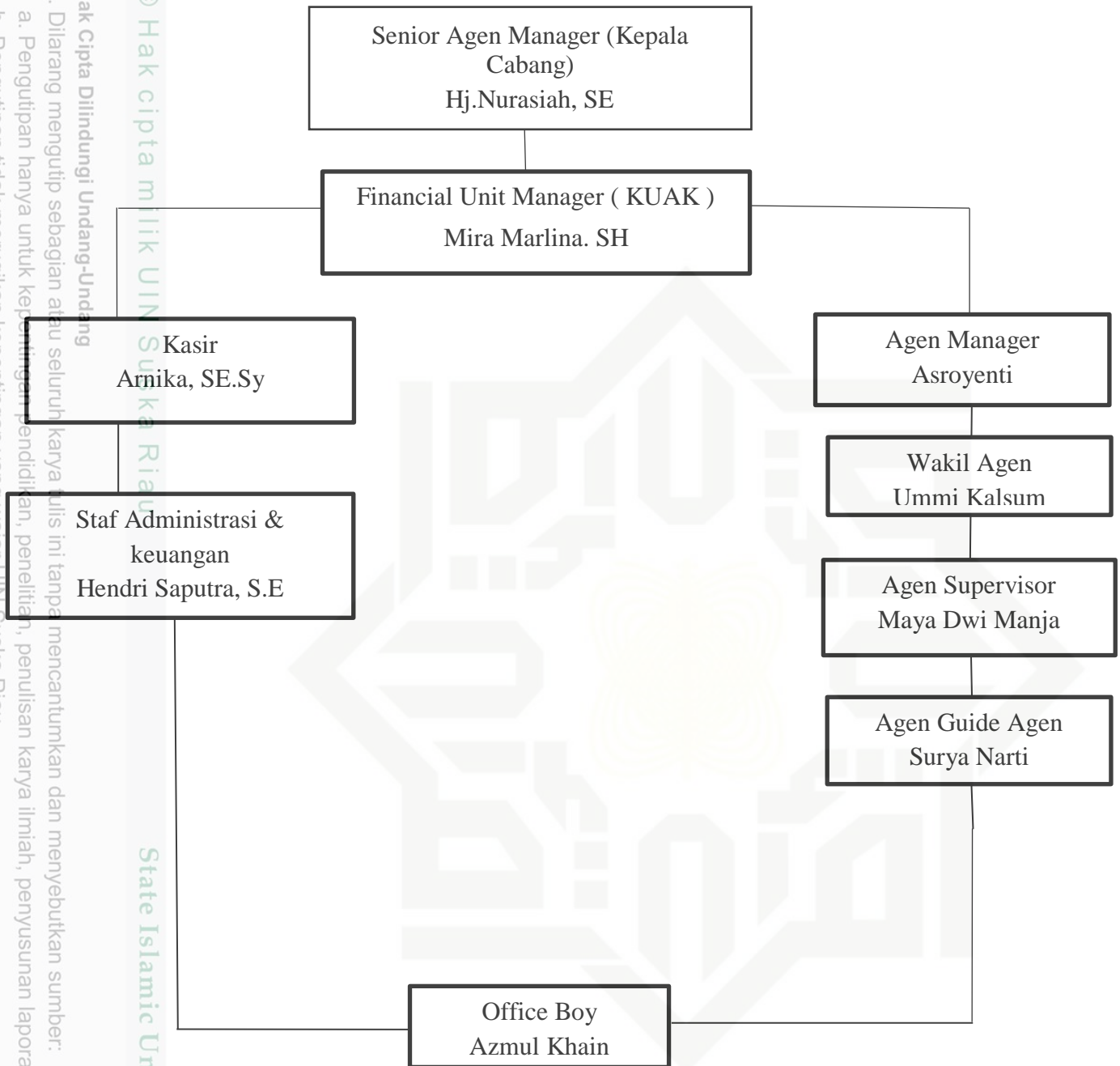
- e. Menciptakan berbagai produk dan layanan yang memberikan manfaat optimal bagi komunitas Bumiputera.
- f. Mewujudkan perusahaan yang berhasil secara ekonomi dan sosial.<sup>27</sup>

### 3. Struktur Organisasi PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

Sebuah perusahaan tentu memiliki struktur organisasi yang merupakan sebuah susunan atau kerangka untuk menunjukkan hubungan antara setiap bagian secara posisi yang ada pada perusahaan dalam menilai kegiatan operasional untuk mencapai tujuan.

Struktur organisasi dibuat oleh pimpinan untuk menjaga aktivitastakeholder agar tidak tumpang tindih dalam suatu perusahaan atau instansi pemerintahan. Pembuatan struktur organisasi di harapkan dapat terwujudnya sistem kerja yang terkoordinasi di antara bagian-bagian dalam organisasi sehingga mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Adapun struktur organisasi PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru adalah sebagai berikut :

<sup>27</sup> [Http:// AJSB. Riau.go.id/](http://AJSB.Riau.go.id/) Visimisi diunduh pada tanggal 25 Oktober 2020 pukul 21.00



#### 4. Jumlah Pegawai Struktural PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

Pegawai merupakan tulang punggung suatu organisasi baik pada swasta maupun pemerintah. Oleh sebab itu pegawai atau karyawan memegang fungsi yang penting dalam memajukan dan memundurkan suatu perusahaan baik swasta dan lembaga pemerintah.

## 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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Begitu juga pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru, dimana pegawainya merupakan tulang punggung lembaga tersebut. Jika para pegawainya disiplin dan mempunyai intelektual yang tinggi maka secara otomatis akan menjanjikan sebuah pekerjaan dapat terselesaikan pada waktu yang telah ditentukan, tetapi sebaliknya jika seorang pegawai pada sebuah perusahaan tidak memiliki sifat disiplin maka sebuah pekerjaan yang dilakukan akan terbengkalai dan lama terselesaikan.

Tingkat disiplin yang tinggi itu akan selalu berbanding lurus dengan tingkat efisiensi kerja. Seorang pegawai yang memiliki tingkat disiplin yang tinggi itu akan selalu menggunakan waktu dengan sebaik-baiknya. Dengan begitu pekerjaan atau tugas yang diberikan akan lebih cepat selesai. Adapun jumlah pegawai pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru dapat dilihat Tabel berikut :

**Tabel IV.1**  
**Jumlah Pegawai**  
**PT.Asuransi Syariah Bumiputera Pekanbaru**

Jabatan	Jumlah
Senior Agen Manager	1
Financial Unit Manager	1
Kasir	1
Staf Administrasi dan Keuangan	1
Agen Manager	1
Wakil Agen	1
Agen Supervisor	1
Agen Guide Agen	1
Total	8

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah pegawai PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru adalah 8 orang yang terdiri dari bagian Senior Agen Manager yang berjumlah orang 1 orang, bagian Financial Unit Manager 1 orang, bagian Kasir 1 orang, bagian Staf Administrasi dan Keuangan 1 orang, bagian Agen Manager 1 orang, bagian Wakil Agen 1 orang, bagian Agen Supervisor 1 orang, bagian Agen Guide Agen 1 orang.

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti melalui wawancara, observasi dan keikutsertaan, maka dapat disimpulkan komunikasi persuasif leader dalam merekrut calon agen asuransi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru sebagai berikut :

1. Dalam melakukan perekrutan calon agen asuransi, setiap leader asuransi pernah mengalami penolakan dengan berbagai alasan. Alasan pada umumnya adalah tidak memahami maksud, tujuan, serta manfaat asuransi tersebut, namun dari beberapa alasan penolakan tersebut, ada juga yang menerima penawaran perekrutan asuransi tersebut karena sudah memahami maksud, tujuan, serta manfaat asuransi tersebut. Calon agen asuransi yang awalnya menolak, namun agen asuransi tetap berusaha dengan melakukan komunikasi persuasif kepada calon agen asuransi dan memberikan motivasi sehingga calon tersebut berubah dan menerima penawaran produk lalu bergabung menjadi calon agen asuransi.
2. Banyak keuntungan yang dapat diperoleh dalam melakukan perekrutan. Beberapa keuntungannya leader asuransi dalam melakukan perekrutan adalah jika mendapatkan banyak calon agen asuransi yang berhasil direkrut maka leader asuransi memiliki banyak jaringan pertemanan dan terjalinnya hubungan silaturahmi kepada orang baru, serta dapat memiliki pertolongan cadangan untuk keperluan tidak terduga dan untuk keperluan dimasa depan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## B. Saran

Adapun saran yang peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti lakukan melalui wawancara, observasi, dan keikutsertaan yaitu :

1. Penulis mendapati banyak hal mengenai kegunaan komunikasi persuasif diberbagai bidang. Banyaknya kegunaan komunikasi persuasif dalam kehidupan sehari-hari, membuat penulis mengajak mahasiswa dan mahasiswi program studi ilmu komunikasi untuk memperluas pengetahuan dan wawasannya mengenai komunikasi persuasif guna memiliki keterampilan mengenai komunikasi persuasif yang dapat digunakan diberbagai bidang lainnya.
2. Melalui penelitian ini, penulis mendorong setiap orang memiliki pandangan yang baik mengenai leader asuransi sebagai suatu proses yang bisa dijadikan pilihan sehingga setiap orang dapat merasakan keuntungan yang diperoleh seorang leader asuransi. Penulis juga mendorong setiap orang untuk memiliki asuransi baik untuk kehidupan pribadi maupun keluarga. Memiliki asuransi merupakan hal yang cukup penting guna untuk pertolongan dan solusi jika terjadi hal yang tidak terduga di suatu waktu.
3. Penulis berharap agar setiap orang belajar untuk memahami maksud, tujuan , serta manfaat dari asuransi tersebut. Dan agen asuransi juga diharapkan dapat memberikan edukasi kepada setiap calon agen asuransi yang direkrut tentang asuransi karena di Indonesia kebanyakan orang masih memiliki tingkat kesadaran berasuransi yang rendah

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR PUSTAKA

### Referensi Buku :

- Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Adi, D K.2001. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia* Surabaya: Fajar Mulya.
- Afrizal, 2015 *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers
- Arikunto, S.2010 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* ( Edisi Revisi ) Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharismi. *Metodologi Penelitian Suatu R Proposal*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Bungin, Burhan. 2006. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Butterick, Keith. (2014). *Pengantar Public Relations*. Jakarta: Rajawali Pers
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta Raja Grafindo Persada
- Chaedar, Alwasilah. 2003. Pokoknya Kualitatif : *Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Pustaka Jaya.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Desyafitri Maike. 2010. Komunikasi Persuasif Komunitas Hijabers Pekanbaru dalam merekrut Wanita Berjilbab di Kota Pekanbaru. Universitas Riau
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakary
- [http://www.kompasiana.com/nisa\\_icha/yuk-berkenalan-dengan-asuransi-syariah-bareng-sun-life-syariah](http://www.kompasiana.com/nisa_icha/yuk-berkenalan-dengan-asuransi-syariah-bareng-sun-life-syariah)
- Iriantara, Yosol. 2007. *Community Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta : Indeks.

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 atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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





## 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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

- Kriyanto, Rachmat. Teknik Praktik Riset Komunikasi, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Onong, Uchjana Effendy. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* . Bandung: Remaja Rosdakarya .
- Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT.Remaja Rosda Karya,2005.
- Rivai, Veithzal. 2010. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan , Rosandy. 2010 . *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada
- Satori, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Siagian, Sondan P.2007. *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Gulo. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo
- Soemirat, Soleh dan Suryana, Asep. 2008. *Komunikasi Persuasif* Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. Asuransi Syariah ( Life and General ) : Konsep dan Operasional. Jakarta : Gema Insani Press Kompasiana.Com. 2014 “ Yuk Berkenalan Dengan Asuransi Syariah Bareng Sun Life Syariah.
- Tjetjep Djatnika. 2007. *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Widjaja H.A. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta,
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.



### Karya Ilmiah

*Human Relations Sebagai Kegiatan Komunikasi Persuasif*. Amrullah Nur Mudzhira dalam Jurnal Komodifikasi Vol.2 No 1 Tahun 2015

*Kaum Muda, Intorelansi dan Radikalisme Agama*, Qodir Zuli dalam Jurnal Study Pemuda Vol 5, No 1 Mei Tahun 2016

*Pengaruh Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Kesadaran Solidaritas Anggota Scooter Mods Bogor Indonesia*, Pradipto dkk dalam Jurnal Komunicatio Vol 3, Nomor 2, Oktober 2017

### Skripsi dan Jurnal Ilmiah

Hakim, Ahmad Halim. 2004. *Komunikasi Persuasif Perawat dalam Membangun Konsep Diri Positif Lansia (Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Persuasif Perawat dalam Membangun Konsep Diri Positif Lansia di Panti Wredha Dharma Bakti Kasih Surakarta)*. Surakarta : Universitas Negeri Surakarta

Nur, Fatmah. 2005. *Komunikasi Persuasif Ibu dan Anak dalam Membentuk Perilaku Beribadah Pada Anak ( Studi Kualitatif dengan Pendekatan Interaksi Simbolik Mengenai Komunikasi Persuasif Ibu dan Anak dalam Membentuk Perilaku Beribadah Sholat Lima Waktu dan Aktivitas Belajar Membaca Al-Quran pada Anak)*. Bandung : Universitas Islam Bandung.

Putra, Edo Endrika . 2014. *Strategi Komunikasi Persuasif Petugas dalam Pembinaan Narapidana Anak di Lembaga Permasyarakatan ( LP ) Kelas II B Pekanbaru*". Riau : Universitas Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## 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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

## PEDOMAN WAWANCARA

**Judul** : Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

**Nama Peneliti** : Titania Aurella

**Prodi/ Fakultas** : Ilmu Komunikasi/ Fakultas Dakwah dan Komunikasi

**Tempat** : PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

### 1. Daftar Pertanyaan

a. Pertanyaan untuk Leader Asuransi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru

- 1) Kenapa bapak/ibu memilih bekerja sebagai leader asuransi ?
- 2) Sejak kapan bapak/ibu mengenal asuransi ?
- 3) Apakah bapak/ibu sudah pernah merekrut calon agen asuransi ?
- 4) Sudah berapa lama bapak/ibu bekerja diperusahaan asuransi ?
- 5) Sudah berapa banyak calon agen asuransi yang sudah bapak/ibu rekrut?
- 6) Seberapa penting perekrutan calon agen untuk bapak/ibu ?
- 7) Siapa yang bapak/ibu rekrut ?
- 8) Bagaimana cara bapak/ibu meyakinkan mereka untuk bergabung menjadi calon agen asuransi ?
- 9) Coba bapak/ibu jelaskan bagaimana tahapan ketika bapak/ibu ingin merekrut ?
- 10) Adakah strategi yang bapak/ibu lakukan agar perekrutan menjadi mudah ?
- 11) Apakah perekrutan tersebut dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon ?
- 12) Pernahkah bapak/ibu mengalami hambatan-hambatan saat menawarkan produk kepada calon agen asuransi?
- 13) Apakah selama proses perekrutan bapak/ibu lakukan berhasil ?

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14) Apakah bapak/ibu pernah mengalami penolakan ketika menawarkan produk kepada calon agen asuransi ?

15) Apa yang bapak/ibu lakukan jika orang tersebut menolak ?

b. Pertanyaan untuk Calon agen Asuransi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera

- 1) Kenapa bapak/ibu mau bergabung menjadi calon agen asuransi ?
- 2) Apakah sebelumnya bapak/ibu sudah mengenal asuransi tersebut?
- 3) Dari mana informasi tentang asuransi ini bapak/ibu dapatkan?
- 4) Bila bapak/ibu mendapatkan informasi dari leader asuransi tersebut, apakah bapak/ibu langsung menerima atau menolak ?
- 5) Apakah tujuan bapak/ibu menjadi calon agen asuransi ?
- 6) Jenis asuransi apa saja yang ditawarkan oleh leader asuransi kepada calon agen asuransi ?
- 7) Bagaimana komunikasi leader asuransi dalam menjelaskan produk kepada bapak/ibu ?
- 8) Apakah leader asuransi tersebut melakukan perekrutan secara persuasif kepada bapak/ibu ?
- 9) Apakah bapak/ibu puas terhadap komunikasi yang digunakan leader asuransi tersebut ?

## DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- 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 atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### 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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Pekanbaru, 13 Mei 2020

Hal : **Naskah Riset Proposal**

Kepada Yth  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

di-

Tempat

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Dengan Hormat,

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa Naska Riset Proposal Saudari TITANIA AURELLA Nomor Induk Mahasiswa **11643202882** pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan judul “ **KOMUNIKASI PERSUASIF LEADER DALAM MEREKRUT CALON AGEN ASURANSI PADA PT ASURANSI JIWA SYARIAH BUMIPUTERA PEKANBARU** ” untuk diajukan pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah surat ini dibuat, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Mengetahui

Pembimbing

Umar Abdur Rahim SM.S.Sos.I.MA

NIK. 130417025

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



No: 159/Pkbs/ Riset/Eks//UIN/IX/2020

Pekanbaru, 15 September 2020

Kepada Yth,

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani Tampan-Pekanbaru 28293 PO. BOX. 1004 Telp/Fax. 0761-562052

**Hal: Persetujuan Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Menindaklanjuti surat Permohonan Riset yang telah diajukan oleh Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dengan Nomor:

B-5276/Un.04/F.IV/PP.00.9/08/2020 Tentang Pelaksanaan Riset.

Dengan ini kami sampaikan surat Persetujuan Kegiatan Pelaksanaan Riset atau Pengumpulan Data Untuk Penulisan Skripsi di KPPA Syariah Pekanbaru dengan identitas mahasiswa sebagai berikut

- Nama : Titania Aurella
- NIM : 11643202882
- Semester : VII (Delapan)
- Jurusan : Ilmu Komunikasi
- Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Kumunikasi UIN Suska Riau.
- Judul Skripsi : **“Komunikasi Persuasif Leader dalam merekrut Calon Agen Asuransi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru”.**

Demikian surat ini disampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT. AJS BUMIPUTERA  
KPPA Syariah Pekanbaru

bumiputera  
syariah

**Mira Marlina, SH**  
Financial Unit Manager

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 atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**TITANIA AURELLA**, lahir di Muaro Paiti 21 Juli 1998. Anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan ayahanda Ineltri dan ibunda Hermi Desi. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 02 Muaro Paiti, lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Kec.Kapur IX, dan lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Kec.Kapur IX dan lulus pada tahun 2016. Tak cukup mengenyam pendidikan selama 9 tahun, penulis pun melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri dengan mengambil program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Public Relation Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melakukan penelitian dengan judul “**Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada PT.Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Pekanbaru**”.