**KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA AGEN *MILLION DOLLAR ROUND TABLE* (MDRT) SUATU STUDI ANALISA DI PT. ALLIANZ LIFE INDONESIA**

**(Studi Kasus di PT. Allianz Life Indonesia Jakarta dan Bandung)**



**Oleh**

**Rini Supriani Surya**

**NPM. 168080001**

**ARTIKEL**

**untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi dalam Bidang Ilmu Komunikasi**

**pada Universitas Pasundan Bandung**

**PROGRAM STUDI**

**MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2018**

Abstraks

Penelitian ini berjudul “Komunikasi Interpersonal Agen *Million Dollar Round Table* (MDRT) Suatu Studi Analisa di PT. Allianz Life Indonesia (Studi Kasus di PT. Allianz Life Indonesia Jakarta dan Bandung). MDRT (*Million Dollar Round Table*) adalah Asosiasi Premier Profesional Finansial. Untuk menjadi agen MDRT, seorang agen asuransi harus mencapai premi dari penjualan pribadi sebesar Rp. 552 juta akumulasi premi pertama per tahun.

Untuk menjadi seorang agen MDRT tentunya harus memiliki kemampuan yang baik. Selain pengetahuan yang cukup tentang produk dan konsumen, seorang agen asuransi, khususnya agen MDRT harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik. Komunikasi interpersonal yang dilakukan agen MDRT diharapkan mencapai tingkat efektivitas yang optimal, yakni perubahan perilaku.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal agen MDRT dilihat dari keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan kesetaraan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada informan atau nara sumber yang erat kaitannya dengan penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi intrepersonal yang dilakukan agen MDRT sudah baik dan berhasil. Keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan kesetaraan agen MDRT dalam proses komunikasi interpersonal sudah dilakukan dengan baik. Melalui komunikasi interpersonal ini agen MDRT mampu memberikan pengertian kepada nasabah tentang asuransi dan akhirnya mengambil keputusan untuk membeli produk asuransi.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Efektivitas Komunikasi Interpersonal, Agen MDRT

Abstract

This study is titled "Interpersonal Communication of *Million Dollar Round Table* (MDRT) Agents An Analytical Study at PT. Allianz Life Indonesia (Case Study at PT. Allianz Life Indonesia Jakarta and Bandung)”. MDRT (*Million Dollar Round Table*) is a Financial Professional Premier Association. To become an MDRT agent, an insurance agent must reach a personal sales premium of Rp. 552 million accumulated the first premium per year.

To become an MDRT agent a person must have good skills. In addition to sufficient knowledge about products and consumers, an insurance agent, especially an MDRT agent, must have good communication skills. Interpersonal communication carried out by MDRT agents is expected to achieve optimal levels of effectiveness, namely behavior change.

The purpose of this study is to determine the interpersonal communication of MDRT agents seen from openness, empathy, support, positive attitudes and equality.

The research method used in this study is qualitative through a case study approach. By way of conducting in-depth interviews with informants or interviewees who are closely related to this research.

Based on the results of the study, the intrepersonal communication carried out by the MDRT agent was good and successful. Openness, empathy, support, positive attitude and equality of MDRT agents in the process of intrepersonal communication have been done well. Through interpersonal communication, MDRT agents are able to provide understanding to customers about insurance and finally make a decision to buy insurance products.

The things that researchers suggest from this research are that MDRT agents are expected to be able to influence other agents to be motivated to become MDRT agents. Also, the company is expected to be able to socialize more about MDRT and provide additional facilities for its agents to reach the target as MDRT agents.

Abstrak

Ulikan ieu judulna "Komunikasi Interpersonal Agen *Million Dollar Round Table* (MDRT) Hiji Analisis Studi di PT. Allianz Life Indonésia (Studi Kasus di PT. Allianz Life Indonesia Jakarta sarta Bandung)". MDRT *(Million Dollar Round Table)* nyaéta Persatuan Premier Agen Asuransi. Jadi agén MDRT, agén asuransi kedah ngeumpeulkeun premi Rp. 552 juta/taun.

Jadi agén MDRT tangtu kudu boga kabisa alus. Salian pangaweruh kacukupan tina produk na konsumen, agén asuransi, dina agén MDRT tinangtu kudu boga kaahlian komunikasi alus. komunikasi interpersonal dipigawé agén MDRT diharepkeun pikeun ngahontal hiji tingkat optimal efektivitas, parobahan kabiasaan.

Tujuan pangajaran ieu nangtukeun kunjungan agén komunikasi MDRT interpersonal : kajujuran, empati, rojongan, dangong positif na sarua.

Metodeu dipaké dina pangajaran ieu pendekatan studi kasus kualitatif. Ku ngalakonan di-jero wawancara ka informan atawa informan anu pakait raket jeung ieu panalungtikan.

Dumasar kana hasil panalungtikan, dipigawé intrepersonal agén komunikasi MDRT geus alus tur suksés. Kajujuran, empati, rojongan, dangong positif na sarua MDRT agén dina prosés komunikasi intrepersonal geus rengse leres. Ngaliwatan komunikasi agén MDRT ieu interpersonal sanggup méré harti ka konsumén ngeunaan asuransi na tungtungna nyieun kaputusan mésér produk asuransi.

Hal anu peneliti nyarankeun tina ulikan ieu dipiharep bisa méré agén MDRT pangaruh kana ajen sejenna bisa ngamotivasi pikeun jadi agén MDRT. Ogé parusahaan diperkirakeun migawe sosialisasi leuwih intensif kanggo MDRT deui sarta nyadiakeun fasilitas tambahan pikeun agén anu ngahontal target salaku agén MDRT.

**Daftar Pustaka**

Barnlund, C. Dean. 1968. *Interpersonal Communication*. Boston :

 Houghton Mifflin

Bogdan, R.C, S. Biklen. 1982. *Qualitative Research For Education: An*

 *Introduction To Theory And* methods. Boston: Allyn and Bacon, Inc.

Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

Denzin, Norman K & Yvonna S. Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative*

 *Reasearch*. Thousand Oaks, California : SAGE Publication Inc.

DeVito, Joseph. A. 1987. *The Interpersonal Communication Book*. New

 York : Harper & Row

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta :

 Professional Books.

Effendy, Onong Uchyana. 1988. *Hubungan Insan*. Bandung : Remaja

 Karya

Fiske, John. 2004. *Cultural Communication Studies Sebuah Pengantar*

 *Paling Komprehensif. Terjemahan Yosi Iriantara*. Yogyakarta :

 Jayakarsa

Higgins, James. 1982. *Human Relation Concept and Skill*. 1982. Toronto :

 Random House

Kotler, Phillip dan AB Susanto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta

Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung : Citra Aditya

 Bakti

Maulana, Herdiyan, Gumgum Gumelar. 2013. *Psikologi Komunikasi dan*

 *Persuasi*. Jakarta : Akademia Permata

Sastropoetro, Santoso. 1986. *Partisipasi Komunikasi, Persuasi dan Disiplin*

 *Dalam Pembangunan Nasional*. Bandung : Alumni

Soemirat, Soleh, Hidayat Satari, Asep Suryana. 2011. *Komunikasi*

 *Persiasif*. Jakarta : Universitas Terbuka

Sugiono. 2001. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_\_\_ 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*. Bandung :

 Alfabeta

Taylor, Anit, at al. 1977. *Communicating*. Canada : Prentice Hall,

 International Inc.

Yin, Robert K. 1994. *Case Study Reasearch*. Thousand Oaks, London, New

 Delhi : SAGE Publications.