

Teknik Penyusunan Pesan pada Komunikasi Kampanye Organisasi melalui Media Sosial (Studi pada Akun Instagram AAJI terkait Kampanye Transformasi Lampau Batas) = Messaging Techniques with the Use of Social Media in Organizations (Study on AAJI Instagram Account related to Transformation Beyond Limits campaign)

Vivin Arbianti Gautama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920517007&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai teknik penyusunan pesan pada media sosial Instagram oleh organisasi yaitu Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dalam Kampanye Transformasi Lampau Batas. Adanya disrupsi inovasi di dunia finansial, sedikit banyak memacu industri asuransi jiwa untuk terus berinovasi dan memperbaiki diri. Persaingan kini bukan lagi sesama perusahaan asuransi namun semakin meluas menghadapi persaingan dengan industri finansial lainnya seperti bank dan fintech. Tantangan lain yang dihadapi oleh industri asuransi jiwa adalah masalah reputasi yang kurang baik akibat dari kegiatan usaha perusahaan asuransi yang mengalami kendala. Citra industri asuransi jiwa beberapa waktu belakangan tercoreng dengan beberapa kasus yang dialami oleh nasabah. Hal ini dapat mengurangi kepercayaan terhadap industri asuransi jiwa. Kurangnya pemahaman terhadap asuransi jiwa dengan tingkat literasi yang masih rendah serta inklusi yang juga masih rendah dapat menimbulkan kesalahpahaman pada masyarakat. Hal ini mendorong AAJI melakukan Kampanye Komunikasi. Untuk mendukung kampanyenya AAJI juga memanfaatkan media sosial yaitu Instagram. Teknik penyusunan pesan yang berimbang dan tepat sasaran diperlukan agar tujuan kampanye komunikasi tercapai yaitu memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai asuransi jiwa dan manfaatnya. Dalam penelitian ini ingin diketahui peran AAJI dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai asuransi jiwa dengan Teknik Penyusunan Pesannya melalui komunikasi kampanye “Transformasi Lampau Batas” dengan memanfaatkan media sosial. Teknik penyusunan pesan seperti apa yang sebaiknya digunakan AAJI dalam menyampaikan pesan terkait asuransi jiwa kepada masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian metode kombinasi dengan menggunakan teknik analisis isi dan wawancara. Hasil penelitian menjelaskan peran AAJI dalam melakukan Kampanye Komunikasi Transformasi Lampau Batas dan membuktikan bahwa AAJI menggunakan kombinasi teknik penyusunan pesan persuasif, informatif, dan edukatif di media sosial Instagram AAJI pada kampanye Transformasi Lampau Batas. Teknik penyusunan pesan edukatif adalah yang banyak mendapatkan respon dari para pengikut Instagram AAJI.

.....This thesis discusses the technique of composing messages on Instagram social media by an organization, namely the Indonesian Life Insurance Association (AAJI) in the Transformation Beyond Borders Campaign. The disruption of innovation in the financial world has, more or less, spurred the life insurance industry to continue to innovate and improve itself. Competition is now no longer between insurance companies but is increasingly widespread in facing competition from other financial industries such as banks and fintech. Another challenge faced by the life insurance industry is the problem of unfavorable reputation as a result of the insurance company's business activities experiencing problems. The image of the life insurance industry has recently been tarnished by several cases experienced by customers. This can reduce confidence in the life insurance industry. Lack of understanding of life insurance with low

literacy levels and low inclusion can lead to misunderstandings in the community. This prompted AAJI to conduct a Communication Campaign. To support its campaign, AAJI also utilizes social media, namely Instagram. Techniques for compiling messages that are balanced and on target are needed so that the purpose of the communication campaign is achieved, namely to provide understanding to the public about life insurance and its benefits. In this study, we want to know the role of AAJI in providing understanding to the public about life insurance with the technique of compiling messages through the communication campaign "Transformation Beyond the Limits" by utilizing social media. What kind of message preparation technique should AAJI use in conveying messages related to life insurance to the public? This research uses combination method research using content analysis and interview techniques. The study's results show the role of AAJI in carrying out the Transformation Beyond Borders Communication Campaign and prove that AAJI uses a combination of persuasive, informative, and educative message preparation techniques on AAJI's Instagram social media in the Transformation Beyond Borders campaign. The technique of compiling educational messages is the one that gets the most responses from AAJI's Instagram followers.