

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pernyataan	iii
Motto	iv
Lembar Dedikasi	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
Daftar Lampiran	xvii
BAB I	
Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah	5
1.2.1 Rumusan Masalah	6
1.2.2 Identifikasi Masalah	6
1.2.3 Tujuan Penelitian	7
1.3 Kegunaan Penelitian	7
1.3.1 Kegunaan Teoritis	7
1.3.2 Kegunaan Praktis	8
1.4 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah	8
1.4.1 Ruang Lingkup	8
1.4.2 Pengertian Istilah	9
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.5.1 Kerangka Konseptual	10

1.6 Metodologi Penelitian	17
1.6.1 Jenis Penelitian.....	18
1.6.2 Populasi dan Sampel	18
1.7 Teknik Pengumpulan Data.....	19
BAB II	
Tinjauan Teoritis	
2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis.....	21
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	32
2.2.1 Definisi Komunikasi.....	32
2.2.2 Fungsi Komunikasi.....	33
2.2.3 Ruang Lingkup Komunikasi.....	37
2.3 Tinjauan Komunikasi Persuasi	38
2.3.1 Definisi Komunikasi Persuasi	38
2.3.2 Proses Komunikasi Persuasi.....	39
2.3.3 Hambatan Komunikasi Persuasi.....	41
2.3.4 Teknik Komunikasi Persuasi.....	43
2.3.4.1 Teknik Asosiasi	44
2.3.4.2 Teknik Integrasi.....	45
2.3.4.3 Teknik Ganjaran	46
2.3.4.4 Teknik <i>Fear Arousing</i>	47
2.3.4.5 Teknik <i>Icing Device</i>	47
2.3.5 Prinsip-prinsip Komunikasi.....	48
BAB III	
Objek dan Metodologi Penelitian	
3.1 Objek Penelitian	51
3.1.2 Sejarah Allianz di Indonesia	51

3.1.3	Produk PT Asuransi Allianz Indonesia	52
3.1.4	Visi dan Misi PT Asuransi Life Indonesia	53
3.1.5	Logo dan Arti Logo Perusahaan	54
3.2	Metodologi Penelitian	55
3.2.1	Metode Penelitian.....	55
3.2.2	Populasi dan Sampel	57
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	58
 BAB IV		
Analisa dan Pembahasan		
4.1	Analisis Deskriptif Narasumber	62
4.2	Analisis Deskriptif Data Penelitian	65
4.2.1	Teknik Asosiasi.....	66
4.2.2	Teknik Integrasi 76	
4.2.3	Teknik Ganjaran (<i>Pay Off Idea</i>).....	81
4.2.4	Teknik <i>Fear Arousing</i>	85
4.2.5	Teknik Tataan (<i>Icing Device</i>)	88
4.3	Pembahasan.....	92
4.3.1	Aplikasi Teknik Komunikasi Asosiasi Pada Penawaran Produk Asuransi.....	92
4.3.2	Aplikasi Teknik Komunikasi Integrasi Pada Penawaran Produk Asuransi.....	96
4.3.3	Aplikasi Teknik Komunikasi Ganjaran (<i>Pay Off Idea</i>) Pada Penawaran Produk Asuransi	102
4.3.4	Aplikasi Teknik Komunikasi <i>Fear Arousing</i> Pada Penawaran Produk Asuransi.....	106
4.3.5	Aplikasi Teknik Komunikasi tataan (<i>Icing Device</i>) Pada Penawaran Produk Asuransi	109
 BAB V		
Penutup		
5.1	Simpulan	113
5.2	Saran atau Rekomendasi	116
	Daftar Pustaka	119