

**PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI
TERHADAP MOTIVASI KERJA AGEN ASURANSI
DI FIRSTLINE PRUDENTIAL**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**DHAFINA AZKA NAZHARA
1211003007**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dhafina Azka Nazhara

NIM : 1211003007

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dhafina Azka Nazhara
NIM : 1211003007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Komunikasi Organisasi Terhadap
Motivasi Kerja Agen Asuransi Di Firstline Prudential

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom ()

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac., CSRA ()

Penguji 2 : Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Adapun judul dari Tugas Akhir ini adalah **“Pengaruh Strategi Komunikasi Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Agen Asuransi di Firstline Prudential”**. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir sebaik mungkin. Dengan doa dan juga atas kehendaknya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada keluarga khususnya Papa Oki Budiarto, Mama Susan Nuria yang senantiasa memberikan cinta kasih yang tak terbatas, doa yang tak pernah putus hingga dukungan finansial. Juga untuk adik saya, Farras Evan Arkana dan Allysa Lea Ramadhani yang selalu memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Tidak lupa juga, penulis ucapkan terima kasih untuk keluarga besar yang selalu mendoakan penulis.
3. Miss RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom, selaku dosen pembimbing. Terima kasih sebesar-besarnya atas kesabaran, waktu, bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat membantu penulis sejak awal hingga akhir penyusunan tugas akhir. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu
4. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac., CSRA dan Miss Octaviniant Aspary, S.I.K., M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih atas segala saran, pertanyaan dan masukan yang diberikan selama sidang skripsi. Masukan dari Ibu yang telah menyempurnakan penelitian ini.
5. Terima kasih kepada Firstline Prudential, Ibu Lanny Sugiharta dan Markus Soerjadi yang telah memberikan izin dan kesempatan bagi penulis untuk

melakukan penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih untuk seluruh agen asuransi di Firstline yang sudah bersedia membantu penulis untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

6. Peneliti juga ingin mengungkapkan rasa hormat dan terima kasih yang mendalam kepada para dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, dukungan dan bimbingannya selama penulis berkuliah. Terima kasih juga untuk seluruh angkatan Ilmu Komunikasi 2021, atas kenangan selama masa kuliah.
7. Untuk teman-teman terdekat penulis, Chanele Angelene Tataung, Cindy Komalasari, Hanifah Nuradiningtias, Livy Noor Vashni, Noufal Alif Fahannaya, Rona Almas Ramadhani, Shafa Putri Adri, Svetlana Evania Raissa, Zahra Hanania Arumi dan Zia Muhammad Gibran. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita dan sumber tawa di tengah tekanan, terima kasih juga sudah menjadi teman penulis sejak duduk di bangku SMP.
8. Terima kasih kepada teman-teman penulis yang sudah menemani, menghibur, menyemangati dan menjadi pendengar yang baik selama penulisan tugas akhir ini.
9. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, akan tetapi memiliki andil dalam pembuatan tugas akhir ini.
10. Untuk Bintang Ma'rifat Musnamar. Penulis ucapkan terima kasih banyak sudah menjadi teman diskusi di segala waktu dengan pengertian, kesabaran dan semangat yang selalu diberikan setiap saat.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 1 September 2025



Dhafina Azka Nazhara

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhafina Azka Nazhara

Nim : 1211003007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA AGEN ASURANSI DI FIRSTLINE PRUDENTIAL

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 1 September 2025

Yang Menyatakan



Dhafina Azka Nazhara

PENGARUH STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA AGEN ASURANSI DI FIRSTLINE PRUDENTIAL

Dhafina Azka Nazhara

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh strategi komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja agen asuransi di Firstline Prudential. Permasalahan yang diangkat adalah apakah terdapat pengaruh strategi komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja baik secara keseluruhan maupun perbedaan pengaruh antar kelompok jabatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja agen asuransi di Firstline Prudential. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 83 responden yang terbagi dalam tiga kelompok jabatan: *Agent*, *Associate Agency Director*, dan *Agency Director*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.0 untuk menguji validitas, reliabilitas, serta pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi kerja agen asuransi dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,860 dan *p-value* 0,000. Strategi komunikasi organisasi mampu menjelaskan variasi motivasi sebesar 73,7%. Kesimpulan berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang efektif merupakan faktor krusial dalam meningkatkan motivasi kerja agen asuransi di Firstline Prudential.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Motivasi Kerja, Agen Asuransi, Teori Harapan.

**THE INFLUENCE OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION
STRATEGY ON WORK MOTIVATION OF INSURANCE
AGENTS AT FIRSTLINE PRUDENTIAL**

Dhafina Azka Nazhara

ABSTRACT

This study examines the influence of organizational communication strategy on the work motivation of insurance agents at Firstline Prudential. The problem addressed is whether there is an influence of organizational communication strategy on work motivation, both in general and in terms of differences in influence among job position groups. The Objective of this study is to determine the extent of the influence of organizational communication strategy on the work motivation of insurance agents at Firstline Prudential. Using a quantitative approach, data were collected through questionnaires distributed to 83 respondents from three job groups: Agent, Associate Agency Director, and Agency Director. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS 4.0 software to test for validity, reliability, and the influence between variables. The result show that organizational communication strategy has a positive and significant influence on the work motivation of insurance agents, with a path coefficient value of 0.860 and a p-value of 0.000. The organizational communication strategy was able to explain 73,7% of the variance in motivation. Based on these findings, it is concluded that an effective communication strategy is a crucial factor in enhancing the work motivation of insurance agents at Firstline Prudential.

Keywords: *Communication Strategy, Organizational Communication, Work Motivation, Insurance Agents, Expectancy Theory.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori yang Relevan.....	12
2.1.1 Komunikasi Organisasi	12
2.1.1.1 Tujuan Komunikasi Organisasi	12
2.1.1.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	13
2.1.1.3 Strategi Komunikasi Organisasi.....	16
2.1.1.4 Langkah–Langkah Strategi dalam Komunikasi Organisasi	16
2.1.1.5 Indikator Strategi Komunikasi	17
2.1.2 Motivasi	18
2.1.2.1 Tujuan Motivasi	18
2.1.2.2 Jenis–Jenis Motivasi	19
2.1.2.3 Proses Motivasi	20

2.1.2.4 Indikator yang Mempengaruhi Motivasi.....	21
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan	23
2.2.1 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	23
2.2.2 Pernyataan Hipotesis	33
2.3 Model Kerangka Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain dan Pendekatan	34
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.1 Data Primer	38
3.3.2 Data Sekunder	39
3.4 Teknik Pengukuran Data	40
3.5 Analisis Data	41
3.5.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
3.5.1.1 Uji Validitas.....	42
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	43
3.5.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
3.5.3 Uji Hipotesis	44
3.6 Triangulasi Data	44
3.7 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	45
3.7.1 Strategi Komunikasi.....	45
3.7.2 Motivasi	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	50
4.1.1 Profil Perusahaan	50
4.1.2 Profil Triangulator	54
4.1.3 Karakteristik Responden	55
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	56
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58

4.2 Analisis Statistik Deskriptif	60
4.2.1 Strategi Komunikasi Organisasi.....	60
4.2.1.1 Dimensi <i>To Secure Understanding</i>	60
4.2.1.2 Dimensi <i>To Establish Acceptance</i>	61
4.2.1.3 Dimensi <i>To Motivate Action</i>	62
4.2.2 Motivasi Kerja.....	63
4.2.2.1 Dimensi <i>Expectancy</i>	63
4.2.2.2 Dimensi <i>Instrumentality</i>	64
4.2.2.3 Dimensi <i>Valence</i>	65
4.3 Analisis Statistik Data	65
4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	66
4.2.2.1 <i>Convergent Validity</i>	66
4.2.2.2 <i>Discriminant Validity</i>	68
4.2.2.2 <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	69
4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	70
4.3.2.1 <i>R-Square</i>	70
4.3.3 Uji Hipotesis	71
4.4 Pembahasan dan Diskusi.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	84
5.3 Saran dan Implikasi.....	85
5.3.1 Saran untuk Penelitian Berikutnya.....	85
5.3.2 Saran untuk Firstline Prudential.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penyebab Klaim pada Tahun 2022 Berdasarkan Biaya dan Frekuensi	3
Gambar 1.2 Logo Prudential dan Prudential Syariah	5
Gambar 1.3 10 Asuransi Jiwa dengan Aset Terbesar 2024.....	6
Gambar 1.4 Persentase Responden yang Masuk Kategori Rentan Finansial	9
Gambar 1.5 Tingkat Literasi Keuangan Berdasarkan Sektor Jasa Keuangan	9
Gambar 2.1 Teori <i>Expectancy</i> Vroom.....	23
Gambar 2.2 Model Kerangka Hipotesis	33
Gambar 3. 1 Rumus Slovin.....	36
Gambar 3.2 Perhitungan Rumus Slovin	36
Gambar 3.3 Rumus Proportionate	37
Gambar 3.4 Perhitungan Rumus Proportionate pada Kelompok Jabatan <i>Agent</i> .	37
Gambar 3.5 Perhitungan Rumus Proportionate pada Kelompok Jabatan <i>Associate Agency Director</i>	37
Gambar 3.6 Perhitungan Rumus Proportionate pada Kelompok Jabatan <i>Agency Director</i>	38
Gambar 3.7 Model SmartPLS Penelitian	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Prudential Indonesia.....	50
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Prudential Syariah.....	51
Gambar 4.3 Logo Firstline.....	53
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Firstline	53
Gambar 4.5 Susan Nuria - <i>Agency Director</i>	54
Gambar 4.6 Stefanus Renaldy - <i>Agent</i>	55
Gambar 4.7 <i>Output Model PLS-SEM Algorithm</i>	66
Gambar 4.8 <i>Output Model Bootstrapping</i>	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengetahuan Tentang Produk dan Layanan Asuransi	2
Tabel 1.2 Pertumbuhan Perusahaan Asuransi Tahun 2019 - 2023.....	4
Tabel 1.3 Program Asuransi milik Prudential.....	7
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini.....	32
Tabel 3.1 Skala Likert.....	41
Tabel 3.2 <i>Rule of Thumb Outer Model</i>	43
Tabel 3.3 <i>Rule of Thumb Inner Model</i>	44
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb</i> Uji Hipotesis.....	44
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia <i>Agent</i>	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia <i>Associate Agency Director</i>	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia <i>Agency Director</i>	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin <i>Agent</i>	59
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin <i>Associate Agency Director</i>	59
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin <i>Agency Director</i>	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Dimensi <i>To Secure Understanding</i>	61
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Dimensi <i>To Establish Acceptance</i>	61
Tabel 4.12 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Dimensi <i>To Motivate Action</i>	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Dimensi <i>Expectancy</i>	63
Tabel 4.14 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Dimensi <i>Instrumentality</i>	64
Tabel 4.15 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Dimensi <i>Valence</i>	65
Tabel 4.16 Nilai <i>Outer Loading</i>	67
Tabel 4.17 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
Tabel 4.18 Nilai <i>Cross Loading</i>	69

Tabel 4.19 Nilai Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.20 Hasil <i>R-Square</i>	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis.....	72
Tabel 4.22 Hasil <i>Bootstrapping</i>	73
Tabel 4.23 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	75
Tabel 4.24 Hasil <i>Inner Model</i>	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	96
Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	100
Lampiran 2.1 Rekapitulasi Identitas Responden.....	100
Lampiran 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	102
Lampiran 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	103
Lampiran 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Kelompok Jabatan <i>Agent</i>	104
Lampiran 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Kelompok Jabatan <i>Associate Agency Director</i>	104
Lampiran 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Kelompok Jabatan <i>Agency Director</i>	105
Lampiran 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Lampiran 2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Kelompok Jabatan <i>Agent</i>	106
Lampiran 2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Kelompok Jabatan <i>Associate Agency Director</i>	107
Lampiran 2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Kelompok Jabatan <i>Agency Director</i>	108
Lampiran 3 Data Mentah dan Analisis Deskriptif.....	109
Lampiran 3.1 Tabulasi Kuesioner Strategi Komunikasi Organisasi	109
Lampiran 3.2 Tabulasi Kuesioner Motivasi Kerja	111
Lampiran 3.3 Analisis Statistik Deskriptif	114
Lampiran 4 Hasil Wawancara Triangulator.....	116
Lampiran 4.1 Transkrip Wawancara Triangulator <i>Agency Director</i>	116
Lampiran 4.2 Dokumentasi Wawancara Triangulator <i>Agency Director</i>	122
Lampiran 4.3 Transkrip Wawancara Triangulator <i>Agent</i>	122
Lampiran 4.4 Dokumentasi Wawancara Triangulator <i>Agent</i>	130
Lampiran 5 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>) SmartPLS.....	131
Lampiran 5.1 Model SmartPLS	131
Lampiran 5.2 <i>Output</i> Model PLS-SEM <i>Algorithm</i>	131

Lampiran 5.3 Hasil <i>Convergent Validity (Outer Loading & AVE)</i>	132
Lampiran 5.4 Hasil <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	132
Lampiran 5.5 Hasil Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability & Cronbach's Alpha</i>)	133
Lampiran 6 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>) SmartPLS	134
Lampiran 6.1 <i>Output Model Bootstrapping</i>	134
Lampiran 6.2 Hasil <i>R-Square</i>	134
Lampiran 6.3 Hasil Uji Hipotesis (<i>Bootstrapping</i>)	134