

**ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI INFORMASI
TERHADAP PEMAHAMAN NASABAH PADA PROSES
KLAIM ASURANSI JIWA DI PT. ASURANSI ALLIANZ LIFE
CABANG BANJARMASIN**

Oleh :

Rosie Vella Widyastuti

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin

ABSTRAK

ROSIE VELLA WIDYASTUTI, NPM. 14110004 “*Analisis Pengaruh Komunikasi Informasi Terhadap Pemahaman Nasabah pada Proses Klaim Asuransi Jiwa di PT. Asuransi Allianz Life Cabang Banjarmasin*”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman nasabah dalam menerima informasi dan faktor yang mempengaruhi pemahaman nasabah pada proses klaim asuransi jiwa yang diterima baik secara tatap muka ataupun media massa.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif – asosiatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuestioner dan dokumentasi. Sampel di tentukan dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan *Snowball Sampling*. Jumlah sampel yang di gunakan sebanyak 33 orang berdasarkan rumus Slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman nasabah dalam menerima informasi tentang proses klaim asuransi jiwa baik melalui tatap muka ataupun media massa secara keseluruhan nasabah memahami mengenai hal tersebut. Komunikasi seperti yang di jelaskan para ahli bahwa apabila seseorang mampu menerjemahkan dan menafsirkan informasi yang di terimanya dengan baik, maka komunikasi tesebut di nyatakan efektif. Adapun faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman nasabah terhadap informasi proses klaim asuransi jiwa adalah a) Faktor usia, b) Pengalaman, c) Pendidikan, d) Pekerjaan.

Kata Kunci : *Komunikasi Informasi, Komunikasi Massa, Pemahaman, Asuransi, Klaim Asuransi*

ABSTRACT

ROSIE VELLA WIDYASTUTI, NPM. 14110004 "Information Communication Effect Analysis Against the Customer Understanding Life Insurance Claims Process in PT. Allianz Life Insurance Branch of Banjarmasin ".

The purpose of this study was to determine the extent of customer understanding in receiving the information and factors that mempengaruhi understanding of customers in the process life insurance claims received from either face to face or the mass media.

This research method uses a quantitative approach with descriptive research type - associative. The data collection technique using questionnaires and documentation techniques. The sample is determined by using the technique of sampling and Snowball sampling nonprobability.

The results showed that the understanding of the customer in receiving information about the claims process life insurance either through face to face or the mass media as a whole clients understand about it. Communication as explained experts that if someone is able to translate and interpret the information on the receipt with the good, the proficiency level in declared effective communication. The factors that affect the level of understanding of customers' life insurance claims process information is a) The age factor, b) experience, c) education, d) Works.

Keywords: Communication, Information, Mass Communication, Understanding, Insurance, Insurance claims

PENDAHULUAN

Ada banyak kejadian dalam hidup yang tidak dapat diduga. Bahkan hal yang telah direncanakan pun sering kali tidak sesuai dengan yang di inginkan dan memberikan hasil yang jauh berbeda. Dengan begitu tentu saja kemudian timbul kekhawatiran, seperti rasa tidak aman, ketidak mampuan memperbaiki kerusakan, berkurangnya pendapatan karena tidak dapat lagi bekerja, khawatir tidak dapat memenuhi kebutuhan pokok dan juga khawatir tidak lagi mampu untuk menabung.

Asuransi merupakan jawaban atas kekhawatiran sebagian orang. Berdasarkan Undang-Undang (UU) Republik Indonesia No. 02 Tahun 1992, asuransi atau pertanggungan yaitu perjanjian antara 2 pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak

ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.

Asuransi juga sangat penting dalam membantu masalah keuangan seperti, risiko dalam dunia usaha (kebangkrutan), biaya sekolah, dan biaya lainnya. Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang mempunyai peranan yang tidak jauh dari bank, yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang (R. Irvansyah : 2010)

Allianz merupakan salah satu penyedia asuransi dan manajemen aset terbesar di dunia. Merupakan salah satu komunitas keuangan terkuat dengan operasi yang terbesar di 70 negara. Lebih dari 85 juta nasabah perorangan dan korporasi mengandalkan pengetahuan, jangkauan global, kekuatan modal serta solidaritas Allianz untuk membantu mereka memanfaatkan peluang keuangan sebaik mungkin dan untuk

menghindari dan menjaga diri terhadap resiko.

Risiko terduga ataupun tidak terduga yang mungkin dirasakan pada pihak tertanggung ataupun pemegang polis pada saat masa asuransi dapat dialihkan dalam bentuk klaim. Klaim asuransi jiwa adalah suatu tuntutan dari hak pemegang polis atau ahli waris yang ditunjuk kepada pihak asuransi atas sejumlah pembayaran uang pertanggungan atau nilai tunai yang timbul karena syarat-syarat dalam perjanjian asuransi telah dipenuhi.

Pengajuan klaim yang cepat merupakan hal yang diinginkan oleh pemegang polis atau tertanggung, namun pada saat pembayaran klaim sering timbul permasalahan. Seperti tidak lengkapnya dokumen-dokumen yang harus dipenuhi pada saat pengajuan klaim sehingga hal ini dapat memperlambat proses pelaksanaan klaim asuransi jiwa, hilangnya polis asuransi jiwa atau kwitansi pembayaran premi terakhir yang berakibat menghambat kinerja staf bagian klaim, waiting list pada klaim penebusan yang terjadi dikarenakan banyaknya nasabah

yang ingin mengajukan klaim penebusan. Maka dengan adanya permasalahan - permasalahan tersebut perusahaan asuransi jiwa yang bersangkutan perlu melakukan upaya-upaya tertentu guna mengatasi hambatan - hambatan tersebut agar pelaksanaan klaim asuransi jiwa dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan jika sebagian nasabah belum sepenuhnya mengerti tentang informasi proses klaim asuransi jiwa dan masalah yang berkaitan dengan pengajuan klaim asuransi jiwa. Maka berdasarkan hal tersebut penulis ingin melakukan penelitian mengenai bagaimana pengaruh komunikasi informasi terhadap pemahaman dan apa saja faktor yang mempengaruhi pemahaman nasabah pada proses klaim asuransi jiwa di PT. Asuransi Allianz Life Cabang Banjarmasin.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Informasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicatus*" atau *communicatio* atau *communicare* yang artinya "berbagi" atau "menjadi

milik bersama”. Kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.

Harold Laswell berpendapat bahwa komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan mengenai siapa mengatakan apa, melalui media apa, kepada siapa, dan apa efeknya. Sehingga gambaran komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan *Who Says What In Which Channel to Whom and With What Effect*.

Berdasarkan definisi laswell ini juga menunjukkan bahwa komunikasi itu adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Dan dari definisi ini pula dapat diturunkan 5 unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu sumber, pesan, media, penerima dan efek.

2. Komunikasi Sebagai Informasi

Dalam bahasa latin kata informasi mengandung konsep atau gagasan. Dalam hal ini, para ahli komunikasi mengatakan penggunaan

kata informasi dalam information (bahasa inggris) telah menghilangkan banyak makna asli yang terkandung dalam hakikat informasi itu sendiri. Kebanyakan orang cenderung menganggap informasi sebagai kumpulan kecil fakta yang terputus, sedangkan dalam kamus Oxford definisi kata informasi selalu dihubungkan dengan pengetahuan dan komunikasi.

Para ahli komunikasi mengatakan bahwa informasi berkaitan erat dengan kualitas pesan dari pengirim kepada satu atau lebih penerima. Informasi selalu berisi tentang sesuatu yang memiliki parameter, tentang adanya peristiwa, nilai, dan etika.

Komunikasi dapat dipandang sebagai proses transmisi informasi melalui tiga level aturan semiotika (ilmu tentang tanda), yaitu Sintaksis,

Pragmatis, dan Semantik. Berdasarkan ke tiga level tersebut, maka komunikasi merupakan jenis interaksi sosial yang melibatkan paling sedikit dua pihak yang membagi dan bertukar pesan informasi yang sama.

3. Komunikasi Massa

Alo Liliweri, M.S dalam bukunya *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* menyatakan Komunikasi massa adalah komunikasi satu arah yang merupakan kebalikan dari komunikasi tatap muka antar pribadi yang dua arah. Pengertian lainnya menyebutkan komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal

jauh, sangat heterogen, dan menimbulkan efek – efek tertentu.

Media massa dalam komunikasi massa memiliki beberapa versi bentuk berdasarkan perkembangan definisi para ahli. Dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid, brosur), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern ini ada satu perkembangan tentang media massa yakni di temukannya internet.

4. Media Massa

Media massa merupakan istilah yang digunakan untuk mempertegas suatu kelas, seksi media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat mencapai audience dalam jumlah besar. Dari media massa

inilah, secara tak sengaja dapat membentuk masyarakat massa (mass society) dengan karakteristik budaya yang berbeda. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, semakin banyak orang yang menggantungkan “hidup” pada media sehingga teknologi sangan mudah dalam mempengaruhi audience.

5. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi interpersonal ini adalah komunikasi yang hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya (Mulyana:2000).

Komunikasi interpersonal dinilai sangat efektif untuk merubah perilaku orang lain, bila terdapat persamaan mengenai makna yang dibincangkan. Tanda khusus yang ada di komunikasi interpersonal ini terletak pada arus balik langsung. Arus balik tersebut memiliki daya tangkap yang mudah untuk komunikator baik secara verbal dalam bentuk kata maupun non verbal dalam bentuk bahasa tubuh.

6. Pemahaman

Menurut Bloom “*Here we are using the tern “comprehension“ to include those objectives, behaviors, or responses which represent an understanding of the literal message contained in a communication.*” Artinya “disini menggunakan pengertian pemahaman mencakup tujuan,

tingkah laku, atau tanggapan mencerminkan sesuatu pemahaman pesan tertulis yang termuat dalam satu komunikasi”. Oleh sebab itu kita dituntut memahami atau mengerti apa yang diucapkan, mengetahui apa yang sedang dikomunikasikan dan dapat memanfaatkan isinya tanpa keharusan menghubungkan dengan hal-hal yang lain.

Kemampuan pemahaman berdasarkan tingkat kepekaan dan penyerapan materi dapat dibagi ke dalam tiga tingkatan yaitu Menerjemahkan (*Translation*), Menafsirkan (*Interpretation*), dan Mengeksplorasi (*extrapolation*).

7. Audience

Media dan audience ada dua versi pengertian audience. Banyak ahli menganggap sama pengertiannya dengan massa secara beranekaragam dalam jumlah besar.

Ada juga yang melihat sebagai kelompok-kelompok kecil atau komunitas kecil. Pengertian yang pertama (keanekaragam kelompok massa) melihat audience sebagai populasi yang besar jumlahnya dan bisa dibentuk oleh media. Sedangkan yang kedua (komunitas kecil kelompok), audience dipandang sebagai anggota dalam kelompok-kelompok kecil yang berbeda-beda, yang sebagian besar bisa dipengaruhi oleh kelompoknya.

8. Persepsi

persepsi merupakan tindakan persepsi, penilaian, perasaan, bahkan sikap selalu berhadapan dengan suatu obyek atau peristiwa tertentu. Persepsi melibatkan aktivitas manusia terhadap obyek tertentu, maka persepsi selalu menggambarkan pengalaman manusia tentang obyek atau

hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan tentang obyek tertentu melalui alat indera.

9. Asuransi

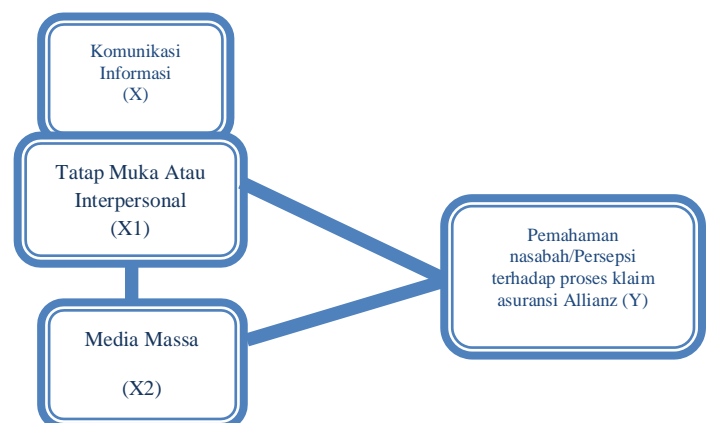
Asuransi atau penanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan (UU No. 12 Tahun

1992 Tentang Usaha Perasuransian menurut Dahlan Siamat dalam bukunya Manajemen Lembaga Keuangan: 2004).

10. Klaim Asuransi

Dalam buku *Asuransi Syariah Life and General*, pengertian klaim adalah pengajuan aplikasi oleh peserta untuk memperoleh pertanggungan atas kerugian yang tersedia berdasarkan perjanjian atau atas proses yang mana peserta dapat memperoleh hak-hak berdasarkan perjanjian tersebut.

11. Kerangka Berfikir



Gambar. Kerangka Berfikir

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

2. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif - asosiatif.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor PT. Asuransi Allian Life Indonesia Cabang Banjarmasin, Jl. A. Yani Km.2 No.5 Rt.17 Kelurahan Sungai Baru, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan klaim asuransi pada tahun 2015 sampai dengan 2018 di PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Banjarmasin sebanyak 50 orang. Sedangkan untuk jumlah sampel yang diperlukan dengan menggunakan rumus slovin adalah sebanyak 33 responden

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini digunakan teknik Kuestioner dan Dokumentasi.

6. Definisi Operasional

Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel komunikasi informasi proses klaim asuransi dan pemahaman nasabah terhadap proses klaim asuransi. Berikut adalah definisi operasionalnya:

Nama Variabel	Defisini	Indikator
Tatap Muka / interpersonal (X1)	proses pertukaran informasi diantara diantara dua orang atau lebih yang dapat langsung diketahui timbal baliknya. Agen menemui nasabah secara langsung untuk memberikan penjelasan mengenai asuransi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbukaan 2. Sikap Suportif 3. Perilaku positif 4. Empati 5. kesamaan
Media Massa (X2)	media yang dirancang sedemikian rupa agar dapat mencapai audience dalam jumlah besar. Media yang menarik minat nasabah untuk mencari informasi mengenai asuransi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melalui Brosur 2. Melalui Proposal asuransi 3. Melalui internet 4. Melalui iklan
Pemahaman nasabah (Y)	Pemahaman merupakan suatu kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana yang disampaikan oleh komunikator. Dalam hal ini nasabah asuransi allianz dapat memahami penjelasan yang sudah di berikan oleh para agen asuransi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi jenis klaim asuransi. 2. Informasi aturan dan prosedur klaim asuransi. 3. Informasi persyaratan klaim asuransi. 4. Informasi Pengecualian klaim asuransi. 5. Informasi waktu proses klaim asuransi.

HASIL PENELITIAN DAN PENJELASAN

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - laki	16	48,50%
Perempuan	17	51,50%
Jumlah	33	100%

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa dari 33 orang responden, 16 orang (48,50%) adalah responden laki - laki, sedangkan 17 orang (51,50%) adalah responden perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, komposisi responden dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh responden wanita.

2. Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 27 Tahun	6	18,20%
28 - 38 Tahun	7	21,20%
39 - 50 Tahun	14	42,40%
> 50 Tahun	6	18,20%
Jumlah	33	100%

Berdasarkan distribusi usia responden yang disajikan dalam tabel diatas menjelaskan bahwa dari 33

orang responden, terdiri dari 6 orang atau (18,20%) di antaranya berusia antara 17 - 27 tahun, 7 orang atau (21,20%) berusia antara 28 - 38 tahun, 14 orang atau (42,20%) diantaranya berusia 39 - 50 tahun dan 6 orang atau (18,20%) di antaranya berusia lebih dari lebih dari 50 tahun. Mengacu pada distribusi usia responden di atas maka dapat disimpulkan bahwa, responden penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia antara 39 - 50 tahun.

3. Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	1	3%
SMA/SMK	17	51,5%
S1/S2	15	45,5%
Jumlah	33	100%

Berdasarkan distribusi usia responden yang disajikan dalam tabel diatas menjelaskan bahwa dari 33 orang responden, terdiri dari 1 orang

atau (3%) dengan tingkat pendidikan SMP, 17 orang atau (51,5%) dengan tingkat pendidikan SMA/SMK, dan 15 orang atau (45,5%) di antaranya dengan tingkat pendidikan S1/S2. Maka dapat disimpulkan bahwa pada distribusi tingkat pendidikan responden di atas, responden penelitian ini didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan SMA atau SMK.

4. Masa Asuransi

Masa Asuransi	Jumlah	Persentase
1 -2 Tahun	7	21,2%
2 – 3 Tahun	11	33,3%
>3 tahun	15	45,5%
Jumlah	33	100%

Berdasarkan distribusi masa asuransi responden yang disajikan dalam tabel di atas menjelaskan bahwa dari 33 orang responden, terdiri dari 7 orang atau (21,2%) dengan masa asuransi antara 1 -2 tahun, 11 orang atau (33,3%) dengan masa asuransi 2 – 3

tahun, dan 15 orang atau (45,5%) di antaranya dengan masa asuransi lebih dari 3 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa pada distribusi masa ke ikut sertaan responden di atas, responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan masa asuransi lebih dari 3 tahun.

5. Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	5	15,2%
Karyawan	14	42,5%
Wiraswasta	7	21,2%
Mahasiswa	2	6,1%
Lainnya....	5	15,2%
Jumlah	33	100%

Berdasarkan distribusi pekerjaan responden yang disajikan dalam tabel di atas menjelaskan bahwa dari 33 orang responden, terdiri dari 5 orang atau (15,2%) dengan pekerjaan PNS, 14 orang atau (42,4%) dengan pekerjaan karyawan, 7 orang atau (21,2%) dengan pekerjaan

wiraswasta, 2 orang atau (6,1%) dengan pekerjaan mahasiswa, dan 5 orang atau (15,2%) di antaranya dengan pekerjaan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa pada tabel distribusi pekerjaan responden di atas, responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai karyawan.

HASIL UJI VALIDITAS

1. Variabel Tatap Muka

Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
Tatap Muka 1	0,998	Valid
Tatap Muka 2	0,998	Valid
Tatap Muka 3	0,998	Valid
Tatap Muka 4	0,972	Valid
Tatap Muka 5	0,998	Valid

Berdasarkan distribusi dapat diketahui bahwa instrument variabel tatap muka memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,01 dan nilai r tabel untuk sampel taraf signifikansi 0,01 adalah 0,344. Tabel ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang tatap muka adalah valid, karena nilai rxy lebih besar dari

rtabel. Dengan demikian semua butir pertanyaan angket tatap muka adalah valid.

2. Variabel Media Massa

Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
Media Massa 1	0,914	Valid
Media Massa 2	0,914	Valid
Media Massa 3	0,914	Valid
Media Massa 4	0,914	Valid
Media Massa 5	0,719	Valid
Media Massa 6	0,719	Valid
Media Massa 7	0,920	Valid
Media Massa 8	0,921	Valid
Media Massa 9	0,922	Valid
Media Massa 10	0,923	Valid
Media Massa 11	0,924	Valid
Media Massa 12	0,925	Valid
Media Massa 13	0,648	Valid
Media Massa 14	0,648	Valid
Media Massa 15	0,648	Valid

Berdasarkan distribusi ini dapat diketahui bahwa instrument variabel media massa memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,01 dan nilai r tabel

untuk sampel taraf signifikansi 0,01 adalah 0,344. Tabel ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang media massa adalah valid, karena nilai rxy lebih besar dari rtabel. Dengan demikian semua butir pertanyaan angket media massa valid.

3. Variabel Pemahaman Nasabah

Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
Pemahaman nasabah 1	1,000	Valid
Pemahaman nasabah 2	1,000	Valid
Pemahaman nasabah 3	1,000	Valid
Pemahaman nasabah 4	1,000	Valid
Pemahaman nasabah 5	1,000	Valid
Pemahaman nasabah 6	1,000	Valid

Berdasarkan distribusi tabel ini dapat diketahui bahwa instrument variabel pemahaman memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,01 dan nilai r tabel

untuk sampel taraf signifikansi 0,01 adalah 0,344. Tabel ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan tentang pemahaman nasabah adalah valid, karena nilai rxy lebih besar dari rtabel. Dengan demikian semua butir pertanyaan angket pemahaman nasabah valid.

HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tatap Muka	0,996	Reliabel
Media Massa	0,969	Reliabel
Pemahaman nasabah	1,000	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dengan *Cronbach's Alpha* sebagaimana terlihat pada tabel yang menunjukkan bahwa nilai Alpha lebih dari 0,60. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel.

PEMBAHASAN HASIL

PENELITIAN

Berdasarkan pada hasil perhitungan dan analisis data penelitian, hasilnya menunjukkan adanya hubungan dan hal yang positif. Berikut penjelasan keseluruhan untuk hasil analisis data:

1. Responde yang memberikan jawaban ada sebanyak 33 orang. Setiap responden masing – masing di berikan pertanyaan kuestioner sebanyak 26 butir soal dari tiga variabel yang berbeda yaitu variabel tatap muka(X1), media massa(X2), pemahaman nasabah(Y). Dari seluruh pertanyaan yang di berikan nasabah menjawab hampir secara keseluruhan memahami tentang proses klaim asuransi jiwa. Berdasarkan tabel hitung menggunakan SPSS, dapat diketahui persentase dari

pemahaman nasabah. Sebanyak 21,64% rata rata nasabah memahami informasi proses klaim asuransi dengan tatap muka, 56,79% rata rata nasabah memahami informasi proses klaim asuransi dengan media massa.

2. Dalam penelitian ini juga menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang bertujuan untuk menguji apakah valid tidaknya suatu instrument pertanyaan yang di berikan kepada pihak nasabah. Dari hasil tabel hitung menggunakan spss, dapat di ketahui jika seluruh butir pertanyaan yang di sajikan adalah valid. Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang ada di atas 0,01 maka dapat dipastikan jika nilai

keseluruhan lebih besar dari nilai yang ada pada tabel. Pada uji reliabilitas mendapatkan hasil yang sama dengan uji validitas, yaitu nilai Alpha yang lebih dari 0,06 sehingga disimpulkan jika indikator yang di pakai dalam penelitian adalah reliabel. Dengan kata lain seluruh butir pertanyaan mengandung unsur positif dan sesuai dengan indikator yang di gunakan.

3. Pada uji selanjutnya yaitu uji regresi linier berganda. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah adanya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil hitung pada tabel spss, diketahui jika keseluruhan variabel independent memiliki

hubungan dengan variabel dependen. Dari hasil persamaannya menjelaskan komunikasi tatap muka dan media massa memiliki pengaruh besar pada pemahaman nasabah terhadap informasi proses klaim asuransi jiwa.

4. Selanjutnya uji yang di terapkan dalam penelitian ini adalah uji t dan uji F. Uji T atau uji parsial digunakan untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah atau sendiri – sendiri. Dalam hasil uji t di ketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dari nilai tabel yang di tentukan. Sehingga setiap variabel masing – masing dapat dinyatakan secara signifikan memiliki

pengaruh terhadap pemahaman nasabah pada proses klaim asuransi jiwa. Pada uji F atau simultan juga memiliki hasil yang sama. Uji simultan bertujuan untuk menguji secara keseluruhan apakah variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Dalam hasil hitung spss diketahui jika variabel independen keseluruhan berpengaruh signifikan pada variabel dependent. Sehingga kesimpulan akhir adalah jika komunikasi tatap muka dan media massa sangat berpengaruh penting terhadap pemahaman nasabah pada informasi proses klaim asuransi jiwa.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai Analisis Pengaruh Komunikasi Informasi Terhadap Pemahaman Nasabah Pada Proses Klaim Asuransi Jiwa di PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Banjarmasin, sebagai berikut:

1. Pemahaman nasabah dalam menerima informasi tentang proses klaim asuransi jiwa di PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Banjarmasin baik melalui tatap muka ataupun media massa secara keseluruhan nasabah memahami mengenai hal tersebut. Komunikasi seperti yang di jelaskan di awal bahwa

apabila seseorang mampu menerjemahkan dan menafsirkan informasi yang di terimanya dengan baik, maka komunikasi tersebut di nyatakan efektif. Pada studi kasus ini, nasabah asuransi menerima informasi secara tatap muka dengan bantuan dari agen penjual asuransi dan pihak administrasi perusahaan sehingga informasi yang di terima nasabah secara langsung sangat efisien dalam pemahamannya. Rata rata nasabah lebih memilih untuk melakukan komunikasi tatap muka dari pada media massa. Hal tersebut di karenakan jika secara tatap muka nasabah bisa menanyakan informasi secara detail mengenai informasi proses klaim asuransi. Bukan

berarti nasabah tidak bisa menerima dan menafsirkan informasi yang di terimanya melalui media massa. Sebagian nasabah berpendapat jika melalui media massa, informasi yang di terimanya adalah informasi yang secara umum saja, tetapi hal tersebut membantu dalam pertimbangan nasabah dalam mengambil keputusan.

2. Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman nasabah terhadap informasi proses klaim asuransi jiwa adalah sebagai berikut:

a) Faktor usia
bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada pertambahan pemahaman yang diperolehnya, akan tetapi pada umur-umur tertentu atau

menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau mengingat suatu pemahaman akan berkurang.

b) Pengalaman

Semakin lama pengalaman seorang nasabah dalam ikutsertaan asuransi, maka semakin banyak pula informasi yang di terima sehingga pemahaman nasabah menerima informasi proses klaim asuransi semakin banyak

c) Pendidikan

Tingkat pendidikan turut pula menentukan mudah tidaknya seseorang menyerap dan memahami informasi yang mereka peroleh, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang makin semakin baik pula pemahamannya.

a) Pekerjaan

Secara tidak langsung pekerjaan turut andil dalam mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang, hal ini dikarenakan pekerjaan berhubungan erat dengan faktor interaksi sosial dan kebudayaan, sedangkan interaksi sosial dan budaya berhubungan erat dengan proses pertukaran informasi.

SARAN

Dalam komunikasi yang efektif, informasi yang disampaikan haruslah sesuai dengan maksud dan tujuan dari si pemberi pesan. Dalam studi ini bagi penulis masih banyak sekali kekurangan dalam pengaplikasian komunikasi. Mulai dari tatap muka hingga

media massa. Hal tersebut tentunya berdampak pada informasi yang diterima. Terkadang nasabah asuransi telah menerima informasi secara tatap muka melalui agen dan bagian administrasi perusahaan. Nasabah biasanya mengeluhkan jika informasi yang di terimanya terdahulu dengan yang sekarang, banyak sekali mengalami perbedaaan, sehingga banyak nasabah yang protes dan tidak dapat memahami hal tersebut. oleh sebab itu penting sekali untuk meningkatkan layanan dari komunikasi secara tatap muka dengan pihak nasabah. Dan Untuk bagian administrasi perusahaan perlu adanya bimbingan secara menyeluruh agar pihak administrasi

perusahaan dapat memaksimalkan informasi asuransi kepada pihak nasabah secara maksimal.