

ABSTRACT

The background of this research is motivated by the assumption that to achieve good relationships with internal public of organization should have a good relationship with internal public. The implementation of programs to manage relationships with internal public effectively will make a good relationship. As has been done by CommonwealthLife in managing relationships with insurance agents, so that the results they did a good performance and they have successfully made PT. Commonwealth Life became the number one insurance company in Indonesia

This study aimed to research the implementation of public relations program to manage relationships with insurance agents of PT. Commonwealth Life by viewed from the perspective of the management process, from planning and programming, implementation of employee relations, namely education and training programs, program achievement motivation; awards program; special event; making internal media program. And the last to research the evaluation of program.

The research was conducted with a qualitative approach using case study research design. Primary data obtained through participant observation and in-depth interviews with informants (key and basic), for specified key informants consisting of three people from one division chief marketing sales training department heads and the insurance agent who served as the Agency Director. There were also secondary data obtained from the Office of PT. Commonwealth Life in Jalan Asia Afrika Bandung. Each type of data was given an analysis and interpretation.

The results showed that the implementation of programs to manage relationships with internal public is able to create good relationships with insurance agents. It had made PT Commonwealth Life insurance agents performed well in performing they duties. This was because of good planning and programming, good implementation of programs on education and training programs that made a reliable insurance agents in performing they duties, achievement motivation training program made insurance agents had a positive mental attitude, the awards program makes insurance agents were felt recognized and appreciated and to ready to challenge to excel, special event program to be an alternative strategy to facilitate the agents in performing they duties, the program made internal media made agent easier to get the information and in could maintained harmonious relations between agents, leaders, staff and management.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh asumsi bahwa untuk mencapai hubungan yang baik dengan publik internal dalam suatu perusahaan diperlukan pengelolaan hubungan yang baik. Pengelolaan hubungan yang baik itu ditunjukkan dengan implementasi program mengelola hubungan dengan publik internal secara efektif. Seperti yang telah dilakukan oleh PT. Commonwealth Life dalam mengelola hubungan dengan agen asuransinya, yang ditunjukkan dengan kinerja baik oleh agen-agen asuransinya yang menjadikan PT. Commonwealth Life menjadi perusahaan asuransi jiwa nomor satu di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi program public relations dalam mengelola hubungan dengan agen asuransi oleh PT. Commonwealth Life dilihat dari sudut pandang proses manajemen, dari perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan employee relations yaitu: program pendidikan dan pelatihan, program motivasi berprestasi; program penghargaan; special event; program membuat media internal dan meneliti evaluasi program di Commonwealth Life.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan desain penelitian studi kasus. Data primer didapatkan melalui pengamatan terlibat dan wawancara mendalam dengan informan (kunci dan pokok). Untuk informan kunci ditentukan sebanyak tiga orang yang terdiri dari seorang kepala divisi marketing, kepala sales training department dan agen asuransi yang menjabat sebagai Agency Director. Adapun data sekunder didapatkan dari Kantor PT. Commonwealth Life di Jalan Asia Afrika Bandung. Setiap jenis data diberikan analisis dan penafsiran dengan mengacu pada fokus penelitian implementasi program public relations dalam mengelola hubungan dengan publik internal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program mengelola hubungan dengan publik internal mampu menciptakan hubungan baik dengan agen asuransi sehingga dapat membuat agen asuransi PT Commonwealth Life berkinerja baik dalam melakukan tugas-tugasnya. Ini dikarenakan perencanaan dan pemrograman yang baik, pelaksanaan program yang baik pada program pendidikan dan pelatihan yang membuat agen asuransi menjadi handal dalam melakukan tugas-tugasnya, program motivasi berprestasi membuat agen asuransi memiliki mental positif, program penghargaan membuat agen asuransi merasa diakui dan dihargai dan merasa tertantang untuk terus berprestasi, program special event menjadi alternatif strategi untuk mempermudah agen dalam melakukan tugas-tugasnya, program membuat media internal membuat agen mudah untuk mendapat informasi dan terjaga hubungan harmonis antara agen, leader, staf dan manajemen.