

ABSTRAK

Judul : Analisis Efektivitas *Website* PT Asuransi Sinar Mas Dalam Memberikan Informasi Dan Promosi Kepada Nasabah

Nama : Tommy Arisandi Halim

Program Studi : Hubungan Masyarakat

Penelitian ini menganalisa efektivitas website PT Asuransi Sinar Mas sebagai saluran utama dalam memberikan informasi dan promosi kepada nasabah. Fokus utama penelitian adalah pada transformasi digital dari tahun 2019 hingga 2023, dengan penekanan pada perubahan tampilan, fungsi navigasi, dan respons terhadap kebutuhan nasabah. Melalui metode wawancara dan analisis faktor efektivitas, penelitian ini mengidentifikasi bahwa perubahan signifikan pada *website* menciptakan pengalaman online yang lebih baik.

Hasil wawancara nasabah menunjukkan bahwa informasi produk yang disajikan lebih jelas dan terinci, simulasi harga yang relevan, serta perbandingan produk memberikan bantuan yang signifikan bagi nasabah dalam pengambilan keputusan. Nasabah juga menyampaikan kepuasan mereka terhadap perubahan tampilan dan navigasi, meningkatkan efisiensi waktu dan memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan. Analisis faktor efektivitas menunjukkan peningkatan yang konsisten dalam keakuratan informasi, desain menarik, dan konten yang relevan. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan transformasi *website* sebagai respons terhadap revolusi industri 4.0, tetapi juga menyoroti peran kunci *website* dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dan promosi PT Asuransi Sinar Mas. Dengan menyatukan testimoni nasabah dan analisis faktor efektivitas, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang mendalam terkait peran strategis *website* dalam menjawab tuntutan nasabah di era digital.

Kata Kunci: efektivitas *website*, transformasi digital, informasi produk, promosi asuransi, pengalaman nasabah.

ABSTRACT

Title : *Analysis of the Effectiveness of the PT Asuransi Sinar Mas Website in Providing Information and Promotions to Customers*
Name : Tommy Arisandi Halim
Study Program : *Public Relations*

This research analyze the effectiveness of PT Asuransi Sinar Mas website as a primary channel in delivering information and promotions to customers. The primary focus of the study is on the digital transformation from 2019 to 2023, emphasizing changes in display, navigation functions, and responsiveness to customer needs. Through interviews and effectiveness factor analysis, the research identifies that significant changes to the website create a better online experience. Customer interviews reveal that the presented product information is clearer and more detailed, relevant price simulations, and product comparisons providing significant assistance to customers in decision-making. Customers also express satisfaction with changes in display and navigation, improving efficiency and creating a more enjoyable experience. Effectiveness factor analysis indicates consistent improvements in information accuracy, attractive design, and relevant content. This research not only illustrates the website's transformation in response to the Industry 4.0 revolution but also highlights the key role of the website in enhancing communication effectiveness and promotions for PT Asuransi Sinar Mas. By combining customer testimonials and effectiveness factor analysis, the research aims to provide in-depth insights into the strategic role of the website in meeting customer demands in the digital era.

Keywords : *website effectiveness, digital transformation, product information, insurance promotions, customer experience.*