

## **ABSTRAK**

Komunikasi pemasaran diperlukan dalam memasarkan suatu produk. Salah satu produk dari PT Jasindo yaitu Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP). AUTP adalah perjanjian antara petani dan pihak perusahaan asuransi untuk mengikatkan diri dalam pertanggungansan risiko usaha tani padi. Tujuan dari penelitian ini mengetahui Pola Komunikasi Pemasaran PT. Jasindo Yogyakarta dalam mensosialisasikan produk asuransi usaha tani padi di kabupaten Kulonpogo Yogyakarta. Metode penelitian yaitu Jenis penelitian kualitatif, Teknik pengumpulan data menggunakan Wawancara Mendalam, Observasi, Dokumentasi. Teknik Analisis Data menggunakan penelitian kualitatif dengan Miles and Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pola komunikasi PT Jasindo dalam mensosialisasikan program Asuransi Usaha Tani Padi Dinas Pertanian Tanaman dan Pangan Kabupaten Sleman yaitu Pola komunikasi program Asuransi Usaha Tani Padi yang dilakukan oleh PT Jasindo ada 3 tahapan yang dilakukan yaitu yang pertama tahap persiapan dimana Dinas Pertanian melakukan sosialisasi, yang kedua tahap pelaksanaan, yang terakhir tahap monitoring, evaluasi, dan pelaporan. Faktor penunjang Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) di Kabupaten Sleman adalah terdapatnya areal sawah/lahan potensial tanaman padi, adanya potensi terserang Organisme Pengganggu Tanaman, terdapatnya minat petani terhadap program AUTP, persyaratan yang mudah bagi petani, adanya bantuan subsidi dari pemerintah untuk pembayaran premi. Faktor penghambat Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) di Kabupaten Sleman adalah Pola pikir petani yang pesimis dan apatis, sehingga untuk menanamkan pada petani tentang pentingnya program AUTP bagi petani membutuhkan waktu yang lama dan sulit.

**Kata Kunci:** Pola Komunikasi Pemasaran, Produk AUTP

## **ABSTRACT**

Marketing communication is needed in marketing a product. One of the products from PT Jasindo is the Rice Farmer Business Insurance (AOTP). AOTP is an agreement between a farmer and an insurance company to commit themselves to the risk coverage of rice farming. The purpose of this study is to determine the Marketing Communication Pattern of PT. Jasindo Yogyakarta in socializing rice farming insurance products in the Kulonpogo district of Yogyakarta. The research method is qualitative research, data collection techniques using in-depth interviews, observation, documentation. Data Analysis Techniques using qualitative research with Miles and Huberman. The results showed that the communication patterns of PT Jasindo in socializing the Rice Farming Business Insurance program of the Agriculture and Food Crops Office of Sleman Regency were the communication patterns of the Rice Farming Business Insurance program carried out by PT Jasindo. There were 3 stages carried out. , the second stage of implementation, the last stage of monitoring, evaluation, and reporting. Supporting factors for Paddy Farming Business Insurance (AOTP) in Sleman Regency are the presence of paddy fields / potential paddy fields, the potential for crop pests, the farmers' interest in the AOTP program, easy requirements for farmers, subsidies from the government for premium payments . The inhibiting factor for Rice Farmers Business Insurance (AOTP) in Sleman Regency is the pessimistic and apathetic mindset of farmers, so to instill in farmers the importance of the AOTP program for farmers requires a long and difficult time.

Keywords: Marketing Communication Pattern, AOTP Products