



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PT PINTAR  
PEMENANG ASIA DALAM MEMPERSUASI PESERTA  
PROGRAM KARTU PRAKERJA**

**SKRIPSI**

**FINKA AFRILIANTI  
203516516275**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
JAKARTA**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**IMPLEMENTATION OF PT PINTAR PEMENANG ASIA'S  
MARKETING COMMUNICATIONS IN PERSUADING  
PARTICIPANTS IN PROGRAM KARTU PRAKERJA**

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the  
Bachelor's Degree**

**FINKA AFRILIANTI  
203516516275**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
JAKARTA**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PT PINTAR  
PEMENANG ASIA DALAM MEMPERSUASI PESERTA  
PROGRAM KARTU PRAKERJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh gelar  
S.Ikom**

**FINKA AFRILIANTI  
203516516275**

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
JAKARTA**



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Finka Afrilianti

NPM : 203516516275

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran PT Pintar Pemenang Asia Dalam Mempersuasi Peserta Program Kartu Prakerja

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan,

Jakarta, 27 Februari 2024

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

Universitas Nasional



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Finka Afrilianti  
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516275  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran PT Pintar Pemenang Asia dalam Mempersuasi Peserta Program Kartu Prakerja

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 26 Februari 2024

Ketua Sidang : Dr. Safrizal, S.I.P., M.Si

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

Penguji II : Nursatyo, S.Sos., M.Si

Keterangan :

*\*J Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Finka Afrilianti  
NPM : 203516516275  
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang : 21 Februari 2024

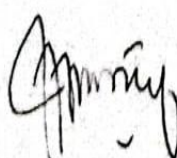



JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Implementasi komunikasi Pemasaran PT Pintar Pemenang Asia Dalam Mempersuasi Peserta Program Kartu Prakerja

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Implementation of PT Pintar Pemenang Asia's Marketing Communications in Persuading Participants in Program Kartu Prakerja

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 27 Februari 2024	TGL : 27 Februari 2024	TGL : 27 Februari 2024
	 	

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

 Nama : Finka Afrilianti  
NPM : 203516516275

**Tanda Tangan:**



**Tanggal 29 Januari 2024**

**UNIVERSITAS NASIONAL**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA**  
**SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 20...../20.....**

Nama Mahasiswa	: Finka Afrilianti.....
No. Pokok	: 202516516275.....
Program Studi/Jurusan	: Ilmu Komunikasi.....
Tempat Tgl. Lahir	: Jakarta / 01 April 2002.....
Alamat Rumah	: Taman Kebalen Indah Jalan Oregon 1 Blok 02 No. 65 RT. 003 RW. 27 Kab. Bekasi Babelan Jawa Barat.....
Telepon Rumah	: .....
Telepon Kantor	: .....
HP	: 0859.29022152.....
Alamat Kantor	: .....
E-mail	: FinkaAfrilianti01@gmail.com.....
	Jakarta, 27 Februari 2024 Alumni, 





## KATA PENGANTAR

Peneliti melakukan penelitian ini karena peneliti melihat bahwa program inisiasi Pemerintah Indonesia yaitu program Kartu Prakerja adalah suatu upaya untuk meningkatkan keahlian atau *skill* masyarakat Indonesia Angkatan kerja usia 18-64 tahun. Sehingga masyarakat Indonesia perlu mengetahui apa itu program Kartu Prakerja dan nilai manfaat yang didapatkan jika lolos program Kartu Prakerja. Supaya masyarakat Indonesia tahu terkait program Kartu Prakerja maka perlu adanya Kerjasama dari beberapa mitra resmi Kartu Prakerja termasuk *platform digital*. Pintar sebagai salah satu mitra resmi Kartu Prakerja pun turut aktif melakukan kegiatan ini supaya masyarakat mengetahui program Kartu Prakerja hingga pada akhirnya bagi masyarakat yang berhasil lolos program Kartu Prakerja membeli pelatihan di Pintar sebagai mitra resmi Program Kartu Prakerja.

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bapak Dr El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya
- (2) Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
- (3) Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- (4) Bapak Dr (C) Angga Sulaiman S.IP, MAP selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- (5) Ibu Djujur Luciana Radjagukguk, S.SOS, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
- (6) Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;

- (7) Informan-informan dari Pihak PT Pintar Pemenang Asia yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan terutama mas Ilham selaku informan kunci, mba Miza selaku informan satu, mba Iffa selaku informan dua, mas Dhani selaku informan tiga, mas Randhyan selaku informan empat, mas Gamal selaku informan lima, dan mas Dewo selaku informan enam .
- (8) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- (9) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

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

Bekasi, 21 Januari 2024



*Fulana*

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Finka Afrilianti  
NPM : 203516516275  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:


**Implementasi Komunikasi Pemasaran PT Pintar Pemenang Asia Dalam Mempersuasi Peserta Program Kartu Prakerja**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Bekasi  
Pada tanggal: 29 Januari 2024

Yang menyatakan



(Finka Afrilianti)

## ABSTRAK

Nama : Finka Afrilianti  
Program Studi : Ilmu Komunikas  
Judul : Implementasi Komunikasi Pemasaran PT Pintar  
Pemenang Asia Dalam Mempersuasi Peserta  
Program Kartu Prakerja  
Pembimbing : Nursatyo, S. Sos., M. Si

Skripsi ini membahas mengenai implementasi atau penerapan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Pintar Pemenang Asia untuk mempersuasi peserta program Kartu Program Kartu Prakerja. Latar belakang penelitian ini adalah karena program Kartu Prakerja sebagai program inisiasi pemerintah khususnya diurus oleh Kementerian Perekonomian Republik Indonesia yang diatur pada Peraturan Kementerian Perekonomian No.17 Tahun 2022. Program Kartu Prakerja ini untuk meningkatkan keahlian atau *skill* untuk masyarakat Angkatan kerja di Indonesia sehingga Pintar sebagai mitra resmi *platform digital* Kartu Prakerja harus melakukan komunikasi pemasaran untuk mengomunikasikan terkait ap aitu program Kartu Prakerja dan pada akhirnya membeli pelatihan Kartu Prakerja di Pintar. Penelitian ini menggunakan teori bauran promosi dari Kotler dan Amstrong. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk metode pengambilan data peneliti menggunakan wawancara dengan *key informan* Head of Operation Pintar Ilham Maulana dan juga menggunakan dokumentasi terkait data-data yang diberikan oleh *key informan*. Hasil dari penelitian ini adalah Pintar memposisin dirinya sebagai *platform digital* yang cepat dengan adanya fitur *live chat*. Kemudian melakukan komunikasi pemasaran dengan menggunakan sosial media organik melalui Instagram, Facebook, Tiktok, LinkedIn, *website*, *event*, dan *press release*. Selain itu Pintar juga menggunakan iklan berbayar melalui Facebook ads dan juga Google ads. Kemudian untuk pesan *image branding* banyak menggunakan *soft selling* daripada *hard selling* dan gaya pesan tergantung medianya. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Pintar memanfaatkan media sosial organik dan juga berbayar untuk komunikasi pamarannya dan juga menggunakan pesan *image branding* yang *soft selling*. Saran peneliti adalah Pintar membuat akun *channel* Youtube dan juga lebih memperbanyak jenis konten sosial media khususnya di Tiktok dan juga LinkedIn.

Kata kunci:

Komunikasi Pemasaran, Peserta Program Kartu Prakerja, Bauran Promosi Persuasif, *Image Branding*

## ABSTRACT

Name : Finka Afrilianti  
Study Program : Communication Sciences  
Title : Implementation of PT Pintar Pemenang Asia  
Marketing Communications in Persuading  
Participants in Program Kartu Prakerja Card  
Program  
Counsellor : Nursatyo, S. Sos., M. Si

This thesis discusses the implementation or implementation of marketing communications carried out by PT Pintar Juara Asia to persuade participants in the Pre-Employment Card Program. The background to this research is because the Pre-Employment Card program is a government-initiated program specifically managed by the Ministry of Economy of the Republic of Indonesia which is regulated in Ministry of Economic Regulation No. 17 of 2022. This Pre-Employment Card Program is to improve expertise or skills for the workforce in Indonesia so that they are Smart as The official partner of the Pre-Employment Card digital platform must carry out marketing communications to communicate what the Pre-Employment Card program is and ultimately purchase the Pre-Employment Card training at Pintar. This research uses the promotion mix theory of Kotler and Armstrong. The research method that the researcher used was a qualitative approach. For the data collection method, researchers used interviews with the key informant, Head of Operation Pintar Ilham Maulana and also used documentation related to the data provided by the key informant. The result of this research is that Pintar positions itself as a fast digital platform with a live chat feature. Then carry out marketing communications using organic social media via Instagram, Facebook, Tiktok, LinkedIn, websites, events and press releases. Apart from that, Pintar also uses paid advertising via Facebook ads and also Google ads. Then, for image branding messages, many people use soft selling rather than hard selling and the message style depends on the media. The conclusion of this research is that Smart uses organic and paid social media for marketing communications and also uses soft selling image branding messages. The researcher's advice is to be smart in creating a YouTube channel account and also increasing the types of social media content, especially on Tiktok and LinkedIn.

### Keywords:

Marketing Communications, Pre-Employment Card Program Participants, Persuasive Promotion Mix, Image Branding

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	8
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II</b> .....	16
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.2 Teori Bauran Promosi.....	30
2.3 Teori Elaboration Likelihood.....	32
2.4 Konsep Implementasi.....	33
2.5 Komunikasi Pemasaran.....	34
2.6 <i>Startup Education Technology</i> .....	40
2.7 Persuasi.....	41
2.8 Program Kartu Prakerja.....	44
2.9 Kerangka Pemikiran.....	48
<b>BAB III</b> .....	49
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	49
3.1 Pendekatan Penelitian.....	49
3.2 Penentuan Informan.....	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	53
3.5 Uji Keabsahan Data.....	56
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	57
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	57

3.6.2.	Jadwal Penelitian.....	57
<b>BAB IV</b>	.....	59
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	59
4.1.	Gambaran Perusahaan .....	59
4.1.1.	Profil Pintar .....	59
4.1.2.	Visi dan Misi .....	65
4.1.3.	Logo Perusahaan .....	66
4.1.4.	Divisi Growth and Marketing .....	66
4.2.	Implementasi Komunikasi Pemasaran Pintar .....	67
4.2.1	Analisis STP Pintar .....	67
4.2.2	Analisis Media Promosi Program Kartu Prakerja .....	90
4.2.3	Analisis Pesan Image Branding .....	114
4.3.	Pembahasan .....	140
<b>BAB V</b>	.....	146
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	146
5.1	Kesimpulan.....	146
5.2	Saran .....	147
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	150
<b>LAMPIRAN</b>	.....	155





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Dunia (Januari 1993-2023) .....	1
Gambar 1.2 grafik penggunaan internet di Indonesia (Januari 2022-Januari2023) 2	
Gambar 1.3 Grafik Jumlah Pesertra Kartu Prakerja yang Membeli Pelatihan di Pintar .....	
.....	8
Gambar 1.4 Konteks Angkatan Kerja Indonesia.....	10
Gambar 4. 1 Mitra Enterprise Pintar .....	60
Gambar 4.2 Testimonial Mitra Enterprise Pintar .....	61
Gambar 4.3 Mitra Degree Pintar .....	62
Gambar 4. 4 Pintar sebagai Mitra Resmi Prakerja.....	62
Gambar 4.5 Lembaga Pelatihan yang Bergabung di Pintar untuk Program Kartu Prakerja .....	63
Gambar 4.6 Struktur Organisasi Pintar .....	64
Gambar 4.7 Visi dan Misi Pintar .....	65
Gambar 4. 8 Logo Pintar .....	66
Gambar 4.9 Jumlah Peserta Kartu Prakerja yang Membeli Pelatihan di Pintar (2020-2023) .....	68
Gambar 4.10 Klasifikasi Peserta Program Kartu Prakerja yang Membeli Pelatihan di Pintar .....	69
Gambar 4. 11 Media Promosi Pintar melalui Instagram.....	92
Gambar 4.12 Media Promosi Pintar melalui Facebook .....	922
Gambar 4.13 Media Promosi Pintar melalui Tiktok .....	93
Gambar 4.14 Media Promosi Pintar melalui LinkedIn .....	93
Gambar 4.15 Klasifikasi Persebaran Presentasi Media Promosi yang Dipakai Pintar untuk Promosi Prakerja.....	95
Gambar 4.16 Media Promosi Pintar untuk Kartu Prakerja melalui <i>Press Release</i> .....	111
Gambar 4. 17 Media Promosi Pintar untuk Kartu Prakerja melalui <i>Press Release</i> ...	111
.....	111
Gambar 4. 18 Media Promosi Pintar untuk Kartu Prakerja melalui <i>Press Release</i> .....	112

Gambar 4. 19 Media Promosi Pintar untuk Kartu Prakerja melalui <i>Press Release</i> .....	112
Gambar 4. 20 Peraturan Promosi dari Manajemen Pelaksana PMO ( <i>Project Management Officer</i> ) untuk Semua <i>Platform Digital</i> .....	115
Gambar 4. 21 Artikel pada <i>website</i> Pintar .....	121
Gambar 4. 22 Artikel pada <i>website</i> Pintar .....	121
Gambar 4. 23 Artikel pada <i>website</i> Pintar .....	122
Gambar 4. 24 Artikel pada <i>website</i> Pintar .....	122
Gambar 4. 25 Konten LinkedIn Pintar .....	123
Gambar 4. 26 Konten LinkedIn Pintar .....	124
Gambar 4. 27 Konten LinkedIn Pintar .....	124
Gambar 4. 28 Konten LinkedIn Pintar .....	125
Gambar 4. 29 Konten LinkedIn Pintar .....	125
Gambar 4. 30 Konten LinkedIn Pintar .....	126
Gambar 4. 31 Konten Tiktok Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	127
Gambar 4. 32 Konten Tiktok Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	128
Gambar 4. 33 Konten Tiktok Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	128
Gambar 4. 34 Konten Tiktok Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	129
Gambar 4. 35 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	130
Gambar 4. 36 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	130
Gambar 4. 37 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	131
Gambar 4. 38 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	131
Gambar 4. 39 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	132
Gambar 4. 40 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	133
Gambar 4. 41 Konten Facebook Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	133
Gambar 4. 42 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	134
Gambar 4. 43 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	134
Gambar 4. 44 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	135
Gambar 4. 45 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	135
Gambar 4. 46 Konten Testimonial Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja .....	136
Gambar 4. 47 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	136

Gambar 4. 48 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	137
Gambar 4. 49 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	137
Gambar 4. 50 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	138
Gambar 4. 51 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	138
Gambar 4. 52 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	139
Gambar 4. 53 Konten Instagram Pintar untuk Promosi Kartu Prakerja.....	139



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	58

