

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL X DEALLS DALAM
MEMBANGUN *ENGAGEMENT* DAN KEPERCAYAAN
*JOB SEEKER***



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

SADILA SYAUMI AL-FALLAH

1408521062

**PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

LEMBAR ORISINALITAS



Intelligentia - Dignitas

**PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul "Pengelolaan Media Sosial X Dealls dalam Membangun *Engagement* dan Kepercayaan *Job Seeker*" adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiarisme dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini, maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 15 Juni 2025



**Sadila Syaumi Al-Fallah
NIM. 1408521062**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum

Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajdi, MA., Ph.D.
NIP. 198107182008011016

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ketua Sidang <u>Asep Soegiarto, M.Si</u> NIP. 198104042009121004		23 Juli 2025
2	Penguji Ahli <u>Abdul Kholik, M.I.Kom</u> NIP. 199108252023211022		23 Juli 2025
3	Sekretaris Sidang <u>Muria Putriana, S.AP., M.Pd.</u> NIDN. 8985090024		24 Juli 2025
4	Dosen Pembimbing <u>Wina Puspita Sari, S.Sos., M.Si.</u> NIP. 197709102008122002		24 Juli 2025

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul "Pengelolaan Media Sosial X Deals dalam Membangun *Engagement* dan Kepercayaan *Job Seeker*" dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital pada Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penyelesaian laporan ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, karya ini tidak akan terwujud dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., Rektor Universitas Negeri Jakarta, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan untuk menuntut ilmu.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, yang selalu memberikan perhatian dan dukungan bagi mahasiswa fakultas ini.
3. Asep Soegiarto, S.IK., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, atas ilmu, bimbingan, dan semangat yang senantiasa diberikan selama masa studi. Setiap perhatian dan arahan yang diberikan sangat berarti dalam proses pembelajaran saya.
4. Wina Puspita Sari, S.Sos., M.Si., dan Muria Putriana, S.AP., M.Pd., selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar dan penuh perhatian dalam membimbing saya selama proses penulisan ini hingga tuntas, serta memberikan masukan dan ilmu yang berharga yang akan terus saya ingat.
5. Seluruh Dosen Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, atas ilmu, inspirasi, dan keteladanan yang telah diberikan selama masa studi. Setiap pertemuan, materi, dan nasihat dari Bapak dan Ibu menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik saya.

6. Bapak dan Ibu tercinta, yang selalu menjadi pelita dalam setiap langkah saya. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah putus, doa yang tak henti mengiringi, dan kepercayaan yang menjadi fondasi semangat saya menyelesaikan studi ini. Juga untuk Kakak, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.
7. Teman-teman seperjuangan dan orang-orang terdekat yang senantiasa hadir dengan semangat, tawa, dukungan, dan kebersamaan yang tulus selama masa-masa sulit maupun menyenangkan, membuat perjalanan ini penuh warna dan bermakna. Kehadiran kalian adalah sumber inspirasi yang tak ternilai dan akan selalu saya kenang.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat dan wawasan yang berguna bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 29 Juni 2025

Penulis



Sadila Syaumi Al-Fallah
NIM. 1408521062

Intelligentia - Dignitas



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sadila Syaumi Al-Fallah
NIM : 1408521062
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Alamat email : sadila.syaumi@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (_____)

yang berjudul: **“Pengelolaan Media Sosial X Deals dalam Membangun Engagement dan Kepercayaan Job Seeker”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *full text* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juli 2025

Penulis,

Sadila Syaumi Al-Fallah

Sadila Syaumi Al-Fallah (1408521062), PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL X DEALLS DALAM MEMBANGUN *ENGAGEMENT* DAN KEPERCAYAAN *JOB SEEKER*, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2025; 186 halaman; 8 lampiran; 4 Buku: 2015–2025, 31 Jurnal, 7 situs.

ABSTRAK

Media sosial menjadi kanal strategis bagi perusahaan digital dalam membangun hubungan dengan audiens. Salah satu pihak yang aktif dalam ruang digital adalah Dealls melalui akun X @deallsjobs, yang dikenal responsif dan dekat dengan komunitas pencari kerja. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Dealls mengelola akun X mereka dalam membangun keterlibatan (*engagement*) dan kepercayaan (*trust*) di kalangan *job seeker*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan model *Circular of SoMe* dari Regina Luttrell sebagai kerangka analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pengelola akun dan audiens aktif, serta dokumentasi unggahan akun X @deallsjobs. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dealls menerapkan keempat tahapan *Circular of SoMe* secara terpadu. Pada tahap *Share*, Dealls membagikan konten lowongan kerja, edukasi karier, serta motivasi secara kontekstual dan responsif terhadap diskusi publik. Pada tahap *Optimize*, pengelola menyesuaikan waktu unggahan, gaya komunikasi, dan isu yang relevan dengan karakteristik audiens, termasuk dengan memanfaatkan tren yang sedang berlangsung secara *real-time*. Pada tahap *Manage*, akun dikelola secara konsisten melalui gaya komunikasi yang sopan dan inklusif, serta pemantauan persepsi publik secara aktif, termasuk dalam menangani isu sensitif dengan pendekatan yang terbuka dan koordinatif. Sementara pada tahap *Engage*, Dealls membangun koneksi emosional melalui interaksi dua arah, balasan yang empatik, dan gaya penyampaian yang hangat dan bersahabat.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan media sosial Dealls tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, melainkan pada pembentukan hubungan digital yang partisipatif dan berkelanjutan dengan audiensnya. Keterlibatan ditunjukkan melalui partisipasi aktif audiens dalam thread dan diskusi publik, interaksi di *base-platform*, serta respons emosional terhadap unggahan yang relevan. Sementara itu, kepercayaan tumbuh dari konsistensi kehadiran, respons cepat yang solutif, dan gaya komunikasi yang empatik. Hal ini tercermin dari perilaku audiens yang menjadikan Dealls sebagai rujukan utama dalam mencari informasi karier, termasuk isu sensitif seperti hukum ketenagakerjaan dan etika kerja, serta pilihan mereka untuk mengikuti dan berinteraksi melalui DM. Reputasi akun sebagai sumber terpercaya turut diperkuat oleh kehadiran mereka yang konsisten di ruang diskusi *job seeker*, di mana balasan mereka dalam menfess viral kerap menempati posisi teratas dan memperoleh interaksi tinggi, menunjukkan tingginya kepercayaan dan perhatian audiens terhadap komunikasi yang mereka bangun.

Kata kunci: Media Sosial, *Engagement*, Kepercayaan, *Circular of SoMe*

Sadila Syaumi Al-Fallah (1408521062), *THE ENGAGEMENT OF DEALLS' SOCIAL MEDIA ON X IN BUILDING JOB SEEKER ENGAGEMENT AND TRUST*, Undergraduate Thesis, 2025; 186 pages; 8 appendices; 4 books (2015–2025), 31 journals, 7 websites.

ABSTRACT

Social media has become a strategic channel for digital companies in building relationships with their audiences. One of the active players in the digital space is Dealls through its X account @deallsjobs, known for being responsive and close to the job-seeking community. This study aims to understand how Dealls manages its X account in fostering engagement and trust among job seekers.

This research adopts a descriptive qualitative approach using Regina Luttrell's Circular of SoMe model as the analytical framework. Data collection techniques include observation, in-depth interviews with the account manager and active audiences, as well as documentation of posts from the @deallsjobs account. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The findings show that Dealls applies all four stages of the Circular of SoMe model in an integrated manner. In the Share stage, Dealls distributes job vacancy content, career education, and motivational messages contextually and responsively to public discussions. In the Optimize stage, the account manager adjusts posting times, communication styles, and relevant topics to the characteristics of the audience, including leveraging real-time trends. In the Manage stage, the account is handled consistently through polite and inclusive communication styles, active monitoring of public perception, and a transparent approach to sensitive issues. In the Engage stage, Dealls builds emotional connection through two-way interactions, empathetic responses, and a warm and approachable communication tone.

This study concludes that Dealls' social media engagement focuses not only on disseminating information but also on forming participatory and sustainable digital relationships with its audience. Engagement is reflected through active audience participation in threads and public discussions, interactions on base-platforms, and emotional responses to relevant posts. Meanwhile, trust grows from consistent presence, timely and solution-oriented responses, and an empathetic communication style. This is evident in the behavior of audiences who consider Dealls a primary reference for career information, including sensitive topics such as labor law and workplace ethics, and choose to follow and interact via direct messages. The account's reputation as a trusted source is also strengthened by its consistent presence in job-seeker discussion spaces, where Dealls' replies in viral menfess frequently rank at the top and receive high levels of interaction, demonstrating strong public trust and attention to the communication they build.

Keywords: Social Media, Engagement, Trust, Circular of SoMe

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Deskripsi Konseptual	12
2.1.1 Pengertian dan Peran Media Sosial.....	12
2.1.2 Pengelolaan Media Sosial	13
2.1.3 <i>Model Circular of SoMe</i>	14
2.1.4 Media Sosial X.....	15
2.1.5 <i>Base X</i>	16
2.1.6 <i>Engagement</i> dalam Media Sosial	17
2.1.7 Kepercayaan dalam Interaksi Digital	18
2.1.8 <i>Job portal</i>	18
2.1.9 <i>Job seeker</i> (pencari kerja)	20

2.2 Penelitian yang Relevan.....	20
2.3 Keterkaitan Antarkonsep.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	30
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.3 Subjek Penelitian.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Teknik Kalibrasi Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1 Profil Objek Penelitian	40
4.1.1.1 Struktur Tim Pengelola Akun X Dealls	41
4.1.2 Deskripsi Hasil Analisis Data	43
4.1.2.1 Pembentukan Keterlibatan Audiens terhadap Akun X Dealls	46
4.1.2.2 Pembentukan Kepercayaan Audiens terhadap Akun X Dealls	52
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.2.1 Eksplanasi Keterkaitan Konsep atau Teori yang Dikembangkan	59
4.2.1.1 <i>Share</i> : Berbagi Konten dan Informasi yang Relevan.....	60
4.2.1.2 <i>Optimize</i> : Penyesuaian dalam Pengelolaan Media Sosial	70
4.2.1.3 <i>Manage</i> : Pengelolaan Interaksi dan Persepsi Audiens	75
4.2.1.4 <i>Engage</i> : Membangun Keterlibatan Audiens	80
4.2.2 Tantangan Pengelolaan Media Sosial X Dealls	86
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	22
Tabel 3. 1 Kegiatan Penelitian bulan Maret-Juni 2025.....	31
Table 4. 1 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	43

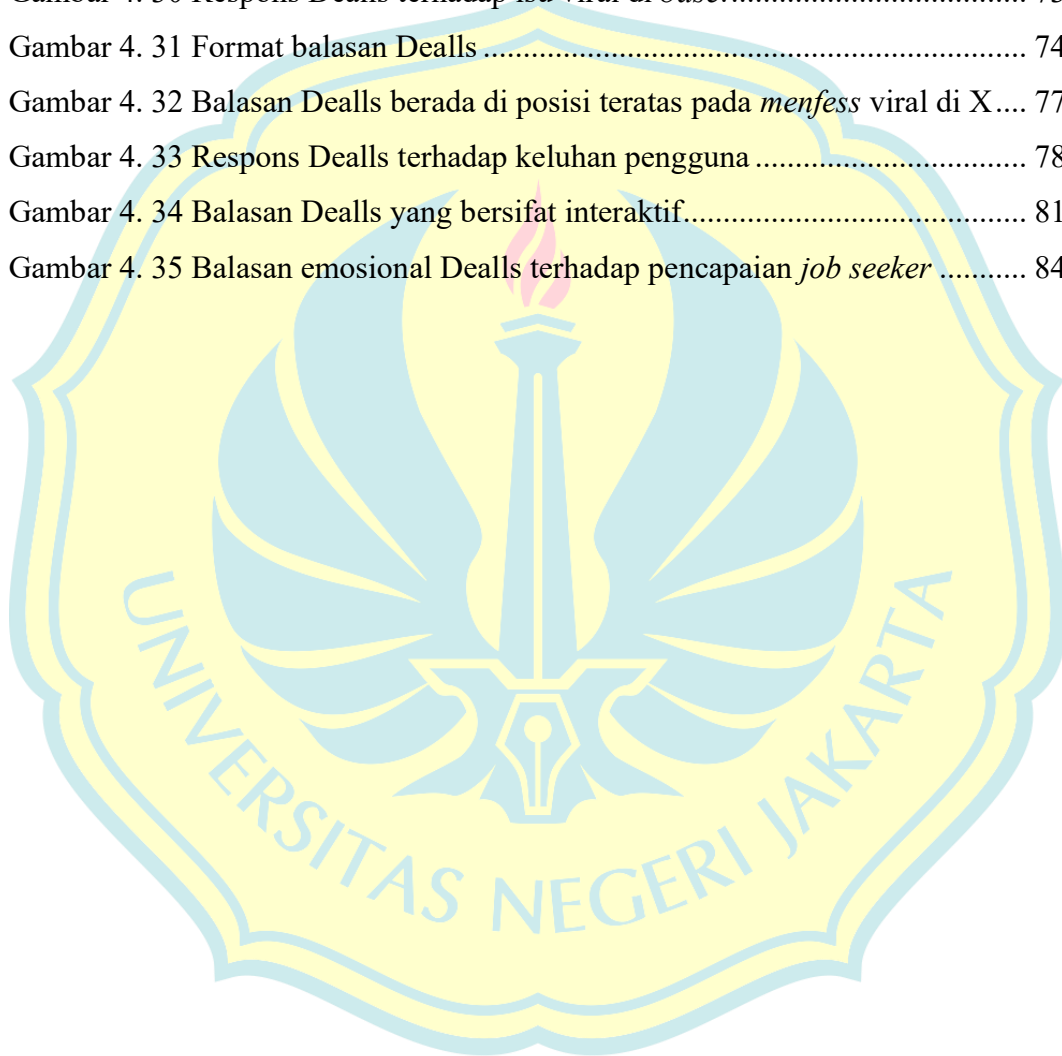


Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data digital Indonesia 2025 menurut Hootsuite.....	1
Gambar 1. 2 Postingan lowongan kerja akun facebook LokerJogja.ID.....	2
Gambar 1. 3 Pengguna Medsos Berpendidikan Tinggi	3
Gambar 1. 4 Negara dengan pengguna X terbesar di dunia.....	4
Gambar 1. 5 Lowongan kerja terdaftar di Indonesia.....	5
Gambar 2. 1 Diagram Keterkaitan Antarkonsep.....	29
Gambar 3. 1 Triangulasi Teknik	39
Gambar 4. 1 Website <i>Job portal</i> Dealls	40
Gambar 4. 2 <i>Followers</i> akun X @DeallsJobs	41
Gambar 4. 3 Struktur tim media sosial Dealls	42
Gambar 4. 8 Keterlibatan audiens terhadap respons akun Dealls di <i>base</i>	47
Gambar 4. 9 Konten interaktif program <i>giveaway</i>	48
Gambar 4. 9 Respons aktif audiens terhadap <i>giveaway</i>	48
Gambar 4. 10 Keterlibatan Dealls di <i>Base</i> Tanyarl.....	50
Gambar 4. 11 <i>Reply</i> mengenai hak lembur dalam UU Ketenagakerjaan.....	53
Gambar 4. 12 Apresiasi audiens terhadap respon Dealls	54
Gambar 4. 13 Respons Dealls yang membangun kepercayaan audiens	55
Gambar 4. 14 Kata kunci harian Dealls yang konsisten dalam berinteraksi.....	56
Gambar 4. 15 <i>The Circular Model of SoMe</i>	59
Gambar 4. 16 <i>Thread</i> lowongan kerja X Dealls.	61
Gambar 4. 17 Konten interaktif (<i>giveaway</i>).....	62
Gambar 4. 18 Konten interaktif (<i>polling</i>)	62
Gambar 4. 19 Konten interaktif (Kuis)	62
Gambar 4. 20 Konten Motivasi dan Inspirasi	64
Gambar 4. 21 <i>Tweet Share event</i> (kolaborasi)	64
Gambar 4. 22 <i>Reply menfess</i> mengenai lowongan kerja.....	66
Gambar 4. 23 <i>Reply menfess</i> tips menyusun CV yang baik.....	67
Gambar 4. 24 <i>Reply menfess</i> tips wawancara kerja	67
Gambar 4. 25 <i>Reply</i> tips komunikasi dengan HRD	68

Gambar 4. 26 <i>Reply</i> edukasi penggunaan rumus Excel	69
Gambar 4. 27 <i>Reply</i> edukasi hak ketenagakerjaan.....	69
Gambar 4. 28 Posting lowongan Dealls pada jam unggahan strategis.	71
Gambar 4. 29 Penyesuaian gaya bahasa Dealls	72
Gambar 4. 30 Respons Dealls terhadap isu viral di <i>base</i>	73
Gambar 4. 31 Format balasan Dealls	74
Gambar 4. 32 Balasan Dealls berada di posisi teratas pada <i>menfess</i> viral di X....	77
Gambar 4. 33 Respons Dealls terhadap keluhan pengguna	78
Gambar 4. 34 Balasan Dealls yang bersifat interaktif.....	81
Gambar 4. 35 Balasan emosional Dealls terhadap pencapaian <i>job seeker</i>	84



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Observasi.....	97
Lampiran 2 Transkrip Key informan	98
Lampiran 3 Transkrip Informan 1	130
Lampiran 4 Transkrip Informan 2	149
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara	167
Lampiran 6 <i>Flyer</i> Pencarian Informan Penelitian	168
Lampiran 7 Bukti Bimbingan	169
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	171



Intelligentia - Dignitas