

HEGEMONI DALAM PEKERJAAN *DIGITAL MARKETING*

(Analisis Jaringan Semantik pada Jobstreet Indonesia)

SKRIPSI



Oleh:

RAFI NURIMANSYAH

NPM. 21043010083

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

SURABAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

HEGEMONI DALAM PEKERJAAN *DIGITAL MARKETING*
(Analisis Jaringan Semantik pada Jobstreet Indonesia)

Disusun oleh:

Rafi Nurimansyah
NPM. 21043010083

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom.
NIP. 197602082021211003

Mengetahui
DEKAN FISIP


Dr. Cafur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

HEGEMONI DALAM PEKERJAAN *DIGITAL MARKETING*
(Analisis Jaringan Semantik pada Jobstreet Indonesia)

oleh:

Rafi Nurimansyah
NPM. 21043010083

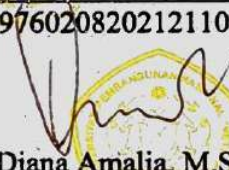
Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
pada tanggal 9 Juli 2025.

PEMBIMBING


Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom.
NIP. 197602082021211003

TIM PENGUJI,


Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom.
NIP. 197602082021211003


Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 196309071991032001


Syifa S. Alamiyah, S.Sos., M.Communi
NIP. 198403242024212021

Mengetahui
DEKAN FISIP


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rafi Nurimansyah

NPM : 21043010083

Program Studi : Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik (FISIBPOL)

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik an/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 2 Juli 2025



Rafi Nurimansyah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah menganugerahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, ilmu, dan solusi pada penulis.
4. Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Dosen Wali yang telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Bapak dan Mama tercinta yang penuh dengan kasih dan pengorbanan, senantiasa mendampingi dan menjadi motivasi terbesar bagi kehidupan penulis.
7. Ibu Erwina Wahyu Hindarti selaku Budhe yang senantiasa berkontribusi dan mendorong penulis sepanjang perjalanan kuliah ini.
8. Ryan Badai Alamsyah, S.Si.D. selaku teman lama yang telah banyak membantu, terutama mewujudkan fondasi awal pengumpulan data.
9. Nanda, Claudya, Dafa, Elizabeth, Naja, Nancy, Sindhy, Tania, Refi, Thomas, Mas Tiar, Mas Danang, Mas Ari, Mas Fandi, Mas Nabil, Bagus, dan Navila, sebagai teman seperjuangan dalam meraih gelar sarjana.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bahasa keterampilan yang digunakan dalam menarasikan syarat dan kompetensi yang dibutuhkan dalam pekerjaan pemasaran digital, sekaligus mengungkap praktik hegemoni bahasa yang dilakukan oleh pemberi kerja sebagaimana tercermin dalam iklan lowongan kerja. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Jaringan Semantik. Hasil menunjukkan adanya praktik imperialisme bahasa, di mana penggunaan bahasa Inggris cenderung digunakan untuk mengglorifikasi posisi tertentu dibandingkan penggunaan bahasa Indonesia. Penelitian ini juga menemukan bahwa label seperti “Senior”, “Work From Home”, “Remote”, dan “Intern” berfungsi sebagai alat simbolik untuk membingkai nilai suatu posisi—baik untuk menciptakan kesan prestisius maupun untuk menjustifikasi kompensasi rendah. Melalui strategi penamaan ini, pemberi kerja mempertahankan hegemoni dengan membentuk nilai kerja secara simbolik, sehingga menyamarkan ketimpangan dan memperkuat dominasi atas pencari kerja.

ABSTRACT

This study aims to identify the language of skills used to narrate the qualifications required in digital marketing jobs, while also uncovering the practice of linguistic hegemony exercised by employers as reflected in job advertisements. The research employs Semantic Network Analysis as its primary method. The findings reveal the presence of linguistic imperialism, where English is used to glorify certain job positions over Indonesian. The study also finds that labels such as “Senior,” “Work From Home,” “Remote,” and “Intern” serve as symbolic tools to frame the value of job positions—either to convey prestige or to justify lower wages. Through these naming strategies, employers maintain their hegemony by constructing symbolic value around work, thereby masking inequality and reinforcing dominance over job seekers.

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR BAGAN	iv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	19
2.2.1 Pemasaran Digital	19
2.2.2 Teori Hegemoni	24
2.2.3 Teori Graf (<i>Graph Theory</i>)	29
2.2.4 Analisis Jaringan Semantik (<i>Semantic Network Analysis</i>)	32
2.3 Kerangka Berpikir	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Definisi dan Operasionalisasi	44
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Analisis Data	51
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek dan/atau Subjek Penelitian	54
4.2 Penyajian dan Analisis Data	55
4.2.1 Jaringan <i>Bipartite</i> Posisi – Keterampilan/Syarat	55
4.2.2 Jaringan <i>Monopartite</i> Posisi – Posisi	68
4.3 Pembahasan	77
4.3.1 Pemetaan Kebutuhan Keterampilan/Syarat Kerja Pemasaran Digital dari Jaringan <i>Bipartite/Two-Mode Network</i>	77
4.3.2 Hegemoni Posisi Kerja Pemasaran Digital dari Pemetaan Jaringan <i>Monopartite/One-Mode Network</i>	85
BAB V	99
KESIMPULAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Survei Platform Pencarian Kerja Versi Populix.....	9
Gambar 2 <i>Connectedness</i> dalam Teori Graf	30
Gambar 3 <i>Projection</i> Jaringan <i>Bipartite/Two-Mode Network</i>	55
Gambar 4 Hasil Pengukuran Modularitas Jaringan <i>Bipartite</i>	56
Gambar 5 Visualisasi <i>Subgraph</i> Keterampilan/Syarat dari <i>Cluster</i> 3 (Bahasa Indonesia – <i>Sales Internet & WiFi</i>).....	58
Gambar 6 Visualisasi <i>Subgraph</i> Keterampilan/Syarat dari <i>Cluster</i> 9 (Bahasa Indonesia Umum).....	60
Gambar 7 Visualisasi <i>Subgraph</i> Keterampilan/Syarat dari <i>Cluster</i> 74 (Bahasa Inggris – Umum).....	62
Gambar 8 <i>Projection</i> Jaringan <i>Monopartite/One-Mode Network</i> Posisi – Posisi..	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 Elemen Jaringan	38
Tabel 3 Metrik Analisis Jaringan Semantik	38
Tabel 4 Contoh Tabel Data Hasil <i>Scraping</i>	50
Tabel 5 Contoh <i>Adjacency Matrix</i>	51
Tabel 6 Level Analisis	52
Tabel 7 Kategori Bahasa dalam Keterampilan/syarat <i>Cluster 3</i> (Bahasa Indonesia – <i>Sales Internet & WiFi</i>)	58
Tabel 8 Kategori Bahasa dalam Keterampilan/syarat <i>Cluster 9</i> (Bahasa Indonesia Umum)	61
Tabel 9 Kategori Bahasa dalam Keterampilan/syarat <i>Cluster 74</i> (Bahasa Inggris – Umum)	63
Tabel 10 Perbandingan Gaji antar <i>Cluster Jaringan Bipartite</i>	65
Tabel 11 Analisis Level Aktor Keterampilan/Syarat dari Jaringan <i>Bipartite</i>	65
Tabel 12 Perbandingan antar <i>Cluster Jaringan Monopartite</i>	70

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 <i>Digital Marketing Channel</i>	20
Bagan 2 Kerangka Berpikir.....	41
Bagan 3 <i>Projection Jaringan Bipartite dan Monopartite</i>	53
Bagan 4 Kategori Keterampilan/Syarat <i>Cluster 3</i> (Bahasa Indonesia – <i>Sales Internet & WiFi</i>)	57
Bagan 5 Distribusi <i>Subgraph</i> Keterampilan/Syarat dari <i>Cluster 3</i> (Bahasa Indonesia – <i>Sales Internet & WiFi</i>)	58
Bagan 6 Kategori Keterampilan/Syarat <i>Cluster 9</i> (Bahasa Indonesia – Umum)...59	
Bagan 7 Distribusi <i>Subgraph</i> Keterampilan/Syarat dari <i>Cluster 9</i> (Bahasa Indonesia Umum)	60
Bagan 8 Kategori Keterampilan/Syarat <i>Cluster 74</i> (Bahasa Inggris – Umum).....	61
Bagan 9 Distribusi <i>Subgraph</i> Keterampilan/Syarat dari <i>Cluster 74</i> (Bahasa Inggris – Umum)	62
Bagan 10 Perbandingan Tingkat Posisi antar <i>Cluster</i>	63
Bagan 11 Perbandingan Penyebutan Gaji antar Tingkat Posisi	68
Bagan 12 <i>Degree Centrality</i> dan Gaji dari Aktor <i>Cluster 1</i>	71
Bagan 13 <i>Degree Centrality</i> dan Gaji dari Aktor <i>Cluster 2</i>	72
Bagan 14 <i>Degree Centrality</i> dan Gaji dari Aktor <i>Cluster 3</i>	73
Bagan 15 <i>Degree Centrality</i> dan Gaji dari Aktor <i>Cluster 4</i>	74
Bagan 16 <i>Betweenness Centrality</i> dan Gaji dari Aktor Jaringan <i>Monopartite</i>	75
Bagan 17 <i>Eigenvector Centrality</i> dan Gaji dari Aktor Jaringan <i>Monopartite</i>	76