

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Internet adalah hasil perkembangan teknologi yang sekarang digunakan oleh banyak orang. Kehadiran internet sebagai bagian dari teknologi telah mengubah cara manusia berinteraksi sosial dibandingkan masa lalu. Dahulu, interaksi antar orang dilakukan secara langsung atau tatap muka, namun sekarang banyak orang berkomunikasi melalui dunia maya atau membangun hubungan sosial secara online (Alyusi: 2016).



(Sumber: Indonesiabaik.id)
Gambar 1.1 Orang Indonesia Makin Melek Internet

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menjelaskan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 orang dari total

penduduk Indonesia tahun 2023 yang sebanyak 278.696.200 jiwa. Dari survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%. Dibandingkan periode sebelumnya, terjadi kenaikan sebesar 1,4% (<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang> Diakses pada 12 April 2025 pukul 19.00).

Belakangan ini, penggunaan internet semakin cepat berkembang. Fungsi internet tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi bagian penting dalam bisnis, industri, pendidikan, serta interaksi sosial. Dalam era media baru, munculnya media sosial memberikan dampak besar terhadap cara masyarakat modern berinteraksi, baik secara individu maupun kelompok. Media sosial menjadi sarana yang memungkinkan pengguna menyampaikan diri sendiri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan orang lain, serta membentuk hubungan virtual (Nasrullah: 2017:11).

Kini media sosial berfungsi sebagai ruang virtual bagi masyarakat untuk menyampaikan berbagai aspirasi, termasuk kritik terhadap lembaga negara. Tagar berperan sebagai label yang menggabungkan semua opini menjadi satu gerakan sebagai upaya mengawasi dan mengontrol lembaga negara. Menurut Bahari (dalam Inny, 2022), pengawasan atau kontrol terhadap kebijakan publik dapat berupa opini dan keluhan masyarakat. Keluhan publik biasanya muncul karena kualitas pelayanan lembaga negara tidak sesuai harapan.

Media sosial yang terkenal belakangan ini seperti TikTok, Facebook, X (Twitter), Instagram, YouTube, dan WhatsApp adalah produk teknologi media baru

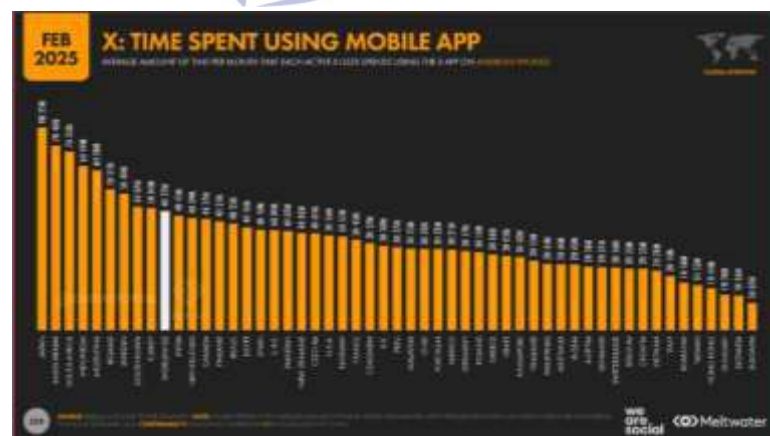
yang sedang digemari berbagai kalangan. Setiap *platform* media sosial memiliki keunikan dan kelebihanannya sendiri, termasuk X.



(Sumber: wearesocial.com)

Gambar 1.2 Pengguna X di Dunia

Menurut data survei yang dilakukan We Are Social pada Februari 2025, terdapat sebanyak 585,5 juta pengguna di dunia yang mengakses media sosial X. Dari data tersebut, Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan pengguna X paling banyak, dengan rata-rata waktu penggunaan 6 jam 49 menit per hari.



(Sumber: wearesocial.com)

Gambar 1.3 Waktu Yang Dhabiskan Menggunakan X

Di Indonesia, X sering digunakan sebagai sarana untuk berbagi berbagai jenis informasi, mulai dari hal-hal pribadi hingga isu sosial, budaya, ekonomi, dan

politik. Karena akses informasi yang mudah melalui platform ini, mendorong terjadinya perbincangan dan munculnya gerakan yang membahas isu-isu penting dalam kehidupan sosial dan politik masyarakat.

Sebelum hadirnya media baru, kritik biasanya hanya dapat disuarakan oleh pihak-pihak tertentu seperti pejabat, pakar, atau jurnalis melalui media massa atau secara langsung. Namun, kehadiran media sosial memungkinkan siapa saja dari berbagai lapisan masyarakat untuk menyampaikan kritik dengan mudah, termasuk kepada pejabat atau institusi negara.

Platform ini juga menyediakan fitur tagar (*hashtag*) dan topik trending yang memudahkan pengguna untuk mengikuti dan terlibat dalam topik-topik yang sedang ramai dibicarakan. Salah satu contohnya adalah tagar #KaburAjaDulu, yang menjadi tren besar di X sejak Desember 2024 dan sempat menduduki posisi trending di Indonesia. Tagar ini awalnya muncul sebagai bentuk ekspresi frustrasi sebagian netizen terhadap kondisi di Indonesia, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ketidakpuasan terhadap situasi ekonomi, menurunnya kualitas hidup, ketidakadilan sosial, kebijakan pemerintah yang dianggap kurang tepat, serta keinginan untuk masa depan yang lebih baik. Mereka juga mencari informasi tentang lowongan kerja, tips persiapan berangkat, risiko yang perlu dipertimbangkan, serta perbandingan antara tinggal di Indonesia dan negara lain.

Muda Bicara ID melakukan penelitian dengan menganalisis percakapan di X dari 31 Januari hingga 3 Februari 2025, dan berhasil mengumpulkan 2.704 tweet yang menggambarkan kegelisahan tersebut. (<http://www.mudabicara.id/kajian/kabur-aja-dulu-trending-di-medsos-gambaran->

[frustrasi-generasi-muda-terhadap-kondisi-indonesia/](#) Diakses pada 12 April pukul 20.00).



(Sumber: mudabicara.id)

Gambar 1.4 Respon Pengguna X

Sebuah organisasi bernama Drone Empirit melakukan observasi terhadap tagar #KaburAjaDulu saat ramai diperbincangkan. Menurut Drone Empirit, akun yang memulai tagar #KaburAjaDulu merupakan akun pribadi dengan username @amouraXexa pada 08 Januari 2025, namun memiliki *engagementnya* yang kecil sekali. Tagar tersebut baru ramai diperbincang kan setelah diangkat oleh akun @hrdbacot pada 14 Januari 2025 dan akun @berlianidris pada 06 Februari 2025 lalu.



(Sumber: pers.droneemprit.id)

Gambar 1.5 Awal Mula #KaburAjaDulu

Tagar ini, yang berarti “kabur saja dulu”, digunakan terutama oleh generasi muda sebagai wadah untuk mengekspresikan kekecewaan mereka terhadap situasi ekonomi, politik, dan sosial dalam negeri. Banyak pengguna membandingkan kehidupan di Indonesia dengan di luar negeri, bahkan saling berbagi informasi tentang beasiswa, lowongan kerja, hingga cara beradaptasi di negara lain. Urgensi topik ini terasa nyata karena tren #KaburAjaDulu bukan sekadar gurauan dunia maya, melainkan indikasi adanya dorongan migrasi massal tenaga muda terampil ke luar negeri (*brain drain*) demi mencari peluang dan kualitas hidup yang lebih baik.

Tagar #KaburAjaDulu muncul sebagai wujud protes publik terhadap berbagai kebijakan pemerintah. Dalam era digital yang berkembang sangat cepat, media sosial telah menjadi instrumen utama dalam membentuk opini publik secara daring. Dengan kemampuan menyebarkan informasi secara massal dan instan, berbagai media sosial terutama X dapat menciptakan tren baru sekaligus menggeser

pandangan masyarakat. Penyebaran isu dalam hitungan detik memungkinkan masyarakat mengakses berita secara real time.

Tagar ini mencuat di awal 2025, tepat setelah 100 hari pemerintahan Presiden Prabowo Subianto. Melalui media sosial, warga mengekspresikan keinginan untuk merantau ke luar negeri, karena merasa jengah dengan laporan yang menggambarkan kondisi Indonesia semakin memburuk. Fenomena ini mencerminkan frustrasi kelas menengah terdidik terhadap arah pemerintahan yang dinilai menyimpang dari janji dan nilai-nilai awal. Tagar tersebut telah membentuk ruang diskusi digital di mana masyarakat secara terbuka mengkritik kinerja pemerintah dan membandingkan kehidupan di luar negeri dengan kondisi di dalam negeri.

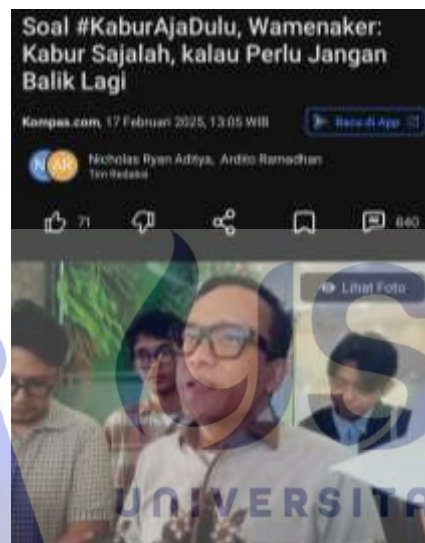
Hal ini berpotensi berdampak serius pada ketersediaan SDM di Indonesia di masa depan. Pemerintah pun mengakui signifikansi fenomena ini. Beberapa pejabat menanggapi secara terbuka, misalnya Presiden yang mengimbau generasi muda untuk menghadapi masalah alih-alih “lari” darinya.



(Sumber: nasional.kompas.com)

Gambar 1.6 Respon Presiden terhadap #KaburAjaDulu

Pernyataan Wakil Menteri menambah panas perdebatan publik seputar tagar #KaburAjaDulu, justru memperkuat kesan bahwa alih-alih mendengar, pemerintah memilih menyudutkan. Hal ini menunjukkan bahwa #KaburAjaDulu bukan sekadar tren dunia maya, melainkan refleksi dari keresahan kolektif yang memantik diskusi nasional tentang rasa memiliki, keadilan sosial, dan masa depan di negeri sendiri.



(Sumber: nasional.kompas.com)

Gambar 1.7 Respon Wamenaker terhadap #KaburAjaDulu

Fenomena #KaburAjaDulu memicu kekhawatiran mengenai kemungkinan berkurangnya tenaga kerja berkualitas di Indonesia. Jika tren ini tidak diatasi dengan kebijakan yang tepat, bisa terjadi dampak besar, seperti perlambatan pertumbuhan ekonomi di sektor penting, menurunnya minat investor, serta memperlebar kesenjangan sosial. Namun, ada pihak yang mengatakan bahwa migrasi tenaga kerja yang terampil bisa memberi peluang transfer pengetahuan dan teknologi dari tenaga kerja Indonesia yang tinggal di luar negeri. Untuk itu, pemerintah perlu berperan aktif dalam menciptakan lingkungan yang mendukung, agar para tenaga kerja berpengalaman bisa kembali dan berkontribusi dalam pembangunan negeri.

Kondisi inilah yang melahirkan urgensi penelitian, memahami bagaimana keluhan kesah digital melalui tagar #KaburAjaDulu dapat membentuk opini publik tentang apakah “kabur” ke luar negeri dianggap solusi atau sekadar pelarian sementara. Secara rinci, penelitian ini menelaah pengaruh *hashtag* tersebut terhadap aspek kognitif (pemahaman dan penilaian isu), afektif (emosi atau perasaan terhadap isu), dan perilaku (niat atau kecenderungan tindakan) dalam opini publik. Dengan kata lain, studi ini ingin mengukur seberapa signifikan keterlibatan pengguna dalam tagar #KaburAjaDulu dapat mengubah atau mengarahkan persepsi dan sikap mereka terhadap kondisi sosial yang melatarbelakangi munculnya tagar tersebut.

Melihat realitas tersebut, penting untuk meneliti bagaimana tagar #KaburAjaDulu, dapat membentuk opini publik di media sosial, khususnya X. Penelitian ini menjadi relevan karena akan memberikan gambaran mengenai peran media sosial dalam membentuk persepsi masyarakat, serta memahami dinamika komunikasi publik di era digital. Fokus penelitian diarahkan pada kelompok pekerja di PT. Brothersindo Saudara Sejati, yang merupakan pengguna aktif media sosial X dan juga bagian dari masyarakat yang memiliki kesadaran kritis terhadap isu sosial dan politik.

Karyawan di PT. Brothersindo Saudara Sejati menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti dalam konteks ini. Sebagai bagian dari generasi produktif yang aktif di media sosial dan terlibat langsung dalam dunia kerja, mereka cenderung memiliki pandangan kritis dan kesadaran sosial yang tinggi. Interaksi mereka dengan media sosial seperti X, serta keterlibatan mereka dalam merespons

isu-isu publik melalui tagar seperti #KaburAjaDulu, dapat mencerminkan bagaimana opini publik terbentuk dan tersebar di era digital saat ini.

Dalam penelitian ini akan dijelaskan hal-hal yang mendorong penulis untuk memahami bagaimana pembentukan opini publik terhadap pengaruh pengaruh #KaburAjaDulu, dengan judul pengaruh #KaburAjaDulu dalam pembentukan opini publik di X.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada cakupan penelitian, bisa dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh *hashtag* #KaburAjaDulu di X berperan dalam pembentukan opini publik?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian yang akan diambil adalah sebagai berikut:

Untuk menganalisis pengaruh #KaburAjaDulu dalam pembentukan opini publik di X.

1.4. Manfaat Penelittian

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang masalah dan tujuan penelitian di atas, penulis berharap penelitian ini memiliki manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan dalam bidang ilmu sosial dan ilmu politik, khususnya mengenai dampak penggunaan media sosial. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi referensi bagi masyarakat luas. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan acuan untuk penelitian lanjutan terkait Pengaruh *Hashtag* #KaburAjaDulu Terhadap Pembentukan Opini Publik di X.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam kepada karyawan mengenai bagaimana informasi yang mereka terima di media sosial, khususnya X, dapat memengaruhi pola pikir dan sikap mereka terhadap isu-isu publik. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital dan sikap kritis terhadap pemberitaan yang beredar di media sosial, juga pemahaman mengenai segala aspek Pengaruh *Hashtag* #KaburAjaDulu Terhadap Pembentukan Opini Publik di X.