

BAB 2

PLATFORM MEDIA SOSIAL X DALAM PEMBENTUKAN DISKUSI MENGENAI #KABURAJADULU

2.1 Media Sosial

Media sosial diketahui sebagai sebuah platform yang memfasilitasi penggunaanya untuk dapat membagikan pesan dan berpartisipasi dalam berbagai topik obrolan. Media sosial dianggap berbeda dari media lama yang bersifat satu arah karena media sosial yang memungkinkan penggunaanya berpartisipasi dalam menciptakan pesan dan memungkinkan adanya desentralisasi informasi. Media sosial sebenarnya dapat merujuk ke banyak hal, tetapi secara luas dapat diartikan sebagai ekosistem digital yang mendorong pembuatan dan penyebarluasan konten yang dibuat oleh penggunaanya (*user generated content*). Platform media sosial merupakan contoh nyata dimana pengguna dapat membagikan gambar, pembaharuan profil, dan membantu orang-orang untuk berkoneksi dan membentuk komunitas (Kaye, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, menurut Kaplan dan Haenlein dalam Dhingra & Mudgal (2019) Media sosial juga didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas fondasi ideologis dan teknologi web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan perturakan konten dari penggunaannya.

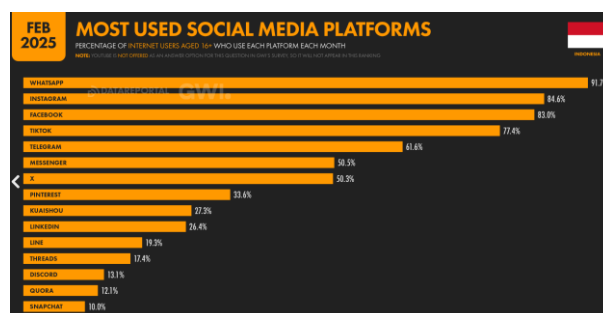
Bila ditarik mundur, media sosial mulai menjadi sebuah sarana berkomunikasi yang banyak diadaptasi oleh masyarakat semenjak kemunculan World Wide Web pada tahun 1989. Adanya website memberikan ruang untuk

seseorang menciptakan informasi dan dapat dibaca oleh publik melalui tautan yang dapat diakses melalui internet (Dhingra & Mudgal, 2019). Sebelumnya, penggunaan jejaring sosial yang terhubung ke internet berupa email dan juga Bulletin Board System (BBS). Perkembangan teknologi digital sangat berpengaruh pada evolusi komunikasi manusia yang berhubungan dengan internet. Facebook pertama kali beroperasi pada tahun 2004 dan menjadi platform yang menjamur di masyarakat. Facebook menjadi sarana berjejaring di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah foto dan video dan juga memfasilitasi interaksi untuk pertemanan, keluarga, dan juga rekan kerja.

Sementara itu, platform media sosial X – atau yang dulu dikenal sebagai Twitter – merupakan perusahaan platform media digital yang pertama kali didirikan oleh Evan Williams dan Biz Stone lalu mulai beroperasi pada bulan Juli tahun 2006. Media sosial ini, pertama kali diluncurkan sebagai platform *micro-blogging* yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah pesan tidak lebih dari 280 karakter (X / Perusahaan, Sejarah, Twitter, Elon Musk, & Penggunaan, 2025). Kemudian, beberapa tahun berselang Twitter menjadi media sosial yang berhasil digunakan oleh banyak orang dan mulai diadaptasi oleh berbagai perusahaan untuk melakukan kampanye serta promosi produknya. Tak hanya itu, Twitter menjadi media sosial yang digunakan untuk kampanye politik. Salah satu bukti nyatanya terjadi pada pemilihan presiden Amerika Serikat yang dimenangkan oleh Barack Obama. Ia mendominasi lawannya, Jhon McCain dengan mengumpulkan dua puluh kali lebih banyak pengikut di Twitter. Hal ini membuktikan kemampuan media sosial yang sangat besar di era tersebut.

Hingga pada akhirnya Elon Musk membeli Twitter pada bulan Oktober tahun 2022. Yang kemudian pada April 2023, Elon melakukan *re-branding* platform media sosial ini menjadi X. Masuknya teknokrat sebagai pemilik media sosial X juga membawa banyak perubahan pada sistem dan cara kerja media sosial ini. Beberapa diantaranya adalah layanan berbayar untuk mendapatkan fitur tertentu seperti centang biru yang menandakan akun tersebut terverifikasi. *Re-branding* yang dilakukan oleh Elon juga sejalan dengan berubahnya perusahaan ini tidak lagi bersifat publik dan menjadi privat.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh We Are Social dan Meltwater (2025), pengguna media sosial di Indonesia berkisar di angka 143 juta pengguna. Jumlah identitas yang dapat dikenali di media sosial ini setara dengan jumlah 50,2% dari total populasi yang ada. Twitter menjadi media sosial berada di peringkat ke tujuh sebagai platform media sosial yang paling banyak dipakai oleh masyarakat dengan persentase 50.3%. Sementara itu, X menempati peringkat ke-5 sebagai media sosial yang paling banyak diakses melalui laman website. Hal ini berarti X masih cukup eksis di kalangan masyarakat Indonesia dan dipergunakan dalam keseharian penggunaanya DIGITAL 2025 INDONESIA (2025).



Gambar 2.1 Platform media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia

Bila ditinjau dari perkembangannya, media sosial kemungkinan akan terus bertumbuh secara eksponensial secara terus menerus dari masa ke masa (Dhingra & Mudgal, 2019). Media sosial baru akan terus bermunculan untuk menghubungkan tipe masyarakat yang berbeda dan dengan tujuan yang berbeda. Pengguna media sosial aktif di berkembang dengan populasi yang besar seperti di Indonesia akan terus bertambah. Terlebih lagi, adaptasi media sosial untuk keperluan bisnis. Saat ini, perusahaan bergantung pada sosial media untuk mempromosikan produknya, konsumen mencari informasi dari media sosial, setiap orang dan kelompok masyarakat bergantung pada media sosial untuk tujuan yang berbeda-beda. Studi mengenai perkembangan media sosial dari waktu ke waktu memberikan pemahaman seberapa besar dan seberapa cepatnya dunia berubah.

2.2 Interaktivitas Dalam diskursus di media media sosial

Berbeda dari media lama, media sosial merubah cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan juga membentuk opini. Dalam media sosial pengguna memainkan beberapa peran sekaligus seperti sebagai konsumen, pencipta pesan, dan juga penyebar pesan (Zhang et al., 2025). Dalam jejaring media sosial interaksi antar pengguna menjadi penting hal ini dilakukan dengan menggunakan berbagai fitur yang ada seperti halnya komentar, *likes*, dan mengirimkan pesan ke pengguna lain hal ini mampu memperkuat sebaran dan mendorong algoritma untuk menampilkan suatu isu tertentu di beranda pengguna.

Hashtag atau yang diterjemahkan menjadi tanda pagar (tagar) dalam bahasa Indonesia, merupakan salah satu fitur yang digunakan untuk memberikan ruang untuk berdiskusi mengenai suatu isu atau bahasan tertentu. Dengan begitu tagar

menjadi sarana untuk mengumpulkan pemikiran kolektif, ide, argumen, dan berbagi pengalaman. Tagar menjadi sebuah alat yang memberikan pintasan yang dapat dicari pada mesin telusur pada platform X yang menghubungkan pengguna dan ide bersama-sama (Jackson et al., 2020).

Mulanya tagar dipakai untuk mengelompokkan *item* dalam percakapan daring di beberapa forum di internet pada akhir tahun 1990-an. Adopsi ini kemudian digunakan salah satu pengguna Twitter, Chris Messina, untuk bertanya mengenai pendapat para pengikutnya mengenai penggunaan tanda tersebut untuk menunjuk kelompok baru dalam platform ini (Jackson et al., 2020). Tweet pertama ini kemudian yang menjadi katalisator evolusi tagar sebagai metode dalam merangkai percakapan, orang, dan gerakan bersama. Setelah inovasi ini tagar kemudian dinormalisasi oleh pengguna Twitter sehingga penggunaanya kemudian juga menyebar dalam beberapa platform media sosial lainnya seperti Facecook, Instagram, dan Tumblr. Adopsi tagar kemudian dipakai lebih banyak orang lagi dan digunakan untuk menghubungkan beberapa situs dengan ketertarikan yang sama, media arus utama sampai dengan politisi kemudian juga menggunakannya untuk terlibat dalam berbagai topik percakapan dan juga debat. Narasi yang muncul dalam lingkup tagar di Twitter kemudian berkembang sangat pesat daripada media tradisional. Karena alasan ini juga Twitter kemudian menjadi alat utama untuk menyebarkan informasi kepada publik dengan harapan mampu mendorong tindakan atau memperoleh hasil tertentu (Jackson et al., 2020).

Percakapan yang berlangsung di Twitter berkembang dengan sangat pesat. Penggunaanya dapat menyebarkan berita atau kejadian yang ada di hadapannya dan

langsung dibagikan dengan mengunggah kejadian tersebut melalui akunnya. Sementara berita dalam media konvensional harus melewati beberapa tahapan ketika ingin menerbitkan tulisannya. Sementara itu, penggunaan media sosial juga berguna untuk mengadvokasi masyarakat umum untuk mengkritisi retorika yang disampaikan politisi dalam berbagai bentuk wacana publiknya. Twitter juga menjadi platform media sosial yang tidak memerlukan peralatan yang mahal. Sebagai platform yang berbasis teks memungkinkan penggunaannya dengan keterbatasan teknis yang terbatas sekalipun tetap mampu terlibat dalam wacana publik tanpa harus dimediasi oleh media arus utama atau sumber kekuasaan tradisional lainnya.

Salah satu tagar yang muncul ke permukaan jejaring media sosial Twitter hingga menimbulkan gerakan yang masif adalah gerakan feminis yang direpresentasikan dalam #MeToo. Gerakan ini bertujuan untuk melawan pelaku kekerasan seksual yang dipelopori oleh Tarana Burke. Aksi ini bermula dengan fokus pada perempuan penyintas kekerasan seksual dan perempuan kulit berwarna. Salah satu katalis utama yang menyebabkan gerakan ini menyebar luas dan memasuki ranah media sosial adalah ketika aktris Alyssa Milano mengungkapkan pelecehan yang dilakukan oleh Harvey Weinstein di salah satu artikel New York Times (Kundu, 2024). Seminggu setelahnya, Alyssa Milano kemudian mencuitkan sebuah tweet dengan frasa “Me Too” yang mengajak para penyintas kekerasan seksual untuk berbicara di jejaring digital. Seiring dengan terungkapnya kasus kekerasan yang dilakukan oleh Weinstein, frasa ini juga kian menyebar di media sosial. Beberapa orang juga terdorong untuk bersuara terhadap kasus yang

dialaminya. Setelahnya, gerakan ini semakin berkembang di berbagai belahan di dunia dengan melibatkan jumlah massa yang besar untuk menentang perilaku kekerasan seksual pada perempuan (Kundu, 2024).

Sementara itu, di Indonesia tagar juga dipergunakan sebagai alat untuk membentuk diskursus mengenai suatu ide atau percakapan di ranah digital. Bahkan tak jarang, tagar berujung pada sebuah aksi nyata di ruang-ruang publik. Salah satu tagar yang muncul tak lama semenjak #KaburAjaDulu adalah #IndonesiaGelap. Tagar “Indonesia Gelap” diasosiasikan kepada sebagai bentuk protes masyarakat terhadap kebijakan pemerintah yang dinilai tidak transparan dan mampu menjawab berbagai tantangan Indonesia pada masa kini dan mendatang di masa pemerintahan Prabowo-Gibran. Tagar ini juga sempat menjadi *trending topic* di platform media sosial X selama beberapa hari dan kemudian menjadi gerakan massa yang dipelopori mahasiswa untuk memprotes serangkaian kebijakan yang dianggap tidak pro-rakyat.

2.3 Diskursus Dalam #KaburAjaDulu di Platform Media Sosial X

Perbincangan mengenai “kabur aja dulu” pertama kali muncul dari lingkungan pekerja di bidang *software engineer* yang sudah memiliki pengalaman di perusahaan luar negeri atau bekerja untuk perusahaan luar negeri secara *remote*. Bila ditelisik lebih jauh melalui pencarian di platform media sosial X, seruan ini bermula dari sebuah *broadcast* atau *space* – fitur di platform media sosial X yang memungkinkan pengguna untuk melaksanakan diskusi/webinar secara virtual. *Broadcast* ini dilakukan oleh empat *software engineer* asal Indonesia yang bekerja dari luar negeri, yaitu pengguna X dengan *username* @imrenagi, @bepituLaz,

@iqbal_farabi, dan @lwansturago. Dalam perbincangan dengan tajuk “NGOBROL BERSAMA SOFTWARE ENGINEER DI LUAR NEGERI|#Ngobrol Santai” pada 2 September 2023, mereka membagikan pengalaman dan berbincang-bincang santai perihal pengalaman mereka bekerja di luar negeri yang juga meliputi pro-kontra yang didapatkan dari mengambil keputusan tersebut. Dari *broadcast* yang berdurasi kurang lebih 1 jam 46 menit tersebut kemudian muncul sebuah celetukan dari Asep Bagja (@bepituLaz) yang merupakan seorang *software engineer* yang bekerja di Estonia. Ketika itu obrolan sedang berputar pada pertanyaan mengenai motivasi untuk bermigrasi ke luar negeri. Dari pertanyaan itu, Asep memberikan pendapat “Cari tahu terlebih dahulu motivasi kaburnya apa nih... Apa kayak saya yang motivasinya cuma yang penting kabur aja dulu,” ujarnya seraya tertawa.



Gambar 2.2 Komentar yang membahas awal mula munculnya tagar “kabur aja dulu”

Mulanya seruan “kabur aja dulu” keluar begitu saja, yang baru setelahnya diadaptasi ke dalam bentuk tagar oleh akun dengan *username* @lynxluna dan jadi sering dipakai untuk mempromosikan berbagai peluang kerja di luar negeri oleh akun @adith_wp dan juga beberapa diaspora lain yang mendorong masyarakat Indonesia untuk memberanikan diri bekerja dari luar negeri. Selain itu, tagar ini juga banyak dipakai diaspora Indonesia yang ingin berbagi tips dan trik bagi mereka yang berminat untuk meniti karier di luar negeri. Akan tetapi seiring dengan berjalannya waktu, adopsi tagar ini kian menggulung dari tahun ke tahun dan semakin sering digunakan pada paruh kedua tahun 2024 dan menjadi fenomena yang semakin besar pada awal tahun 2025. Pembahasan yang terkandung di dalamnya juga semakin kaya dan mulai bermunculan komentar-komentar dengan nuansa kritik yang menggunakan tagar ini.

Tidak berhenti sampai di lingkaran *software engineer* saja, tagar ini menjadi suatu fenomena yang semakin besar dan menjadi pembicaraan lebih banyak orang ketika beberapa akun X juga mulai memperbincangkan hal ini. Melalui laporan yang dipublikasikan oleh Drone Emprit terdapat beberapa akun yang mendapatkan *engagements* terbesar melalui pembicaraan dalam ruang lingkup #KaburAjaDulu. Beberapa diantaranya adalah @berlianidris, @hrdbacot, @arjunaskykok, @SumitroYoel, dan @primawansatrio. Tagar ini juga menjadi semakin ramai sejalan dengan kondisi sosial Indonesia pada masa itu. Beberapa kejadian diantaranya adalah proyek Makan Bergizi Gratis yang dianggap tidak tepat sasaran dan hanya membuang-buang anggaran, meningkatnya angka pengangguran karena PHK besar-besaran dari berbagai sektor industri, hingga menurunnya daya beli

masyarakat. tagar ini juga muncul dalam rentang yang tidak terlalu jauh dengan tagar #IndonesiaGelap dan tak jarang digunakan dalam satu postingan yang sama. Meski sudah bergulir sejak tahun 2023, tagar #KaburAjaDulu baru mendapatkan viralitas sekitar Januari 2025.

Salah satu cuitan pemantiknya adalah unggahan dari akun @hrdbacot di media sosial X pada 14 Januari 2025. Unggahan ini memperoleh atensi dari lebih banyak pihak dan mengundang berbagai komentar dari warganet. Diskursus mengenai hal ini menjadi semakin ramai ketika beberapa pejabat dari pemerintah mengeluarkan komentar dengan nada sinis mengenai permasalahan ini. Beberapa menyangkut pautkan tagar ini dengan narasi nasionalisme. Atau dengan kata lain, menganggap mereka yang mempromosikan tagar ini atau memilih untuk berkarier di luar negeri sebagai seorang yang dipertanyakan nasionalismenya. Adanya keragaman pemaknaan mengenai tagar ini membuatnya semakin ramai diperbincangkan. Beberapa diantara masyarakat menganggap hal ini sebagai bentuk kritik kepada pemerintahan untuk berbenah dan menghasilkan kebijakan publik yang lebih pro-rakyat, mengembangkan daya saing ekonomi nasional, dan perbaikan sistem politik praktis. Tak hanya sampai di sana, tagar ini juga kemudian melahirkan beberapa komunitas sebagai saluran informasi bagi mereka yang tertarik dengan bahasan ini atau berbagi pengalamannya mengenai hal ini.