

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penelitian ini ingin menganalisa tentang bagaimana wacana pada tagar *#pergimigranpulangjuragan* sebagai solusi tingginya angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia?. Penelitian ini dilakukan mengingat tagar *#pergimigranpulangjuragan* ramai diperbincangkan ketika kondisi politik di Indonesia cukup memanas. Tagar *#pergimigranpulangjuragan* pertama kali diinisiasi oleh Raffi Ahmad selaku utusan kepresidenan bidang pembinaan generasi muda dan pekerja seni pada 19 Februari 2025. Munculnya tagar *#pergimigranpulangjuragan* menjadi tandingan atas ramainya tagar *#KaburAjaDulu*.

Sebelumnya, tagar *#KaburAjaDulu* terlebih dahulu ramai menjadi perbincangan di sosial media. Tagar tersebut cukup ramai menjadi perbincangan mulai bulan Januari 2025. Munculnya tagar *#KaburAjaDulu* dianggap sebagai bentuk kekecewaan masyarakat Indonesia terhadap kondisi ekonomi, sosial, dan keadilan di dalam negeri. Pemerintah melalui kebijakan-kebijakannya dianggap tidak berpihak pada masyarakat, seperti adanya efisiensi anggaran pada tahun 2025, Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12%, pemangkasan bahan bakar subsidi. Dalam efisiensi anggaran tersebut memiliki dampak yang memberatkan bagi masyarakat. Pasalnya, melalui kebijakan tersebut para pekerja akan digaji sesuai durasi waktu kerja atau proyek yang diikuti. Selain itu, kebijakan tersebut

juga berdampak pada pengurangan jumlah pekerja yang mengakibatkan pemutusan hubungan kerja (PHK) bagi pegawai ASN, pekerja konstruksi dan infrastruktur hingga Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) (Darisman, 2025).

Menurut Arianto (2021) tagar merupakan gerakan yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dengan menggunakan kata dan kalimat sehingga mampu menciptakan wacana publik. Sementara itu menurut Pontoh (2021) tagar memiliki nilai-nilai sosial maupun politis dalam keikutsertaan memperjuangkan atau mendukung suatu tujuan utama untuk kebutuhan sosial. Dalam praktiknya, tagar menjadi salah satu fitur media sosial yang bertujuan untuk mengelompokkan suatu topik bahasan yang sedang dibicarakan. Tagar mampu mempermudah para pengguna media sosial untuk mencari data atau topik yang sedang viral dengan mudah (Mustofa, 2019).

Penggunaan tagar dalam suatu konten media sosial menjadi hal yang sangat sering digunakan. Tagar pertama kali muncul digunakan pada tahun 1998 pada sebuah platform *Internet Relay Chat* (IRC) yang difungsikan untuk mengelompokkan pesan, gambar dan video dalam satu kategori (Zakaria, 2023). Pada oktober 2007, warga California bernama Nate Ridder menambahkan *#sandiegofire* pada salah satu unggahannya. Tagar tersebut bertujuan untuk memberitahu orang-orang diseluruh dunia tentang terjadinya kebakaran hutan yang terjadi di California. Pada tahun 2009 tepatnya pada bulan juli, media sosial twitter (yang sekarang menjadi x) secara resmi menjadi tagar sebuah *hyperlink* yang membuat semua orang yang memakai tagar bisa membuat konten agar menjadi trending topik.

Dalam perkembangannya, penggunaan tagar tidak hanya dilakukan oleh media sosial x namun media sosial lain seperti Tiktok, Instagram, hingga youtube juga menggunakan tagar untuk kebutuhan eksistensi agar dapat mengangkat sebuah konten atau topik dengan cepat. Bahkan penggunaan tagar bisa menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran (Fahrezi, Mushauwir, Rahman, 2022). Tanda tagar bukan saja sekedar menjadi pencarian yang spesifik atau sebuah alat untuk mengelompokkan konten. Tagar juga menjadi pengarah pola pikir seseorang dalam ikut serta dalam aktivitas untuk menyuarakan yang sedang terjadi di sekitarnya, yang salah satunya adalah tagar *#KaburAjaDulu*.

Menurut data Drone Emprit, tagar *#KaburAjaDulu* diramaikan oleh pengguna media sosial X berusia 19 hingga 29 tahun sebesar 50,81%. Sementara itu, pengguna berusia kurang dari 18 tahun sebanyak 38,10% (Arianto, 2021). Data Direktorat Jenderal Imigrasi periode 2019-2022 menunjukkan sebanyak 3.912 warga negara Indonesia (WNI) pindah kewarganegaraan menjadi warga negara Singapura.

Sementara itu, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengatakan bahwa jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, capaian ini menunjukkan tren peningkatan yang konsisten, semakin kuatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari (APJII, 2024).

Lebih lanjut, data tersebut juga mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia berada pada rentang usia 18 hingga 34 tahun, yang secara demografis didominasi oleh generasi z (kelahiran 1997–2012). Generasi ini dikenal sebagai digital native, yakni kelompok yang sejak kecil sudah mengenal tentang perkembangan teknologi digital dan media sosial. Mereka tidak hanya mengakses internet untuk hiburan dan komunikasi, tetapi juga untuk aktivitas ekonomi, pendidikan, hingga ruang partisipasi politik.

Internet telah menjadi media komunikasi saat ini. sebagai media komunikasi, Internet memberi efek bagi penggunanya. Menurut McQuail (2010) media komunikasi dapat memberikan efek pada tiga dimensi yaitu kognitif, afektif, dan behavioral. Efek kognitif berkaitan langsung dengan aspek pengetahuan, pemahaman hingga kesadaran individu. Sedangkan efek afektif, berdampak pada perubahan perasaan pengguna. Hal ini mencakup perubahan pada dimensi psikologis seperti perasaan marah, senang, takut, sedih atau empati akibat terpapar media. Efek afektif ini merupakan bentuk efek dari media, karena dapat langsung terlihat melalui reaksi emosional terhadap suatu isu. Lain lagi dengan efek behavioral yang mendorong perubahan perilaku nyata dalam kehidupan sosial. Efek ini merupakan berfokus pada respon atau perubahan tindakan pada pengguna untuk memutuskan untuk melakukan sesuatu setelah mengetahui isi pesan pada media.

Tingginya jumlah pengguna tagar *#KaburAjaDulu* dikhawatirkan dapat mempengaruhi generasi muda bangsa khususnya GenZ bertindak kabur dari Indonesia. Jika ini terjadi, maka akan mengancam keberlangsungan bangsa dan negara Indonesia. Menanggapi isu tagar *#KaburAjaDulu*, pemerintah merespon

dengan tindakan dan kebijakan yang dianggap kurang memberikan perhatian dan dukungan kepada masyarakat. Salah satunya adalah respon dari menteri sumber daya mineral yaitu Bahlil Lahadilia yang mempertanyakan rasa nasionalisme masyarakat Indonesia yang keluar dari Indonesia demi mendapatkan kehidupan yang lebih baik.

Selain itu, kepala kantor komunikasi kepresidenan Hasan Nasbi juga menyampaikan bahwa masyarakat yang merantau keluar negeri itu bagus dan akan mendapatkan pekerjaan yang lebih baik lagi. Namun beliau juga mengatakan bahwa mempunyai kemampuan yang baik akan lebih mudah mendapatkan pekerjaan diluar negeri, daripada tidak memiliki kemampuan sama sekali. Sementara itu, menteri ketenagakerjaan Yassierli menganggap bahwa masyarakat Indonesia bukan benar-benar kabur melainkan hanya mencari pekerjaan yang lebih baik saja (Hidayat, n.d.).

Respon pemerintah melalui para menterinya dinilai kurang serius atau tidak memahami terkait isi isu yang berkembang pada tagar *#KaburAjaDulu*. Padahal menurut (Sawitri, 2021), tagar seringkali digunakan sebagai sarana ekspresi opini dan kritik terhadap kebijakan pemerintah. Sementara itu, menurut Tufekci (2017) tagar digunakan sebagai simbol perlawanan sekaligus pengorganisasian pada ruang digital.

Dalam ruang digital masyarakat bebas menyuarakan pendapat terkait kontroversi yang dibuat oleh pemerintah (Suryadharma, Asthiti, Putro, Rukmana, & Mesra, 2023). Selain itu, Tagar juga dimanfaatkan untuk kepentingan propaganda. Propaganda inilah yang membangun opini publik terhadap sebuah isu

yang ada seperti tagar *#KaburAjaDulu*. Tagar *#KaburAjaDulu* merupakan simbol keinginan masyarakat untuk mencari kehidupan yang lebih baik di luar negeri daripada di Indonesia. Bahkan, dalam penggunaan tagar *#KaburAjaDulu* warganet juga mengunggah informasi terkait kesempatan studi atau bekerja di luar negeri untuk "kabur" dari Indonesia (Zaenuddin, 2025).

Menurut Iskandar & Priyatna (2021) bahwa sebuah isu yang terjadi secara tidak terduga memiliki ancaman besar yang berdampak negatif terhadap sebuah industri atau pemerintahan. Tagar *#KaburAjaDulu* yang berkembang di masyarakat menjadi sebuah isu negatif. Dengan adanya tagar tersebut, membuat tagar *#KaburAjaDulu* menjadi sebuah isu krisis yang merupakan simbol kegelisahan terhadap masyarakat secara kolektif terhadap isu sosial politik yang terjadi didalam negeri.

Tagar tidak hanya menjadi sebuah tren digital saja, akan tetapi menjadi indikator krisis sosial dan komunikasi. Tagar tersebut juga digunakan masyarakat untuk menuntut respon segera dari pemerintahan terkait isu yang berkembang pada masyarakat. Selain itu, krisis ini bukan hanya bersifat simbolik. Akan tetapi, juga menjadi ancaman terhadap reputasi negara. Ketika masyarakat berbondong-bondong menyuarakan untuk "kabur" pemerintah mengalami krisis kredibilitas. Akibatnya, pemerintah dipandang tidak mampu memberikan jaminan kesejahteraan dan keadilan untuk warganya sendiri.

Hal ini menimbulkan terjadinya krisis kepercayaan masyarakat terhadap negara yang dianggap sebagai tempat yang tidak lagi berpotensi untuk tumbuh dan berkembang untuk masa depan (Rohmani, 2023). Kondisi ini semakin diperparah

dengan tanggapan dan argumen berbagai pihak tentang situasi dan kondisi negara.

Ditengah semakin ramainya Pro dan Kontra serta banyaknya argumen-argumen tentang tagar *#KaburAjaDulu*, pada 19 Februari 2025 Raffi Ahmad selaku utusan kepresidenan bidang pembinaan generasi muda dan pekerja seni menginisiasi memunculkan tagar *##pergimigranpulangjuragan* sebagai tagar tandingan dari tagar *#KaburAjaDulu*. Tagar *##pergimigranpulangjuragan* diharapkan dapat mengubah narasi tagar *#KaburAjaDulu* yang dianggap memunculkan kesan negatif sehingga dapat berubah menjadi kesan positif. Sebagai utusan kepresidenan, Raffi Ahmad juga menyampaikan bahwa untuk bekerja diluar negeri juga tidak mudah, dan harus dilakukan dengan cara yang benar (Dewi, 2025).

Tagar *##pergimigranpulangjuragan* merupakan upaya pemerintah sebagai solusi untuk menekan angka pengangguran yang ada di Indonesia. Pemerintah berharap dengan sumber daya manusia yang mayoritas masih dibawah rata rata dapat bekerja sekaligus mendapatkan ilmu yang lebih baik di luar negeri. Ketika sudah sukses, masyarakat Indonesia yang bekerja di luar negeri untuk kembali ke Indonesia. Harapan kembalinya masyarakat Indonesia inilah yang menjadi solusi bagi pemerintah untuk mengurangi angka kemiskinan dan angka pengangguran. Dengan cara membuka lapangan pekerjaan di Indonesia, mengembangkan kemampuan yang telah diterima di luar negeri untuk Indonesia dan bekerja sama untuk membangun bangsa Indonesia agar lebih maju kedepannya.

Usulan yang dibuat oleh Raffi Ahmad ini membuat beragam komentar dari netizen. Beberapa netizen menganggap bahwa inisiatif yang dibuat oleh Raffi Ahmad memberikan semangat positif kepada generasi muda. Akan tetapi,

masyarakat juga mengkritik bahwa perubahan dari tagar tersebut tidak akan merubah apa-apa. Masyarakat beranggapan bahwa masalahnya bukan ada pada tagar, namun masyarakat bermasalah dengan kebijakan pemerintah yang seakan memberatkan masyarakatnya (Sukardi, 2025). Seperti tagar *#KaburAjaDulu* yang menyuarakan tentang kekecewaan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah dan minimnya prospek masa depan di dalam negeri.

Menurut Putranto (2024), tagar telah membentuk komunitas diskursif yang terhubung dengan orang-orang yang sama dalam menanggapi isu tersebut. Menurut Tufekci (2017), bahwa tagar telah bertransformasi menjadi alat narasi yang kuat dalam menyuarakan aspirasi hingga membentuk opini publik secara kolektif. Tagar tidak hanya menjadi penanda topik, akan tetapi tagar juga menjadi alat ekspresi sosial dan politik yang merepresentasikan gagasan atau identitas terhadap kekuasaan. Melalui tagar, masyarakat membuat argumentasi terhadap dominasi wacana isu yang dibuat. Tagar juga menjadi praktik wacana yang signifikan dalam membentuk dan menyebarkan makna sosial dan politik.

Selain itu, tagar berfungsi sebagai sarana produksi dan pertarungan wacana yang dibangun dalam ruang publik digital. Melalui tagar, masyarakat bisa membangun sebuah narasi maupun opini untuk menyampaikan kritik pada sebuah kekuasaan atau pemerintahan. Arianto (2021) mengatakan bahwa tagar memiliki peran dalam menentang dominasi wacana yang terjadi pada masyarakat.

Menurut Rahman & Nurhadi (2024) wacana merupakan bentuk komunikasi yang melibatkan struktur teks dan konteks sosial terhadap pemahaman bahasa. Wacana tidak hanya sebagai rangkaian kata, akan tetapi juga sebagai proses yang

melibatkan pemahaman bahasa dalam konteks sosial dan ideologi. Tagar dapat digunakan sebagai bentuk sebuah wacana, ketika banyak masyarakat bersama sama menggunakan tagar yang sama dan mengakibatkan tagar tersebut membentuk diskursus publik. Tagar tersebut membingkai cara pandang terhadap suatu peristiwa yang terjadi ditengah-tengah masyarakat sehingga membentuk arena debat atau pertukaran makna pada media sosial. Tagar juga bisa menjadi perlawanan terkait isu yang berkembang ditengah masyarakat.

Penelitian ini ingin melihat bagaimana wacana pada tagar *##pergimigranpulangjuragan* sebagai solusi tingginya angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia?. Penelitian ini berfokus pada channel youtube SINDOnews yang berjudul “Raffi Ahmad ingin ubah tren *#KaburAjaDulu* menjadi *##pergimigranpulangjuragan*.” Dengan melihat cuplikan video pada youtube channel sindonews sebagai subjek. Sementara objek penelitian ini merujuk pada fenomena wacana *##pergimigranpulangjuragan* yang dibangun oleh Raffi Ahmad.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana diskursus *#pergimigranpulangjuragan* memproduksi subjek ideal ‘migran sukses’ dan ‘juragan’ sebagai wacana tandingan terhadap *#KaburAjaDulu*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui *#pergimigranpulangjuragan* memproduksi subjek ideal ‘migran sukses’ dan

‘juragan’ sebagai wacana tandingan terhadap #KaburAjaDulu.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi hasil penelitian dan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya, serta dapat menambah pengetahuan tentang manfaat dan peran, serta wacana melalui tagar

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah diharapkan mampu memberikan informasi, menambah wawasan dan pemahaman masyarakat dalam memanfaatkan media sebagai sarana dan melakukan kritik sosial serta menjadikan media ilmiah yang dapat digunakan untuk menerapkan ilmu pengetahuan dari teori yang telah didapat selama kuliah.