

Pembentukan Opini Publik pada Fenomena #KaburAjaDulu di TikTok: Analisis Teori Ruang Publik Habermas

Public Opinion Formation in the #KaburAjaDulu Phenomenon on TikTok: An Analysis of Habermas's Public Sphere Theory

Farra Jelita Firmanannda Kusuma Antari^{1*}, Daniel Parmonangan Sitanggang², Doan Widhiandono³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*Email Correspondence: farrajelita@k@gmail.com

Diterima: 31-06-2026 | Direvisi 15-07-2026 | Publikasi: 13-08-2026

Abstrak

Fenomena tagar #KaburAjaDulu menjadi salah satu isu yang ramai diperbincangkan di media sosial, khususnya TikTok. Fenomena ini berkembang sebagai bentuk ekspresi dan kritik generasi muda terhadap berbagai kondisi sosial, ekonomi, dan politik di Indonesia. Melalui konten dan kolom komentar, pengguna TikTok tidak hanya menyampaikan pendapat, tetapi juga membangun diskusi yang berkontribusi terhadap pembentukan opini publik di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembentukan opini publik pada fenomena #KaburAjaDulu di TikTok melalui perspektif Teori Ruang Publik Habermas. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode netnografi. Data penelitian diperoleh melalui observasi terhadap konten, caption, dan komentar pengguna pada akun TikTok @Gerald Vincent yang membahas fenomena #KaburAjaDulu. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis wacana dan didukung oleh studi pustaka yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolom komentar TikTok menjadi ruang publik digital yang memungkinkan pengguna menyampaikan kritik, aspirasi, pengalaman, serta pandangan mengenai kondisi sosial di Indonesia. Interaksi yang terjadi memperlihatkan adanya proses pertukaran gagasan yang membentuk opini publik, baik yang mendukung maupun menolak narasi #KaburAjaDulu. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang diskusi publik yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam pembentukan opini di era digital. Oleh karena itu, fenomena #KaburAjaDulu menunjukkan bagaimana media sosial dapat berperan sebagai ruang publik digital dalam proses pembentukan opini publik.

Kata kunci: *Pembentukan Opini Publik, TikTok, #KaburAjaDulu, Ruang Publik Digital, Habermas*

Abstract

The hashtag #KaburAjaDulu has become a hot topic of discussion on social media, particularly TikTok. This phenomenon has developed as a form of expression and criticism among the younger generation regarding various social, economic, and political conditions in Indonesia. Through content and the comments section, TikTok users not only express their opinions but also build discussions that contribute to the formation of public opinion in the digital space. This study aims to analyze the process of public opinion formation in the #KaburAjaDulu phenomenon on TikTok through the perspective of Habermas's Public Sphere Theory. The study used a descriptive qualitative approach with a netnography method. Research data were obtained through observations of content, captions, and user comments on the TikTok account @Gerald Vincent discussing the #KaburAjaDulu phenomenon. The data were then analyzed using discourse analysis and supported by relevant literature studies. The results show that the TikTok comments section has become a digital public space that allows users to express criticism, aspirations, experiences, and views regarding social conditions in Indonesia. The interactions that occurred demonstrated the process of

exchanging ideas that shaped public opinion, both supporting and rejecting the #KaburAjaDulu narrative. Research findings also indicate that TikTok serves more than just an entertainment medium, but has evolved into a public discussion space that allows the public to participate in opinion formation in the digital age. Therefore, the #KaburAjaDulu phenomenon demonstrates how social media can play a role as a digital public sphere in the process of forming public opinion.

Keywords: *Public Opinion Formation, TikTok, #KaburAjaDulu, Digital Public Sphere, Habermas.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi masyarakat dalam menyampaikan sebuah gagasan, opini, maupun kritik sosial. Media baru dapat membentuk opini dalam masyarakat karena sifat penyebaran informasinya yang kuat (Indrawan et al., 2018). Dalam media sosial tidak lagi dipandang hanya sebagai sarana hiburan dan sumber informasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang publik baru yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif di dalam diskusi publik dan membentuk opini secara bersama (Fitriani, 2017). Kehadiran platform digital seperti TikTok memberikan ruang bagi pengguna untuk menyampaikan pengalaman, aspirasi, serta kritik dalam berbagai persoalan sosial yang sedang berkembang di masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam proses komunikasi massa di era digital, khususnya dalam pembentukan opini publik.

Menurut laporan We Are Social dan DataReportal (2026), TikTok memiliki sekitar 1,99 miliar pengguna aktif bulanan secara global, sedangkan Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, yaitu mencapai 157,6 juta pengguna. Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang komunikasi yang memungkinkan penyebaran informasi, pertukaran gagasan, serta pembentukan opini publik secara cepat dan luas. Melalui fitur video, komentar, dan interaksi antarpengguna, TikTok memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam membicarakan berbagai isu yang sedang berkembang.

Salah satu fenomena yang menarik perhatian publik adalah munculnya tagar #KaburAjaDulu yang ramai diperbincangkan di berbagai media sosial, khususnya TikTok. Fenomena ini muncul awalnya sebagai bentuk candaan di ruang digital, namun seiring berjalannya waktu, berkembang menjadi simbol kritik sosial yang merepresentasikan keresahan generasi muda terhadap kondisi sosial, ekonomi, maupun politik di Indonesia. Berbagai konten yang menggunakan tagar tersebut menampilkan narasi mengenai keinginan untuk meninggalkan negara Indonesia dan mencari kehidupan yang lebih baik di luar negeri, baik melalui pendidikan maupun pekerjaan. Menurut Yusran et al. (2025), fenomena pada tagar #KaburAjaDulu tidak dapat dipahami hanya sebagai keinginan individu bermigrasi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi kolektif yang mencerminkan kekecewaan terhadap berbagai persoalan struktural yang ada di Indonesia. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan membangun opini secara kolektif.

Fenomena tersebut tidak muncul tanpa alasan. Berbagai persoalan seperti keterbatasan lapangan kerja, ketidaksetaraan kesempatan, serta ketidakpastian masa depan menjadi isu yang sering muncul dalam percakapan digital terkait tagar #KaburAjaDulu. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025), tingkat pengangguran terbuka (TPT) pada kelompok usia muda (15-24 tahun)

mencapai 16,89 persen. Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa sebagian generasi muda masih menghadapi kesulitan dalam memperoleh pekerjaan dan membangun masa depan yang lebih baik. Selain itu, data Survei Penduduk AntarSensus (SUPAS) BPS menunjukkan bahwa penduduk Indonesia yang melakukan migrasi ke luar negeri mencapai 1,14 per 1.000 penduduk atau setara dengan 114 per 100.000 penduduk pada periode 2022-2025. Data tersebut menunjukkan bahwa migrasi ke luar negeri tidak lagi dipandang sebagai fenomena individu, tetapi telah menjadi bagian dari dinamika sosial yang semakin banyak diperbincangkan di masyarakat. Kondisi tersebut kemudian mendorong munculnya berbagai bentuk ekspresi dan kritik sosial di media digital, termasuk melalui tagar #KaburAjaDulu.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa fenomena #KaburAjaDulu telah dikaji dari berbagai perspektif. Yusran et al., (2025) d meneliti fenomena #KaburAjaDulu sebagai bentuk ekspresi digital generasi muda yang merepresentasikan kekecewaan terhadap kondisi sosial dan ekonomi di Indonesia. Sementara itu, Tumanggor & Sazali (2025), menjelaskan bahwa tagar dalam media sosial memiliki peran penting dalam membangun wacana publik karena mampu menghubungkan berbagai individu ke dalam percakapan mengenai isu tertentu. Selain itu, Setiawan (2024) menyatakan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam diskusi serta membentuk opini publik secara kolektif.

Dalam penelitian ini, pemilihan akun TikTok @Gerald Vincent didasarkan pada pertimbangan bahwa akun tersebut menjadi salah satu akun yang secara aktif mengangkat fenomena #KaburAjaDulu dan memperoleh tingkat keterlibatan (*engagement*) yang tinggi dari pengguna. Tingginya jumlah komentar serta keberagaman opini yang muncul menunjukkan bahwa konten pada akun tersebut telah menjadi ruang diskusi yang mempertemukan berbagai pandangan mengenai isu migrasi, kualitas hidup, dan kritik terhadap kondisi sosial di Indonesia. Oleh karena itu, akun tersebut dipandang representatif untuk mengkaji proses pembentukan opini publik dalam fenomena #KaburAjaDulu melalui perspektif Teori Ruang Publik Habermas.

Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti fenomena #KaburAjaDulu dari perspektif komunikasi digital, representasi kritik sosial, maupun framing media. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana opini publik terbentuk pada fenomena #KaburAjaDulu di TikTok dengan menggunakan perspektif Teori Ruang Publik Habermas masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya memberikan sudut pandang yang berbeda dengan menganalisis proses pembentukan opini publik pada fenomena #KaburAjaDulu di TikTok melalui perspektif Teori Ruang Publik Habermas.

Menurut Jürgen Habermas (1989), ruang publik (*public sphere*) merupakan arena sosial yang memungkinkan warga negara untuk berpartisipasi dalam diskusi mengenai kepentingan bersama secara objektif dan setara. Dalam ruang publik, setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pendapat, memberikan kritik, serta terlibat dalam proses pembentukan opini publik tanpa adanya dominasi kekuasaan maupun kepentingan tertentu. Habermas menekankan bahwa ruang publik yang ideal harus bersifat partisipatif, terbuka, dan didasarkan pada rasionalitas komunikasi (*communicative rationality*), yaitu proses pertukaran gagasan yang mengutamakan argumentasi rasional dibandingkan dengan tekanan, manipulasi, atau kepentingan kelompok tertentu. Namun, Habermas juga mengingatkan bahwa ruang publik dapat mengalami distorsi komunikasi (*communication distortion*) apabila terdapat pengaruh kekuasaan politik, ekonomi, maupun media yang menyebabkan ketimpangan dalam proses penyampaian dan penerimaan

informasi. Dalam konteks perkembangan media digital, konsep ruang publik Habermas dapat digunakan untuk memahami TikTok sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi aktif dalam menyampaikan pendapat, berdiskusi, serta membentuk opini publik mengenai berbagai isu sosial yang sedang berkembang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana opini publik terbentuk pada fenomena TikTok tagar #KaburAjaDulu melalui perspektif Teori Ruang Publik Habermas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai peran TikTok sebagai ruang publik digital dalam membentuk opini sekaligus memperkaya kajian Cyber Communication dan komunikasi Massa di era media digital

TINJAUAN PUSTAKA

1. Tagar sebagai Pembentuk Opini Publik

Berdasarkan pendapat Pramungkas (2020), opini publik merupakan tanggapan masyarakat terhadap suatu masalah yang menyebabkan perbedaan pandangan antara pro dan kontra. Pada era digital, opini publik cenderung mencerminkan sikap optimis dan pesimis karena adanya keterlibatan langsung masyarakat dalam mengawasi langsung jalannya pemerintahan. Opini publik dapat terbentuk karena adanya persoalan yang terjadi di lingkungan masyarakat yang sama. Masyarakat kini dapat menyalurkan opininya dengan segala bentuk, termasuk kebebasan beropini dalam media sosial. Kehadiran media sosial sebagai *new media* memungkinkan masyarakat untuk bertukar pendapat, pengalaman, informasi, serta berdiskusi bersama mengenai isu yang sedang ramai diperbincangkan. Kehadiran *new media* memiliki potensi besar sebagai ruang publik baru untuk menjaga keseimbangan demokrasi. Sejalan dengan pandangan Habermas yang mengartikan ruang publik sebagai tempat untuk menyediakan berbagai kepentingan masyarakat, kehadiran internet sebagai salah satu ruang paling mewakili publik untuk menjelaskan opini mereka dengan lantang dan bebas (Saidaturrahmah & Kholil, 2023).

Penggunaan tagar secara bersamaan dalam skala besar mengenai isu tertentu yang sedang terjadi terbukti dapat memengaruhi terbentuknya opini publik di ruang digital. Menurut Tumanggor & Sazali (2025), tagar memiliki kemampuan untuk mengajak kita ke dalam percakapan terhadap isu yang selama ini tersembunyi. Ketika ribuan suara berkumpul di balik adanya tagar, itu bukan hanya keluhan suatu individu saja, melainkan keresahan bersama mengenai isu sosial. Selain itu, dari perspektif ruang publik, opini tidak terbentuk seketika dengan spontan, tetapi melibatkan proses komunikasi dan pertukaran argumen yang berlangsung di dalam ruang publik. Ketika individu atau kelompok memberikan sudut pandang yang berbeda, lalu mengkritik, serta melibatkan pengalaman di lapangan terkait sebuah isu dan mendapatkan tanggapan, maka secara tidak langsung dapat membentuk proses dikursus yang berpotensi membentuk opini publik secara kolektif. Maka dari itu, penggunaan tagar di media sosial bukan hanya berfungsi sebagai penanda topik pembicaraan, melainkan sebagai sarana untuk mempertemukan berbagai sudut pandang masyarakat dalam satu ruang dan pemahaman di digital.

2. TikTok sebagai Ruang Publik Digital

Media sosial telah mengalami perubahan di mana masyarakat bisa lebih bebas dalam menyampaikan opini, bahkan kritikan terhadap kebijakan pemerintah dengan lebih efektif (Cahyono, 2016, sebagaimana dikutip Koswara et al., 2025). Sistem algoritma pada platform secara tidak langsung

dapat membawa kita untuk lebih mendalami dan memperkuat isu-isu yang lebih relevan, sehingga mempercepat pembentukan opini publik. Hal ini dapat diartikan bahwa media sosial tidak lagi hanya sekadar tempat berbagi informasi saja, tetapi bisa menjelma menjadi arena pembentukan sikap dan pandangan lebih kolektif. Sejalan dengan pendapat Dewi & Intenilia (2025), beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa media sosial menjadi bagian kontribusi paling penting dalam pembentukan identitas sosial. Penelitian juga menemukan bahwa salah satu media sosial, yaitu TikTok, memberikan dampak yang sangat relevan untuk pengaruh nyata dalam mengubah sikap generasi muda, baik dalam hal gaya hidup maupun pandangan sosial.

TikTok sendiri merupakan platform media sosial yang mempunyai perubahan sangat signifikan. TikTok pada awalnya dikenal sebagai aplikasi berbasis video pendek dengan unsur hiburan dan kreativitas. Dengan jangkauan dan jumlah pengguna yang semakin banyak, kini juga berkembang sebagai sarana komunikasi sosial dan politik. Berbagai konten seperti isu-isu politik, kebijakan publik, hingga aktivitas kampanye politik kini semakin banyak dijumpai dan ruang terbuka untuk beropini (Intyaswati et al., 2024, sebagaimana dikutip Akhyar, 2026). Karakteristik TikTok yang memungkinkan pengguna menyampaikan pendapat, memberikan tanggapan, dan terlibat langsung dalam diskusi dapat memberikan kita pemahaman baru bahwa platform ini bukan hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memberikan kita pengalaman baru sebagai ruang publik digital.

Dinamika pemakaian media sosial tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Habermas, yang sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana media sosial berperan ganda untuk meraih sebuah tujuan tertentu, lalu mampu mengendalikan opini dan agenda politik melalui media sosial. Media sosial juga mampu menjelma sebagai ruang tindakan yang komunikatif untuk bertukar pendapat, mencapai pemahaman bersama, terbuka, setara, dan yang paling penting, melibatkan semua pihak untuk berdiskusi (Ramlan et al., 2025).

Dalam konteks ini, penggunaan tagar seperti #KaburAjaDulu bukan hanya berfungsi sebagai penanda topik, tetapi juga menjadi langkah awal untuk mewadahi dan mempertemukan berbagai pandangan dari segala sisi bagi keresahan masyarakat terhadap isu sosial yang sama. Interaksi pengguna dalam kolom komentar memungkinkan terjadinya proses diskursus publik yang melibatkan pertukaran argumen, kritik, dan pengalaman antarpengguna. Proses tersebut sejalan dengan konsep ruang publik Habermas yang menekankan pentingnya komunikasi dan partisipasi masyarakat dalam pembentukan opini publik.

3. Teori Ruang Publik

Jürgen Habermas (1989) memandang ruang publik sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat, atau bisa kita pahami sebagai bagian penting dalam kehidupan masyarakat demokratis. Ruang publik menjadi titik temu paling krusial bagi masyarakat, sebagai aktor utama sebuah perubahan sosial, dan mampu menjadi wadah yang paling strategis untuk membangun identitas, menyalurkan kepedulian sosial, dan mengeksplorasi kreativitas. Salah satu kontribusi paling berpengaruh dari Habermas adalah konsep ruang publik di dunia politik, yaitu ruang yang memungkinkan warga negara menyampaikan aspirasi dan opini secara bebas, argumentatif, serta tanpa tekanan maupun paksaan. Dalam konteks ini, interaksi sosial dan ruang publik berperan sebagai penghubung berbagai elemen masyarakat sehingga mampu menghadirkan pertukaran gagasan dan pandangan secara terbuka (Rizkiyah, 2025).

Melalui teorinya tentang tindakan komunikatif, Habermas mengenalkan konsep berdiskusi yang masuk akal, mampu memberikan kontribusi yang berharga dengan pemikirannya tentang ruang publik politik. Masyarakat diberikan kebebasan dalam berpartisipasi dalam proses demokrasi dan mengemukakan opini secara terbuka, secara argumentatif, bebas dan tanpa tekanan atau paksaan apa pun. Habermas berpendapat bahwa kesepahaman bersama dapat dicapai melalui diskursus rasional yang berlangsung dan adanya "percakapan ideal" yang memenuhi beberapa validitas. Percakapan ideal bisa terjadi, jika memenuhi beberapa klaim kesahihan (*validity claims*). Habermas (dalam, Setiawan, 2024) juga menegaskan bahwa sebuah tindakan komunikatif dapat dikatakan sah dan terbebas dari distorsi komunikasi jika memenuhi empat pilar keasihan sebagai berikut:

- a. Kebenaran (*truth*), di mana sebuah fakta disampaikan berdasarkan empiris yang valid.
- b. Ketepatan (*rightness*) terjadi ketika komunikasi sesuai dengan norma-norma sosial dan konteks moral yang berlaku.
- c. Kejujuran (*sincerity*) terjadi ketika pembicara menyampaikan sebuah pendapat dengan ketulusan, kejujuran emosi, tanpa adanya unsur memengaruhi, bahkan manipulasi.
- d. Komprehensibilitas (*comprehensibility*) adalah di mana bahasa atau simbol dapat mencapai kepaahaman bersama. Situasi "percakapan ideal" yang dimaksud adalah diskusi atau debat terbuka tanpa adanya distorsi, ketika setiap individu dihargai dan dianggap setara dalam menyampaikan opini atau kritiknya secara rasional tanpa paksaan, tekanan, ancaman, rayuan, tipuan, atau intervensi politis maupun ekonomis apa pun.

Konsep "percakapan ideal" yang dikemukakan oleh Habermas tersebut memiliki relevansi dengan perkembangan media sosial di era digital. Media sosial seperti TikTok dapat dipandang sebagai salah satu bentuk ruang publik digital yang memungkinkan setiap pengguna menyuarakan opini, memberikan respons, serta terlibat langsung dalam diskusi mengenai isu sosial yang sedang terjadi. TikTok juga mempunyai fitur unggahan video, bahkan komentar untuk mengundang peluang interaksi diskursus publik. TikTok telah menjelma menjadi ruang digital yang nyata bagi publik dalam kampanye politik, gerakan sosial, dan advokasi, termasuk membangun kesadaran tentang isu-isu penting seperti #KaburAjaDulu sebagai ungkapan kekecewaan dan keresahan terhadap sistem yang berlangsung di Indonesia (Muflihah & Purwanto, 2024).

4. Netnografi sebagai Metode Penelitian Media Digital

Menurut Ghea Rae Sabrina & Nawiroh Vera (2023), Netnografi merupakan sebuah metode baru yang dirancang khusus untuk penelitian di ruang digital. Melalui Netnografi, kita dapat mengobservasi secara mendalam mengenai kebudayaan, pola perilaku, serta bagaimana kebiasaan-kebiasaan baru masyarakat terbentuk di ruang digital. Kozinets, sebagai pencetus teori ini, menjelaskan bahwa fokus utama Netnografi terletak pada pendekatan kritis untuk membongkar atau bisa saja menata ulang sebuah makna teks atau struktur budaya di ruang digital sebagai *new media*. Secara istilah, netnografi berasal dari kata "internet" dan "etnografi", yang menggambarkan sebuah pendekatan antropologis untuk meneliti komunitas daring atau virtual. Pada dasarnya, pendekatan ini berfokus pada percakapan, pertukaran, korespondensi, dan koneksi yang terjalin di media sosial (Supriadi et al., 2025).

Pendekatan Netnografi relevan dengan penelitian ini karena memungkinkan peneliti mengamati bagaimana interaksi yang berlangsung terjadi secara alami di media sosial. Dalam penelitian ini, netnografi digunakan untuk mengamati unggahan serta komentar TikTok yang berkaitan dengan #KaburAjaDulu. Sejalan dengan prinsip Habermas yang melihat pendapat publik dari segala sisi,

pendekatan Netnografi dapat membantu menilai sejauh mana diskursus mengenai tagar #KaburAjaDulu di TikTok memenuhi empat pilar klaim kesahihan (*validity claims*).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Netnografi. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam berdasarkan makna, pengalaman, serta interaksi yang terjadi di masyarakat. Menurut Waruwu (2024), penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, tindakan, maupun berbagai bentuk informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami bagaimana opini publik terbentuk pada fenomena #KaburAjaDulu di TikTok.

Metode netnografi digunakan karena penelitian ini berfokus pada fenomena yang berkembang di ruang digital. Menurut Kozinets (2020), Netnografi merupakan adaptasi dari metode etnografi yang digunakan untuk mempelajari budaya, perilaku, serta interaksi masyarakat yang terbentuk melalui komunikasi berbasis internet. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati aktivitas pengguna media sosial, memahami pola komunikasi, serta menginterpretasikan makna yang muncul dalam komunitas digital. Oleh sebab itu, Netnografi dianggap relevan untuk mengkaji fenomena #KaburAjaDulu yang berkembang melalui interaksi pengguna TikTok.

Objek penelitian ini adalah fenomena #KaburAjaDulu yang terdapat pada platform TikTok pada konten akun @Gerald Vincent. Peneliti mengamati berbagai bentuk konten yang menggunakan tagar #KaburAjaDulu, meliputi video, *caption*, komentar, serta interaksi antarpengguna yang berkaitan dengan pembentukan opini publik. Pengamatan dilakukan terhadap konten yang memiliki keterkaitan dengan isu sosial, ekonomi, maupun politik yang menjadi topik pembicaraan dalam fenomena tersebut.

Pemilihan akun Gerald Vincent dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan relevansinya dengan fokus penelitian. Akun tersebut dipilih karena secara aktif mengangkat fenomena #KaburAjaDulu dan menghasilkan interaksi yang tinggi di kolom komentar. Tambahan pula, konten yang diunggah memunculkan beragam tanggapan pengguna berupa kritik, dukungan, pengalaman pribadi, maupun pandangan mengenai kondisi sosial dan ekonomi di Indonesia. Keberagaman opini yang muncul menunjukkan adanya proses diskusi publik yang relevan untuk dianalisis melalui perspektif Teori Ruang Publik Habermas.

Tahapan netnografi dalam penelitian ini mengacu pada konsep yang disajikan oleh Kozinets (2020), yaitu:

- a. Menentukan fokus penelitian dan memilih komunitas daring yang relevan, yaitu pengguna TikTok yang aktif menggunakan tagar #KaburAjaDulu.
- b. Melakukan pengumpulan data melalui observasi terhadap video, *caption*, komentar, serta interaksi pengguna.
- c. Melakukan analisis data untuk mengidentifikasi pola komunikasi, narasi, dan opini yang berkembang, serta
- d. Melakukan interpretasi data berdasarkan Teori Ruang Publik Habermas untuk memahami proses pembentukan opini publik dalam ruang digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring (*online observation*) dengan mengamati berbagai konten TikTok yang menggunakan tagar #KaburAjaDulu. Data yang dikumpulkan berupa video, caption, komentar, serta bentuk interaksi lain yang relevan dengan fokus penelitian. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan studi pustaka sebagai sumber data sekunder yang diperoleh melalui jurnal ilmiah, buku, artikel, serta laporan resmi yang berkaitan dengan media baru, media sosial, opini publik, fenomena #KaburAjaDulu, dan Teori Ruang Publik Habermas.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis wacana untuk mengkaji bagaimana narasi dan opini publik terbentuk dalam fenomena #KaburAjaDulu di TikTok. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai bentuk narasi, argumentasi, kritik, serta pandangan yang disampaikan pengguna dalam video maupun komentar. Kemudian, hasil analisis didefinisikan menggunakan Teori Ruang Publik Habermas untuk melihat bagaimana TikTok berfungsi sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi dalam diskusi, menyampaikan kritik, serta membentuk opini publik secara kolektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dan hasil pembahasan dalam penelitian memiliki fokus utama pada fenomena dikursus publik yang terbentuk melalui pagar #KaburAjaDulu di Tiktok sebagai tanggapan kolektif masyarakat terhadap kondisi sosial, politik, bahkan ekonomi di Indonesia yang mengkhawatirkan masyarakat pada awal 2025. Karakteristik Tiktok sebagai media sosial berbasis video pendek memiliki peran yang sangat krusial sebagai ruang komunikasi digital yang menghadirkan interaktivitas tinggi, memungkinkan setiap pengguna untuk menyuarakan setiap opini, memberikan tanggapan dengan cepat, serta terlibat langsung dalam diskusi tanpa adanya filter *gatekeeping* yang ketat. Kolom komentar di TikTok telah berkembang menjadi arena diskursus publik yang lebih dinamis, menjadi tempat yang bukan hanya untuk mengekspresikan emosi, tetapi juga saling bertukar argumen, pengalaman, dan mengkritik keadaan realitas sosial. Dengan menggunakan kerangka Teori Ruang Publik yang dikenalkan oleh Habermas, penelitian ini mengkaji sejauh mana interaksi yang sedang terjadi dalam kolom komentar TikTok dapat memenuhi empat pilar klaim kesahihan (*validity claims*), yaitu kebenaran (*truth*), ketepatan (*rightness*), kejujuran (*sincerity*), dan komprehensibilitas (*comprehensibility*), untuk menuju percakapan ideal.

Sebagai objek penelitian, dipilih unggahan dari akun @geraldvincentt tertanggal 17 Februari 2025 yang menggunakan tagar #KaburAjaDulu. Unggahan ini berhasil menarik perhatian secara masif dengan memproduksi total 1.442 komentar saat data diambil. Dalam konten tersebut dijelaskan bahwa tagar #KaburAjaDulu bermula dari platform X. Di dalam video tersebut, kreator menunjukkan gambar mengenai “Nenek antre BPJS, Bapak antre Peralite, Ibu antre gas lpg, anak antre lowongan pekerjaan”. Banyak dari masyarakat yang menggambarkan keadaan Indonesia sedang tidak baik-baik saja. Dimulai dari lapangan pekerjaan yang sedikit, tetapi memiliki persyaratan yang banyak dan tidak masuk akal. Masyarakat juga berpendapat untuk apa hidup di negara yang membuat rakyatnya miskin, tapi pejabat lebih diperkaya. Sejalan dengan analisis Khairani & Wulandari (2025), tagar #KaburAjaDulu merupakan bentuk suara generasi muda untuk kekecewaan dan keresahan terhadap situasi sosial, politik, dan ekonomi di Indonesia. Pemilihan narasi yang disajikan dalam konten tersebut tentu saja menuai banyak perhatian masyarakat yang ingin memberikan opininya langsung mengenai #KaburAjaDulu. Banyak dari pengguna platform yang memberikan komentar secara langsung. Kolom komentar ini kemudian berkembang menjadi

alat ruang diskusi publik, di mana para pengguna platform tidak hanya mengekspresikan emosi, tetapi juga saling bertukar pikiran, berargumen, dan mengkritik realitas sosial secara kolektif. Banyak dari pengguna yang merespons isi video dengan mengaitkan pengalaman dan pandangan pribadi mereka terhadap kondisi sosial yang sedang terjadi.

Peneliti menetapkan tujuh komentar paling representatif untuk dianalisis secara tekstual. Ketujuh data ini dipilih karena memiliki bobot narasi yang kuat serta secara objektif mampu merepresentasikan ragam perspektif dan keresahan publik terhadap isu #KaburAjaDulu yang sedang terjadi di masyarakat. Selanjutnya, data-data tersebut dikelompokkan dan dianalisis berdasarkan empat pilar keasihan, sebagai berikut:

a. Klaim Kebenaran (*truth*):

Klaim kebenaran dalam ruang publik digital merujuk pada pernyataan yang didasarkan pada pengalaman empiris, observasi langsung, atau rujukan terhadap kondisi faktual yang dapat dipertanggungjawabkan secara rasional dalam diskursus publik. Dalam konteks ini, pengguna cenderung menyampaikan argumen yang dianggap merepresentasikan realitas sosial secara langsung tanpa sekadar opini subjektif.



Hasil tangkapan layar komentar (1) & (2) pada konten TikTok @geraldvincentt

Komentar (1) yang berasal dari akun @ridzxc menyatakan: "hidup di Indonesia ga sejahtera macet tiap hari, jalan bolong", jembatan sudah mau roboh ga di benerin, trotoar buat jualan, apalah." Komentar ini merupakan kritik yang disampaikan mengenai kondisi kesejahteraan masyarakat, infrastruktur publik, serta kinerja pemerintah. Hal ini menjadi contoh bahwa kualitas infrastruktur masih menjadi salah satu indikator yang digunakan masyarakat dalam menilai kinerja pemerintah dan tingkat kesejahteraan publik.

Komentar (2) yang berasal dari akun @Kim Keristin Beomsoo menyatakan: "Sebenarnya mah orang2 Indonesia itu punya banyak potensi & bakat. Hanya saja potensi2 tersebut kurang didukung di Indonesia. Apalagi yg cari kerja, syarat2nya serumit itu. Padahal klo punya bakat, atau mau berkembang, mau belajar sampai mahir bisa bikin Indonesia lebih maju terutama secara ekonomi." Komentar ini menunjukkan adanya kepercayaan bahwa sesungguhnya banyak masyarakat yang memiliki bakat dan kemampuan yang memadai, tetapi sangat disayangkan karena tidak mendapatkan dukungan, kesempatan, khususnya lapangan pekerjaan yang memadai untuk mereka. Ketidaksesuaian antara kompetensi dan kebutuhan pasar kerja menjadi faktor utama terjadinya pengangguran terdidik. Permasalahan yang kompleks terhadap lapangan pekerjaan ini menjadi

salah satu harapan bagi masyarakat ke depannya agar pemerintah dapat menyediakan lebih banyak kesempatan kerja yang sesuai dengan kompetensi dan kemampuan yang tersedia.

b. Klaim Ketepatan (*rightness*)

Klaim ketepatan dalam ruang publik digital merujuk pada pernyataan yang berlandaskan pada norma-norma sosial, etika, serta prinsip moral yang berlaku dalam masyarakat. Dalam konteks ini, pengguna cenderung menyampaikan penilaian terhadap suatu fenomena berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian tindakan, kebijakan, maupun kondisi sosial dengan standar keadilan dan kepatutan yang diyakini bersama dalam kehidupan bermasyarakat.



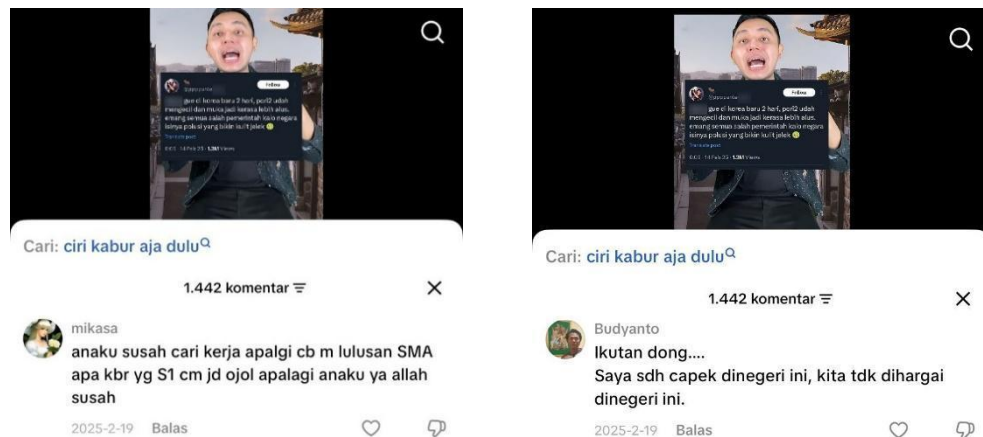
Hasil tangkapan layar komentar (3) & (4) pada konten Tiktok @geraldvincentt

Komentar (3) yang berasal dari akun @GAMA menyatakan: “#kaburAjadulu :fakta sih saat ini tinggal di tanah air sendiri sangat mencekam feodalisme logis negara ini hancur bukan krn bangsa asing atau rakyatnya yg lemah tpi krn para pejabat pemerintahan yg korup menjadi penghianat di negri sendiri!!!!..krna sesungguhnya penjahatnya para pejabat pemerintah sendiri baik itu ekonomi apalagi hukum kacau semua... ini sdh sangat bahaya di negri ini..!!!!” Komentar ini merupakan bentuk ketidakpercayaan masyarakat terhadap pemerintah yang dianggap sebagai penyebab berbagai permasalahan sosial, ekonomi, dan hukum di Indonesia. Ketidakadilan ini kemudian menjadikan Indonesia berada dalam hukum yang belum optimal, karena banyak dari pemerintah yang sudah berada di pihak kaum elit atau pejabat. Akibatnya, banyak pemerintah yang mendapati penurunan kepercayaan dari masyarakat.

Komentar (4) yang berasal dari akun @🎀🌿💖🌸🇮🇩🌺 menyatakan: “lapor ke polisi aja yg katanya semua pelayanan gratis tbttb “kalau mau cepet 150rb aja mbak”😂😭” Komentar tersebut menunjukkan adanya pengalaman subjektif masyarakat terkait praktik pelayanan publik yang dipersepsikan tidak sepenuhnya sesuai dengan aturan formal yang berlaku. Hal ini menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara aturan formal dan praktik di lapangan masih menjadi persoalan yang berulang dalam sistem pelayanan publik di Indonesia, sehingga memunculkan persepsi negatif serta ketidakpercayaan masyarakat terhadap institusi yang berwenang.

c. Klaim Kejujuran (*sincerity*)

Klaim kejujuran dalam ruang publik digital merujuk pada pernyataan yang disampaikan berdasarkan ketulusan ekspresi subjektif, pengalaman pribadi, serta kondisi emosional pembicara tanpa adanya rekayasa, manipulasi, maupun upaya strategis untuk memengaruhi pihak lain. Dalam konteks ini, pengguna cenderung mengungkapkan perasaan, pengalaman, atau respons batin secara apa adanya, yang tercermin melalui penggunaan bahasa emosional, ungkapan personal, serta tanda-tanda afeksi dalam komunikasi digital.



Hasil tangkapan layar komentar (5) & (6) pada konten Tiktok @geraldvincentt

Komentar (5) yang berasal dari akun @mikasa menyatakan: "anaku susah cari kerja apalgi cb m lulusan SMA apa kbr yg S1 cm jd ojol apalagi anaku ya allah susah." Komentar tersebut menunjukkan adanya ekspresi kekhawatiran dan keprihatinan yang bersifat personal terhadap kondisi sulitnya mendapatkan pekerjaan, khususnya bagi lulusan pendidikan tertentu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan ketenagakerjaan tidak hanya bersifat individual, tetapi juga berkaitan dengan sistem pendidikan dan struktur ekonomi yang belum sepenuhnya mampu menyerap lulusan secara optimal.

Komentar (6) yang berasal dari akun @Budyanto menyatakan: "Ikutan dong.... Saya sdh capek dinegeri ini, kita tdk dihargai dinegeri ini." Komentar tersebut menunjukkan adanya ekspresi kelelahan dan kekecewaan yang bersifat personal terhadap kondisi sosial yang dirasakan tidak memberikan penghargaan yang layak kepada individu di dalamnya. Hal ini mengindikasikan adanya tekanan psikologis dan kejenuhan sosial yang dialami individu dalam merespons kondisi yang dianggap tidak ideal, sehingga mendorong munculnya keinginan untuk "ikut" atau mengikuti tindakan yang sama sebagai bentuk solidaritas emosional.

d. Komprehensibilitas (*comprehensibility*)

Klaim komprehensibilitas dalam ruang publik digital merujuk pada kemampuan bahasa atau simbol yang digunakan dalam komunikasi untuk menciptakan kesepahaman bersama di antara para penggunanya. Dalam konteks ini, pengguna tidak hanya sekadar menyampaikan pesan, tetapi juga menggunakan ungkapan, istilah, dan cara berkomunikasi yang dapat dipahami secara kolektif sehingga mampu mengundang partisipasi dan respons dari pengguna lain. Komprehensibilitas terwujud ketika sebuah pernyataan berhasil memicu diskusi lanjutan, menciptakan ruang dialog yang terbuka, serta mendorong keterlibatan publik secara aktif dalam mendiskusikan isu yang sedang berkembang.



Hasil tangkapan layar komentar (7) pada konten TikTok @geraldvincentt

Komentar (7) yang berasal dari akun @zulfa suci lestari menyatakan: “syarat di Indo : harus berpenampilan menarik. dari situ aja aku udah kalah 😞😞” Komentar ini disampaikan dengan bahasa informal yang ringkas namun langsung dipahami secara kolektif oleh pengguna TikTok. Frasa “dari situ aja aku udah kalah” merupakan ungkapan yang merepresentasikan pengalaman bersama banyak pencari kerja di Indonesia, yang terlihat dari 1.751 likes dan 12 balasan bahwa persyaratan penampilan fisik dianggap sebagai hambatan yang tidak adil dalam proses rekrutmen. Tingginya respons terhadap komentar ini menunjukkan bahwa pesan tersebut berhasil menciptakan kesepahaman kolektif dan menggerakkan pengguna lain untuk ikut terlibat dalam diskusi.

Kolom komentar TikTok dalam penelitian ini tidak hanya menjadi ruang respons spontan, tetapi juga arena diskursus publik di mana pengguna saling menyampaikan dan menegosiasikan pandangan mereka mengenai kondisi sosial, ekonomi, dan politik Indonesia. Melalui analisis empat klaim kesahihan Habermas, penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena #KaburAjaDulu telah mendorong terbentuknya opini publik secara organik di ruang digital, sekaligus membuktikan bahwa TikTok berpotensi berfungsi sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat berpartisipasi secara terbuka dan argumentatif sebagaimana yang digagas Habermas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pembentukan opini publik pada konten TikTok tagar #KaburAjaDulu menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat untuk menyampaikan pendapat, kritik, dan aspirasi mengenai berbagai persoalan sosial. Berbagai opini yang muncul dalam konten maupun kolom komentar menunjukkan adanya perhatian masyarakat terhadap isu kesejahteraan, kesempatan kerja, kualitas hidup, serta berbagai kebijakan yang dianggap memengaruhi kondisi sosial dan ekonomi di Indonesia.

Interaksi yang terjadi di dalam konten dan kolom komentar TikTok memperlihatkan adanya proses pertukaran gagasan di antara pengguna. Sebagian pengguna menyampaikan kritik terhadap kondisi sosial dan kebijakan pemerintah, sementara pengguna lainnya memberikan dukungan, motivasi, serta pandangan yang berbeda terkait fenomena #KaburAjaDulu. Perbedaan pandangan tersebut menunjukkan bahwa opini publik terbentuk melalui proses komunikasi yang adaptif dan partisipatif, sehingga media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang diskusi bagi masyarakat.

Dalam perspektif Teori Ruang Publik Habermas, TikTok dapat dipahami sebagai ruang publik digital yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi secara aktif dalam diskusi mengenai isu sosial. Maka dari itu, fenomena #KaburAjaDulu tidak hanya mencerminkan ekspresi individu di media sosial, tetapi juga menggambarkan bagaimana ruang digital dapat memfasilitasi pembentukan opini publik serta mencerminkan mekanisme komunikasi masyarakat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, A. M. (2026). *TikTok sebagai Arena Demokrasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik*. 4(1), 377–396. <https://doi.org/10.37680/ssa.9614>
- Badan Pusat Statistik. (2026, 4 Mei). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2026*. Berita Resmi Statistik BPS. <https://bps.go.id>
- Dewi, N. K. I. F. K., & Intentilia, A. A. M. (2025). JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN] Media Sosial TikTok dan Fenomena #KaburAjaDulu: Perspektif Generasi Z Terhadap Nasionalisme. *Jurnal Media Informatika*, 6(6), 2904–2910.
- DataReportal. (2026). *Digital 2026 Global Overview Report*. <https://datareportal.com>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 19(2), 148-152.
- Rizkiyah, I. D. (2025). Interaksi Manusia sebagai Makhluk Sosial dalam Ruang Publik menurut Jürgen Habermas: Studi Kasus Pameran Metamorfosis 6. *Abstrak: Jurnal Kajian Ilmu Seni, Media Dan Desain*, 2(4), 23-32.
- Indrawan, Jerry, E., & Ilmar, A. (2018). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium*, 8(1), 11–17.
- Muflihah, I. M., & Purwanto, D. (2024). Generation Z's Engagement in Palestine Advocacy on TikTok. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(2), 2406-2416.
- Pramungkas, P. R. (2020). Peran Humas Pembentuk Opini Publik Dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.24256/kelola.v5i1.1411>
- Ramlan, A. F., Mustofa, M. U., Suhaini, Z. I., Azizi, N. Q. S., Mohd Norizam, W. A. H., & Solihah, R. (2025). Meninjau Kembali Ruang Publik: Tinjauan Literatur Tentang Media Sosial Dan Pembentukan Agenda Politik Melalui Lensa Habermas. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 9(2), 201–210. <https://doi.org/10.24198/jsg.v9i2.62982>
- Ramdani, H., Fauziah, R. A., Aeni, S. N., & Abdullah, M. N. A. (2026). Pengangguran Lulusan Sma, Smk, dan Perguruan Tinggi di Indonesia dalam Era Bonus Demografi: Peluang yang Terabaikan Atau Beban Demografi Baru?. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 705-725.
- Sabrina, G. R., & Vera, N. (2023). Komentar Positif Netizen Terhadap Film 'Like & Share' (Studi Netnografi Akun Instagram @Filmlikeandsahre). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(5), 7008–7018.
- Saidaturrahmah, S., & Kholil, S. (2023). Dinamika Ruang Publik dan Demokrasi di Era New Media. *Ameena Journal*, 1(4), 350–358. <https://doi.org/10.63732/aij.v1i4.39>
- Setiawan, F. R. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Ruang Publik: Tinjauan Filosofis Gagasan Ruang Publik Jürgen Habermas. *Melintas*, 39(3), 323–350. <https://doi.org/10.26593/mel.v39i3.7826>
- Supriadi, A. R., Nurhadi, Z. F., & Husnusyifa, A. (2025). Cyberbullying di Media Sosial: Studi Netnografi Komentar Netizen di Akun TikTok @garutupdate_. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 1627–1642. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.571>
- Tumanggor, T., & Sazali, H. (2025). Penggunaan Hashtag #KaburAjaDulu dalam Pembentukan Algoritma Kritik Publik di Media Baru. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 6(2), 1353–1362. <https://doi.org/10.63447/jimik.v6i2.1425>
- Yusran, Y., Sultan, M., & Sonni, A. (2025). Krisis Harapan Generasi Muda Dalam Fenomena #Kaburajadulu Di Tiktok: Studi Komunikasi Digital. *Tuturlogi*, 6(3), 116–134. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2025.006.03.1>
- Koswara, A., & Herlina, L. (2025). # KaburAjaDulu: Analisis Fenomena Media Sosial sebagai Ekspresi Kekecewaan Masyarakat terhadap Kondisi Ekonomi, Sosial, dan Keadilan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Studi Sosial Terapan*, 4(1), 96-107