

# Penggunaan Hashtag #KaburAjaDulu dalam Pembentukan Algoritma Kritik Publik di Media Baru

Timur Tuamnggor<sup>1</sup>, Hasan Sazali<sup>2\*</sup>

<sup>1,2\*</sup> Program Studi Doktor Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Email: [timurtumanggor@gmail.com](mailto:timurtumanggor@gmail.com)<sup>1</sup>, [hasansazali@uinsu.ac.id](mailto:hasansazali@uinsu.ac.id)<sup>2\*</sup>

## Histori Artikel:

*Dikirim* 11 Maret 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 30 April 2025; *Diterima* 10 Mei 2025; *Diterbitkan* 30 Mei 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

## Abstrak

Penelitian ini mengkaji penggunaan hashtag #kaburajadulu sebagai bentuk kritik publik yang terbentuk dan tersebar melalui algoritma media sosial. Hashtag ini merepresentasikan respons emosional dan kolektif masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap tekanan ekonomi, ketimpangan sosial, dan ketidakadilan struktural. Dengan pendekatan kualitatif melalui observasi non-partisipatif dan web scraping pada platform X (sebelumnya Twitter), analisis dilakukan menggunakan model framing Entman (1993) untuk mengidentifikasi konstruksi narasi, penyebab masalah, evaluasi moral, dan bentuk solusi simbolik yang ditawarkan warganet. Temuan menunjukkan bahwa #kaburajadulu berperan sebagai media advokasi dan ruang terapi sosial digital yang memperkuat solidaritas emosional. Selain itu, algoritma media sosial berkontribusi dalam memperluas jangkauan dan daya sebar hashtag, menjadikannya alat protes digital yang efektif. Penelitian ini mengisi celah literatur dengan menyoroti hubungan antara ekspresi keresahan publik dan mekanisme algoritmik yang menentukan visibilitas kritik di ruang digital. Oleh karena itu, hashtag viral seperti #kaburajadulu tidak bisa dipandang sebagai fenomena sesaat, melainkan sebagai representasi dari konstruksi wacana kolektif dalam era komunikasi berbasis algoritma.

**Kata Kunci:** Hashtag; Algoritma; Kritik Publik; Media Baru.

## Abstract

This study examines the use of hashtags #kaburajadulu as a form of public criticism that is formed and spread through social media algorithms. This hashtag represents the emotional and collective response of people, especially the younger generation, to economic pressures, social inequality, and structural injustice. With a qualitative approach through non-participatory observation and web scraping on platform X (formerly Twitter), the analysis was carried out using Entman's (1993) framing model to identify the narrative construction, the causes of the problem, the moral evaluation, and the form of symbolic solutions offered by netizens. The findings suggest that #kaburajadulu act as an advocacy medium and a digital social therapy space that strengthens emotional solidarity. Additionally, social media algorithms contribute to expanding the reach and pervasiveness of hashtags, making them an effective digital protest tool. This research fills a gap in the literature by highlighting the relationship between public expression of anxiety and the algorithmic mechanisms that determine the visibility of criticism in the digital space. Therefore, viral hashtags such as #kaburajadulu cannot be seen as a momentary phenomenon, but rather as a representation of the construction of collective discourse in the era of algorithm-based communication.

**Keyword:** Hashtags; Algorithms; Public Criticis; New Media.

## 1. Pendahuluan

Media sosial kini menjadi ruang dinamis di mana masyarakat bebas mengekspresikan pandangan dan perasaannya. Salah satu contohnya adalah viralnya hashtag #kaburajadulu, yang menggambarkan keresahan publik terhadap isu seperti tekanan ekonomi dan ketidakadilan. Menurut Purba (2023), hashtag semacam ini bukan hanya pelengkap dalam konten digital, tetapi mencerminkan bentuk perlawanan masyarakat yang lahir secara organik. Fenomena ini menunjukkan bahwa pola partisipasi publik telah berubah, dari yang sebelumnya cenderung pasif menjadi lebih aktif dan reflektif dalam merespons kondisi sosial di sekitarnya melalui media digital. Hashtag #kaburajadulu tak sekadar jadi tren sesaat, melainkan saluran efektif untuk menyuarakan kritik sosial. Banyak warganet menggunakannya untuk mengekspresikan kekecewaan terhadap berbagai sektor, mulai dari pendidikan hingga politik. Sejalan dengan temuan Aulia *et al.* (2021), hashtag seperti #indonesiaterserah sebelumnya juga menunjukkan bentuk ketidakpuasan kolektif yang kuat di masa pandemi. Maka, kemunculan #kaburajadulu dapat dilihat sebagai kelanjutan dari tradisi digital protes yang semakin kuat di Indonesia di mana media sosial menjadi ruang yang memungkinkan aspirasi dan keresahan publik mendapat tempat dan gaung yang luas. Pada #kaburajadulu menjadi contoh nyata bagaimana sebuah hashtag bisa mengarahkan percakapan publik ke isu-isu yang selama ini terasa tersembunyi. Menurut Diniati *et al.* (2023), hashtag mampu mengumpulkan atensi kolektif dan menciptakan resonansi emosional di antara para penggunanya. Maka, ketika ribuan suara berkumpul di balik satu hashtag, yang muncul bukan lagi keluhan individu, melainkan gema keresahan sosial yang menyatukan. Ini menegaskan bahwa media sosial bukan hanya ruang berbagi, tetapi telah menjelma menjadi forum deliberatif di mana makna, kritik, dan kesadaran sosial dibentuk bersama-sama oleh publik digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa algoritma media sosial turut berperan dalam memperbesar dampak sebuah gerakan digital. Sejalan dengan penjelasan Meladia *et al.* (2018), ketika sebuah hashtag digunakan secara masif, algoritma akan menilai hashtag tersebut relevan dan layak ditampilkan lebih luas. Akibatnya, #kaburajadulu bukan hanya menjadi wadah ekspresi, tetapi juga mendapat dukungan teknologis yang membuatnya semakin terlihat dan didiskusikan. Lingkaran umpan balik ini mendorong lebih banyak orang terlibat, menciptakan efek viral yang menguatkan posisi hashtag sebagai alat komunikasi publik yang efektif di era digital.

Sejalan dengan temuan Setiawati & Santosa (2022), kekuatan sebuah hashtag terletak pada kemampuannya menghubungkan konten-konten yang memiliki isu serupa, sehingga membentuk satu arus narasi yang kuat. Dalam kasus #kaburajadulu, frekuensi penggunaannya turut meningkatkan peluang interaksi dan menjangkau lebih banyak audiens. Hal ini membuktikan bahwa partisipasi digital tidak hanya soal berbicara, tetapi juga tentang bagaimana suara-suara tersebut disusun menjadi pesan kolektif yang terdengar. Perpaduan antara perilaku aktif pengguna dan algoritma platform menciptakan ekosistem komunikasi yang mampu mengangkat satu gagasan menjadi wacana publik yang dominan. Menurut Priadana & Murdiyanto (2020), semakin tinggi engagement pada sebuah hashtag, maka semakin besar pula peluangnya untuk menembus linimasa pengguna lain. Ini membuktikan bahwa algoritma berperan bukan sekadar sebagai penyalur informasi, tetapi juga sebagai penguat pengaruh sosial. Dalam konteks #kaburajadulu, mekanisme ini memperkuat posisi hashtag sebagai medium protes digital yang memiliki daya sebar tinggi. Jadi, selain menjadi wadah ekspresi publik, hashtag ini juga mendapat dukungan sistemik dari algoritma yang mendorong interaksi, menjadikannya simbol keresahan sekaligus pemantik percakapan luas di media sosial. Beberapa penelitian sebelumnya telah menelusuri peran hashtag dalam memperkuat keterlibatan publik dalam wacana digital seperti temuan Setiawan & Panjaitan (2022), hashtag bukan sekadar simbol atau label digital, tetapi bagian dari strategi komunikasi yang kompleks untuk membangun keterikatan emosional dan solidaritas antar pengguna. Dalam konteks #kaburajadulu, hal ini tampak dari cepatnya persebaran opini serta kesamaan suara yang muncul di berbagai platform. Masyarakat mampu memobilisasi opini secara cepat dan terarah, menjadikan hashtag ini alat efektif dalam menyuarakan keresahan sosial dan membentuk kesadaran kolektif. Fairuz *et al.* (2021) dalam studinya mengemukakan, cara sebuah hashtag dibingkai sangat menentukan respons publik yang muncul di

sekitarnya. Dalam kasus #kaburajadulu, makna simbolik yang menyiratkan kekecewaan atau keinginan untuk “lari” dari realitas sosial menciptakan efek emosional yang kuat. Framing ini memudahkan Masyarakat terutama generasi muda yang akrab dengan dunia digital untuk terhubung secara emosional dan ikut menyuarakan keresahannya. Alhasil, partisipasi meningkat bukan hanya karena isu yang relevan, tetapi juga karena kemasan pesan yang menyentuh sisi psikologis pengguna media sosial secara mendalam. Menurut Boentoro & Paramita (2020), strategi penggunaan hashtag dalam pemasaran digital terbukti mampu memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan keterlibatan. Prinsip ini juga berlaku dalam ranah wacana sosial seperti #kaburajadulu. Dengan memahami bagaimana algoritma bekerja misalnya melalui intensitas interaksi atau konsistensi penggunaan hashtag pesan-pesan sosial dapat lebih mudah muncul di beranda publik. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah gerakan digital tidak hanya bergantung pada isinya, tetapi juga pada cara strategis menyebarkannya dalam ekosistem media sosial.

Meski penelitian seperti Setiawan & Panjaitan (2022), Fairuz *et al.* (2021), dan Boentoro & Paramita (2020) telah memberikan kontribusi penting dalam memahami peran hashtag dan algoritma, fokus kajian mereka masih dominan pada aspek strategi komunikasi, framing, atau pemasaran digital. Sayangnya, relasi mendalam antara kritik publik yang terartikulasi melalui hashtag dan bagaimana algoritma memperkuat atau menekannya belum banyak dieksplorasi. Padahal, interaksi ini krusial untuk memahami bagaimana media sosial membentuk opini publik secara struktural, sekaligus menentukan arah perubahan sosial yang lahir dari ruang digital tersebut. Melalui penelitian ini, peneliti berupaya menjawab celah penelitian tersebut dengan menelaah bagaimana interaksi antara bentuk kritik publik yang muncul melalui hashtag #kaburajadulu dan mekanisme algoritma media sosial saling memengaruhi dalam membentuk wacana digital. Fokus utama diarahkan pada analisis keterkaitan antara ekspresi keresahan kolektif masyarakat dan cara algoritma memperkuat, menyaring, atau bahkan mengarahkan visibilitas pesan tersebut. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu memberikan kontribusi terhadap pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana opini publik digital tidak hanya dibentuk oleh isi pesan, tetapi juga oleh struktur distribusi informasi yang tersembunyi di balik sistem algoritmik media sosial.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi untuk mengkaji dinamika penggunaan hashtag #kaburajadulu di media sosial, khususnya Twitter dan Instagram, selama periode Januari - Mei 2024. Data dikumpulkan melalui teknik web scraping dan observasi non-partisipatif terhadap konten yang mengandung hashtag tersebut. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model analisis framing Entman (1993) untuk mengidentifikasi pola narasi dan respon publik yang terbentuk. Validitas diperkuat dengan triangulasi sumber dari studi terdahulu, komentar pengguna, serta respons algoritma platform. Pendekatan ini relevan karena mampu menangkap makna simbolik dalam komunikasi digital (Krippendorff, 2018), sekaligus menggambarkan interaksi kompleks antara pengguna dan sistem distribusi informasi berbasis algoritma (Miles *et al.*, 2014).

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Hasil

#### 3.1.1 Ekspresi Kritik Publik dalam Hashtag

Hashtag #kaburajadulu yang viral di X (sebelumnya Twitter) bukan sekadar tren sesaat, melainkan penanda keresahan publik atas kondisi sosial, ekonomi, dan politik Indonesia. Ia muncul sebagai respons spontan terhadap tekanan hidup, mulai dari biaya hidup yang tinggi, beban kerja, hingga kebijakan pemerintah yang dirasa tidak berpihak. Seperti dikemukakan oleh Nicoletti *et al.* (2022),

hashtag dapat menjadi indikator nyata dari keresahan kolektif, bukan hanya ekspresi individual. Oleh karena itu, keberadaan #kaburajadulu perlu dilihat sebagai refleksi atas realitas yang menimpa kelompok masyarakat luas, bukan sekadar ekspresi personal. Hashtag bertindak sebagai jembatan antara kritik sosial dan solidaritas digital. Hashtag memberi ruang kepada individu untuk menyalurkan kekecewaan mereka secara terbuka, sekaligus membentuk jaringan emosional bersama pengguna lain. Observasi non-partisipatif yang dilakukan terhadap 500+ tweet berbahasa Indonesia memperlihatkan bahwa sebagian besar konten mengandung nada keluhan, satire, atau sindiran terhadap keadaan negara. Hal ini sejalan dengan pandangan Stewart *et al.* (2017) bahwa media sosial memungkinkan ekspresi kolektif melalui struktur jaringan yang cair dan partisipatif. Visualisasi data menggunakan teknik web scraping dari Twitter menunjukkan bahwa penggunaan hashtag meningkat secara signifikan setelah peristiwa kenaikan harga bahan pokok dan polemik pendidikan nasional. Dalam 3 hari saja, terdapat lebih dari 12.000 cuitan dengan hashtag ini, didominasi oleh kalangan muda usia 18–34 tahun. Salah satu pengguna menulis: “Gaji segini, harga segitu, mimpi tinggal mimpi. #kaburajadulu.” Kalimat seperti ini mencerminkan bagaimana publik mengekspresikan frustrasi dalam bentuk narasi sehari-hari yang emosional namun relatable (Wirth & Evans, 2024).

Tabel 1. Analisis Hashtag #kaburajadulu di X

| No | Aspek Analisis             | Keterangan Ilmiah  |
|----|----------------------------|--|
| 1  | Metode                     | Web scraping (Python-Tweepy API); observasi non-partisipatif                         |
| 2  | Jumlah Tweet               | 500 tweet dianalisis manual + scraping massal mendeteksi 12.000 tweet dalam 3 hari   |
| 3  | Periode Observasi          | 3 hari (pasca isu kenaikan harga sembako dan polemik pendidikan nasional)            |
| 4  | Kelompok Usia Dominan      | 18–34 tahun (data inferred dari profil publik)                                       |
| 5  | Distribusi Nada Konten     | Keluhan (36%), Sindiran (28%), Satire (24%), Humor Gelap (8%), Informasi Ulang (4%)  |
| 6  | Contoh Tweet Representatif | “Gaji segini, harga segitu, mimpi tinggal mimpi. #kaburajadulu”                      |
| 7  | Pola Emosi Dominan         | Frustrasi, ketidakberdayaan, sinisme kolektif  |
| 8  | Pola Interaksi Digital     | Retweet tinggi (rata-rata >300), like tinggi (rata-rata >500), komentar rendah (<20) |
| 9  | Tema Isu yang Muncul       | Ekonomi (52%), Politik (24%), Pendidikan (14%), Sosial Budaya (10%)                  |

Hashtag ini juga membentuk ruang diskusi alternatif yang memungkinkan publik mengeksplorasi rasa tidak puas mereka tanpa harus takut dikekang. Dalam salah satu cuitan yang disukai ribuan orang, seorang warganet berkata, “Setiap hari bangun bukan buat hidup, tapi buat bertahan. #kaburajadulu.” Kutipan semacam ini memperkuat gagasan bahwa media sosial telah menjadi arena ekspresi keputusan yang sistemik. Mendes *et al.* (2018) menyebut fenomena ini sebagai bagian dari digital emotional activism, yakni gerakan yang mengandalkan emosi kolektif untuk membangun kesadaran bersama. Fenomena #kaburajadulu juga menunjukkan bagaimana simbol digital dapat mengubah persepsi menjadi aksi. Bukan hanya sebagai bentuk pelampiasan, hashtag ini merekatkan individu dalam satu kesadaran bersama bahwa mereka tidak sendiri. Menurut Johnson *et al.* (2019), hashtag memainkan peran penting dalam membentuk networked publics, yaitu komunitas daring yang memiliki emosi, pengalaman, dan tujuan yang sejalan. Dalam hal ini, hashtag membantu membentuk identitas kolektif atas suatu kondisi sosial yang dianggap tidak adil atau menindas. Menariknya, beberapa cuitan tidak hanya menyuarakan kritik, tetapi juga menawarkan humor gelap sebagai bentuk coping mechanism. Misalnya, “Kalau negara sudah tidak lucu, berarti kita yang harus melucu. #kaburajadulu.” Humor dalam kritik sosial ini sejalan dengan temuan Ross & Bhatia (2019) bahwa sarkasme adalah alat ampuh dalam membangun narasi alternatif tanpa konfrontasi langsung.

Hashtag menjadi ruang ekspresi multisuara dari yang serius, sinis, hingga satir yang semuanya memperkuat pesan bahwa ada keresahan nyata di balik popularitasnya. Dari hasil observasi non-partisipatif, terlihat bahwa banyak pengguna tidak saling mengenal namun merespons satu sama lain melalui retweet, like, dan komentar penuh empati. Interaksi ini membentuk semacam solidaritas emosional yang spontan namun kuat. Brögger *et al.* (2021) menekankan bahwa dalam ruang digital, emosi bisa menyebar secara viral dan membentuk “emosional contagion” yang memperkuat rasa senasib. Di sinilah kekuatan hashtag bukan hanya sebagai simbol wacana, tetapi sebagai alat pengikat afeksi sosial dalam ekosistem digital. Secara keseluruhan, hashtag #kaburajadulu telah berkembang menjadi simbol kritik sosial yang kuat di Indonesia. Ia melampaui fungsi estetika atau popularitas daring, dan menjelma menjadi bentuk partisipasi aktif masyarakat dalam menyuarakan ketidakpuasan mereka. Powell *et al.* (2022) menegaskan bahwa hashtag mampu mengartikulasikan identitas politik dan sosial baru, terutama ketika saluran formal tidak lagi dipercaya. Maka dari itu, #kaburajadulu tidak boleh diremehkan ia adalah cerminan nyata dari jeritan publik yang haus keadilan dan perbaikan. Hashtag #kaburajadulu merepresentasikan bentuk kritik sosial yang kuat dan terstruktur di media sosial X, bukan sekadar ekspresi sesaat. Dengan metode observasi non-partisipatif dan web scraping, ditemukan bahwa hashtag ini mencerminkan keresahan kolektif atas tekanan ekonomi, kebijakan publik, hingga ketimpangan sosial yang dirasakan luas oleh generasi muda. Hashtag ini memfasilitasi pelampiasan frustrasi, membentuk solidaritas emosional, dan menciptakan komunitas daring yang senasib. Melalui sarkasme, satire, dan empati digital, #kaburajadulu menjelma menjadi simbol perlawanan dan identitas bersama atas kondisi yang dianggap tidak adil.

### 3.1.2 Analisis Framing Model Entman terhadap #kaburajadulu

Dalam teori framing Entman (1993), tahap pertama adalah define problems, yaitu bagaimana sebuah isu dibentuk sebagai masalah publik. Unggahan dengan tagar #kaburajadulu banyak menyoroti tekanan ekonomi, stagnasi sosial, dan beban hidup sebagai sumber keresahan kolektif. Kalimat seperti “Gaji segini, harga segitu, mimpi tinggal mimpi” menunjukkan bahwa ketidakpuasan ini bukan soal pribadi semata, melainkan gambaran dari sistem yang dianggap tidak adil. Seperti yang dijelaskan oleh Wirth & Evans (2024), media sosial memberi ruang bagi individu untuk menyuarakan pengalaman hidup mereka secara emosional, menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami dan menyentuh banyak orang. Tagar #kaburajadulu bukan sekadar keluhan spontan, tapi juga cerminan emosi kolektif yang dalam. Unggahan-unggahan dengan nada frustrasi, sinisme, bahkan humor gelap memperlihatkan betapa tekanan hidup dirasakan begitu nyata dan menyedihkan. Di sinilah emosi menjadi bingkai kuat yang memberi bobot pada masalah bahwa ini bukan sekadar isu ekonomi, melainkan krisis psikologis. Mendes *et al.* (2018) menyebut fenomena ini sebagai digital emotional activism, yaitu ketika narasi dibangun bukan dengan data semata, melainkan melalui resonansi emosional. Maka, tagar ini menjadi saluran suara generasi muda yang merasa terjepit oleh keadaan, namun memilih menyuarakannya secara kreatif dan masif di ruang digital. Tahap kedua dalam framing menurut Entman (1993) adalah diagnose causes, yaitu mencari siapa atau apa yang dianggap sebagai penyebab masalah. Dalam unggahan bertagar #kaburajadulu, banyak pengguna menyalahkan sistem bukan diri sendiri. Kebijakan pemerintah yang dianggap tidak berpihak, sistem kerja yang melelahkan, hingga ketimpangan akses kesejahteraan sering disebut sebagai sumber tekanan. Ungkapan seperti “Bangun bukan untuk hidup, tapi untuk bertahan” mencerminkan bahwa publik melihat akar masalah bersifat struktural. Stewart *et al.* (2017) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan masyarakat mengekspresikan ketidakadilan tanpa perlu saluran resmi, sehingga membentuk ruang kritik yang kuat dan masif dari akar rumput. Selain menasar aktor sosial seperti pemerintah dan sistem kerja, banyak unggahan juga secara halus menyoroti peran algoritma media sosial dalam membentuk arus percakapan publik. Ketika tagar seperti #kaburajadulu menjadi viral, algoritma memperluas jangkauannya; namun untuk isu lain, algoritma bisa saja membatasi visibilitas. Hal ini menunjukkan bahwa algoritma bukan pihak netral. Meladia *et al.* (2018) menegaskan bahwa algoritma memiliki andil dalam menentukan suara mana yang akan diperkuat atau diabaikan.

Dalam algoritma justru ikut memperbesar dampak pesan emosional publik, menjadikan kritik sosial tersebut lebih luas, cepat, dan tak terbandung. Tahap make moral judgments dalam framing berfokus pada penilaian terhadap situasi atau pelaku, apakah layak dipuji atau dikritik. Dalam tagar #kaburajadulu, warganet banyak menyuarakan bahwa kondisi sosial saat ini sarat ketimpangan dan tidak bisa diterima begitu saja. Namun alih-alih marah secara frontal, mereka memilih sarkasme dan humor gelap sebagai bentuk kritik, seperti dalam kalimat, “Kalau negara sudah tidak lucu, berarti kita yang harus melucu.” Ross & Bhatia (2019) menjelaskan bahwa gaya ini merupakan strategi retorik untuk menyampaikan penolakan secara halus, namun tetap kuat secara etis dan emosional, mencerminkan bentuk kritik moral yang reflektif. Framing moral dalam tagar #kaburajadulu juga tercermin dari munculnya solidaritas digital yang tulus dan spontan. Alih-alih berdebat, banyak pengguna merespons curhatan orang lain dengan empati dan dukungan emosional. Hal ini membentuk kesadaran kolektif bahwa banyak orang mengalami hal serupa seolah berkata, “kita semua sedang berjuang.” Johnson *et al.* (2019) menyebut fenomena ini sebagai networked publics, yakni komunitas daring yang terhubung oleh emosi dan tujuan bersama. Kritik yang muncul tidak lagi menasar individu atau kelompok tertentu, tetapi diarahkan pada sistem yang dianggap gagal menciptakan keadilan dan kesejahteraan sosial yang layak. Menariknya, pada tahap suggest remedies, solusi yang muncul lewat tagar #kaburajadulu bukan berupa kebijakan konkret, melainkan simbolik: “kabur.” Frasa ini menjadi sindiran terhadap sistem yang dianggap gagal menjawab kebutuhan dasar masyarakat. Meski tidak semua benar-benar ingin lari, ungkapan ini mencerminkan keinginan kuat untuk bebas dari tekanan sosial dan ekonomi yang menyesak. Nicoletti *et al.* (2022) menjelaskan bahwa simbol digital semacam ini adalah bentuk ekspresi alternatif ketika saluran formal tak lagi dipercaya. Maka, remedy yang ditawarkan bukan dalam bentuk teknis, tetapi sebagai manifestasi emosional atas kerinduan akan ruang hidup yang lebih adil dan manusiawi. Selain simbol “kabur,” solusi lain yang mengemuka dalam #kaburajadulu adalah penggunaan media sosial sebagai ruang advokasi dan terapi kolektif. Di tengah krisis, publik membentuk komunitas daring yang saling menyuarakan keresahan dan membangun empati. Ini menjadi ruang untuk memproses tekanan hidup sekaligus memperkuat kesadaran bersama. Brøgger *et al.* (2021) menyebut fenomena ini sebagai emotional contagion, di mana emosi yang dibagikan dapat memperkuat solidaritas dan mendorong perubahan sosial. Maka, remedy yang ditawarkan bukan hanya soal kebijakan, tetapi tentang keterhubungan emosional dan pengakuan kolektif atas pentingnya ruang digital sebagai arena kritik dan perlawanan yang sah.

Tabel 2. Analisis Framing Model Entman (1993) terhadap Hashtag #kaburajadulu

| Tahap Framing        | Analisis  | Narasi   |
|----------------------|---|--|
| Define Problems      | Masalah utama dikonstruksi sebagai tekanan ekonomi, ketimpangan sosial, dan beban hidup yang menyesak. Framing ini bersifat kolektif dan emosional.                               | “Gaji segini, harga segitu, mimpi tinggal mimpi.”                |
| Diagnose Causes      | Akar masalah dianggap berasal dari kebijakan pemerintah, sistem kerja eksploitatif, dan ketimpangan struktural. Algoritma media sosial juga disorot sebagai bagian dari penyebab. | “Bangun bukan untuk hidup, tapi untuk bertahan.”                 |
| Make Moral Judgments | Ketimpangan sosial dikritik secara etis melalui sarkasme, humor gelap, dan solidaritas digital. Kritik tidak frontal tapi menyentuh dan membangun.                                | “Kalau negara sudah tidak lucu, berarti kita yang harus melucu.” |
| Suggest Remedies     | Solusi simbolik berupa “kabur” sebagai satire, serta penggunaan media sosial sebagai ruang terapi dan advokasi kolektif.  | “#kaburajadulu” sebagai bentuk satire perlawanan.                |

Analisis framing terhadap tagar #kaburajadulu menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis bagi publik untuk membingkai keresahan sosial secara kolektif dan emosional. Masalah yang diangkat bukan sekadar keluhan individual, melainkan krisis struktural yang dipicu oleh tekanan ekonomi, sistem kerja eksploitatif, serta kegagalan kebijakan publik. Kritik yang disampaikan tidak bersifat agresif, tetapi diselipkan dalam humor gelap dan solidaritas digital, menciptakan moral framing yang kuat dan menyentuh. Solusi yang ditawarkan pun lebih bersifat simbolik dan emosional, seperti ajakan “kabur” atau pelarian dari sistem yang menindas, sekaligus menjadikan media sosial sebagai ruang advokasi dan terapi sosial yang efektif.

### 3.2 Pembahasan

Hashtag #kaburajadulu yang viral di media sosial X (sebelumnya Twitter) bukan hanya sekadar fenomena digital yang muncul secara spontan, tetapi mencerminkan pergeseran penting dalam cara masyarakat Indonesia mengungkapkan keresahan sosial. Fenomena ini menegaskan peran media sosial sebagai alat untuk mengekspresikan ketidakpuasan terhadap ketimpangan sosial, ekonomi, dan kebijakan publik yang dirasa tidak adil. Menurut Purba (2023), hashtag semacam ini lebih dari sekadar pelengkap dalam konten digital; ia merupakan bentuk perlawanan yang berkembang secara organik dalam masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang mulai lebih aktif menyuarakan ketidakpuasan mereka melalui platform digital. Hashtag #kaburajadulu menggambarkan ekspresi kolektif yang lebih luas, yang menyentuh berbagai aspek kehidupan sosial, dari politik, ekonomi, hingga pendidikan, yang selama ini dianggap sebagai masalah yang tak kunjung mendapat solusi dari pemerintah. Hal ini sejalan dengan temuan Aulia *et al.* (2021), yang mengungkapkan bahwa hashtag semacam ini sering digunakan untuk menyuarakan ketidakpuasan sosial yang kuat di tengah krisis atau ketidakstabilan. *Framing* yang dibangun oleh hashtag ini menjadi aspek penting dalam pembentukan wacana sosial. Menurut Entman (1993), framing dalam media sosial berfungsi untuk mendefinisikan masalah, mendiagnosis penyebab, membuat penilaian moral, dan menawarkan solusi. Dalam hal ini, hashtag #kaburajadulu membingkai masalah sebagai ketidakadilan sosial yang disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang dianggap tidak berpihak dan oleh sistem ekonomi yang dianggap eksploitatif. Pesan-pesan yang terkandung dalam hashtag ini, seperti "Gaji segini, harga segitu, mimpi tinggal mimpi" atau "Bangun bukan untuk hidup, tapi untuk bertahan," mencerminkan ketidakpuasan yang lebih mendalam terhadap situasi sosial yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Pesan-pesan ini tidak hanya sekadar keluhan pribadi, tetapi menggambarkan kesulitan struktural yang dirasakan oleh banyak orang. Sebagai simbol perlawanan, hashtag ini juga menunjukkan adanya penolakan terhadap sistem yang dianggap tidak adil, dengan menggunakan humor gelap atau sindiran sebagai bentuk kritik yang lebih halus namun tajam, yang diperkenalkan oleh Ross & Bhatia (2019).

Salah satu faktor yang memperkuat dampak dari hashtag #kaburajadulu adalah peran algoritma media sosial dalam memperluas jangkauan pesan tersebut. Meladia *et al.* (2018) menjelaskan bahwa algoritma media sosial bekerja dengan menilai relevansi dari sebuah hashtag yang sering digunakan dan menampilkannya lebih luas kepada audiens yang lebih banyak. Ini membuktikan bahwa media sosial, dengan dukungan algoritma, tidak hanya menjadi medium untuk berbagi pesan, tetapi juga berfungsi sebagai sistem distribusi yang memengaruhi seberapa luas suatu kritik dapat dijangkau. Dalam kasus #kaburajadulu, algoritma ini memperluas visibilitas hashtag tersebut, memungkinkan lebih banyak orang terlibat dalam percakapan dan memperkuat pesan yang disuarakan. Observasi terhadap lebih dari 12.000 tweet yang menggunakan hashtag ini menunjukkan bahwa, dalam waktu singkat, isu yang dibawa oleh hashtag tersebut mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang berusia antara 18 hingga 34 tahun. Hal ini membuktikan bahwa media sosial, didorong oleh algoritma, berperan dalam memperkuat pengaruh sosial suatu isu dan menjadikannya alat yang efektif dalam membentuk opini publik. Selain itu, hashtag #kaburajadulu menciptakan ruang untuk solidaritas digital yang memperkuat rasa keterhubungan di antara penggunanya. Brøgger *et al.* (2021) menyebut fenomena ini sebagai "emosional contagion," di mana emosi yang ditularkan melalui media sosial dapat memperkuat solidaritas dan meningkatkan kesadaran kolektif.

Melalui interaksi seperti retweet, komentar, dan like, pengguna media sosial membentuk komunitas yang memiliki perasaan dan tujuan yang sama, meskipun mereka tidak saling mengenal secara langsung. Banyak pengguna yang merespons cuitan lain dengan empati, memberikan dukungan emosional, atau bahkan berbagi humor gelap yang menunjukkan ketidakberdayaan mereka dalam menghadapi sistem yang dianggap tidak berpihak. Hal ini menunjukkan bahwa hashtag #kaburajadulu lebih dari sekadar alat ekspresi individu; ia juga menjadi ruang bagi pembentukan solidaritas digital yang memfasilitasi partisipasi kolektif dalam menyuarakan kritik sosial. Akhirnya, solusi yang ditawarkan oleh hashtag #kaburajadulu, meskipun tidak bersifat konkret atau kebijakan praktis, lebih pada bentuk simbolik yang mencerminkan keinginan untuk melarikan diri dari tekanan sosial dan ekonomi yang menyesak. Sebagaimana dijelaskan oleh Nicoletti *et al.* (2022), simbol digital semacam ini menjadi sarana alternatif bagi masyarakat untuk mengekspresikan rasa frustrasi mereka, terutama ketika saluran formal tidak lagi dipercaya. Simbol "kabur" menjadi sindiran terhadap sistem yang dianggap gagal memberikan ruang hidup yang lebih adil bagi masyarakat, sekaligus mengingatkan bahwa ketidakadilan sosial bukan hanya masalah individu, tetapi masalah struktural yang memerlukan perubahan fundamental. Penggunaan hashtag ini tidak hanya mengungkapkan keresahan, tetapi juga memperlihatkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang advokasi sosial yang memungkinkan masyarakat untuk membentuk wacana bersama dan mengusung perubahan sosial. Secara keseluruhan, hashtag #kaburajadulu mencerminkan perubahan penting dalam cara masyarakat Indonesia menyuarakan ketidakpuasan mereka terhadap ketidakadilan sosial. Dengan bantuan algoritma media sosial, hashtag ini mampu memperluas jangkauan kritik publik, menciptakan solidaritas digital, dan membentuk narasi kolektif yang memperkuat posisi hashtag tersebut sebagai alat protes yang efektif di era digital. Oleh karena itu, hashtag seperti #kaburajadulu tidak hanya bisa dipandang sebagai fenomena sesaat, tetapi sebagai bentuk representasi perlawanan terhadap ketidakadilan struktural yang diperkuat oleh logika algoritmik dalam media sosial.

#### 4. Kesimpulan

Penggunaan hashtag #kaburajadulu tidak hanya mencerminkan keresahan publik secara emosional dan kolektif, tetapi juga memperlihatkan peran algoritma dalam memperkuat resonansi pesan kritik sosial di ruang digital. Temuan ini mengisi celah penelitian yang selama ini kurang menelaah keterkaitan antara ekspresi publik melalui hashtag dan mekanisme algoritmik yang mengatur visibilitas serta penyebaran informasi. Sementara studi sebelumnya lebih banyak berfokus pada strategi komunikasi, framing, atau dampak emosional, penelitian ini menegaskan bahwa opini publik digital dibentuk oleh dua kekuatan utama: narasi sosial yang dibangun pengguna dan arsitektur algoritmik yang menentukan arah penyebaran pesan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan lagi sekadar medium berbagi, melainkan arena deliberatif di mana kritik, solidaritas, dan identitas kolektif terbangun melalui interaksi kompleks antara pengguna dan sistem distribusi algoritma. Oleh karena itu, hashtag semacam #kaburajadulu tidak dapat dipandang hanya sebagai tren viral, tetapi sebagai simbol perlawanan struktural yang diperkuat oleh logika teknologis platform digital.

#### 5. Daftar Pustaka

Atmojo, M., & Hamdi, R. (2022). Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan media sosial pada sektor UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.41.811>.

- Aulia, B., Utomo, P., Khaira, U., & Suratno, T. (2021). Analisis sentimen hashtag #indonesiaterserah di masa COVID-19 menggunakan metode Sentistrength. *Jurnal Komputer dan Informatika*, 9(2), 207–213. <https://doi.org/10.35508/jicon.v9i2.4275>.
- Boentoro, Y., & Paramita, S. (2020). Komunikasi pemasaran viral marketing (studi kasus Kopi Kwang Koan). *Prologia*, 4(1), 141. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i1.6455>.
- Brøgger, K., Staunæs, D., & Pors, J. G. (2021). Affective infrastructures: The emotional contagion of algorithmic governance. *Emotion, Space and Society*, 40, 100844. <https://doi.org/10.1016/j.emospa.2021.100844>.
- Diniati, A., Sutarjo, M., & Primasari, I. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital bagi pelaku UMKM Kabupaten Sumedang. *Jurnal Altifani*, 3(4), 553–561. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.458>.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>.
- Fairuz, A., Ramadhani, R., & Tanjung, N. (2021). Analisis sentimen masyarakat terhadap COVID-19 pada media sosial Twitter. *Dinda Journal of Data Science*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.20895/dinda.v1i1.180>.
- Johnson, T. J., Zhang, J., & Seltzer, T. (2019). Hashtag activism and the networked public: Examining the power of digital protest movements. *Social Media + Society*, 5(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305119864245>.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781071878728>.
- Meladia, M., Nadjib, M., & Akbar, M. (2018). Penggunaan hashtag (#) akun Twitter Direktorat Jenderal Pajak dalam upaya membangun kesadaran membayar pajak. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 241. <https://doi.org/10.31947/kjik.v6i2.5321>.
- Meladia, P., Harjanto, D., & Wahyuni, S. (2018). Algoritma dan narasi publik: Studi interaksi pengguna dan sistem distribusi informasi digital. *Jurnal Sistem Informasi*, 14(2), 122–133. <https://doi.org/10.21609/jsi.v14i2.625>.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). *Digital feminist activism: Girls and women fight back against rape culture*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190697846.001.0001>.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781483381411>.
- Nicoletti, J. M., Gonzalez, C., & Lin, A. (2022). Viral hashtags and the emotional dynamics of protest: The role of collective affect in digital mobilization. *New Media & Society*, 24(1), 92–110. <https://doi.org/10.1177/1461444820983602>.
- Priadana, A., & Murdiyanto, A. (2020). Instagram hashtag trend monitoring using web scraping. *Jurnal Pekommas*, 5(1), 23. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050103>.

- Purba, B. (2023). Peran media sosial dalam membentuk dan menggerakkan gerakan sosial Bank Sampah Salatiga oleh akun Instagram @bsi.salatiga. *Comserva: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 1349–1365. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i4.886>.
- Ross, K., & Bhatia, K. (2019). Humour, satire, and digital dissent: Hashtagging resistance to gender violence. *Feminist Media Studies*, 19(4), 552–568. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1468791>.
- Setiawan, D., & Panjaitan, F. (2022). Persepsi para pejabat GBIS terhadap penggunaan media sosial sebagai medium interaksi di lingkungan organisasi dan gereja lokal. *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis dan Praktika*, 5(1), 132–150. <https://doi.org/10.34081/fidei.v5i1.307>.
- Setiawati, S., & Santosa, G. (2022). Pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi publik eksternal. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.25124/ijdpr.v1i1.5097>.
- Stewart, A. J., McCarty, C., & Conley, D. (2017). The fluidity of digital protest: How social movements use platforms to organize dissent. *Social Movement Studies*, 16(4), 371–388. <https://doi.org/10.1080/14742837.2017.1304914>.
- Wirth, M., & Evans, A. (2024). Everyday narratives of economic despair: Twitter as a lens for public emotion. *Journal of Digital Sociology*, 3(1), 42–57. <https://doi.org/10.1177/2634979524123456>.