

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat cepat dari pertama kali muncul pada awal tahun 2000-an. Mulai dari platform yang sederhana seperti *Friendster* dan *MySpace*, dalam kehidupan sehari-hari media telah menjadi bagian penting dalam lingkup Masyarakat global. Berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube digunakan oleh jutaan hingga miliaran pengguna di seluruh dunia. Fungsinya pun semakin meluas, tidak hanya sebagai sarana berkomunikasi dengan keluarga dan teman, tetapi juga untuk membangun jejaring profesional, mempromosikan bisnis, hingga menyebarkan informasi secara masif.

Di Indonesia, pertumbuhan pengguna media sosial juga menunjukkan peningkatan signifikan. Data *We Are Social* tahun 2023 mencatat bahwa Indonesia termasuk salah satu negara yang paling banyak menggunakan media sosial, dengan jumlah pengguna aktif lebih dari 170 juta orang. Dalam dinamika sosial, ekonomi, dan politik Masyarakat Indonesia media sosial memiliki peran yang sangat besar.

Meski menawarkan berbagai kemudahan, media sosial juga membawa konsekuensi yang tidak dapat diabaikan. Dampak positifnya meliputi kemudahan komunikasi, akses informasi yang lebih luas, efektivitas promosi produk dan layanan, serta terbukanya ruang bagi gerakan sosial. Media sosial juga menjadi

wadah bagi individu untuk menyampaikan opini dan berbagi pengetahuan. Namun, di balik manfaat tersebut, media sosial tetap memiliki potensi dampak negatif yang perlu dicermati, terutama terkait penyebaran informasi yang tidak akurat, konflik di ruang digital, serta potensi penyalahgunaan data.

Media sosial, juga turut mendorong isu #KaburAjaDulu berkembang menjadi pembahasan publik yang luas. Melalui kolom komentar, ulasan, dan penyebaran konten, masyarakat dapat terlibat langsung dalam membentuk pandangan kolektif mengenai kinerja pemerintah, khususnya Kemnaker, dalam menyediakan kesempatan kerja yang layak. Tingkat intensitas seseorang dalam mengonsumsi pemberitaan terkait fenomena ini berpotensi memengaruhi kepercayaan mereka terhadap Kemnaker, terutama bagi individu yang sedang berada dalam masa transisi menuju dunia kerja.

Awal tahun 2025, tagar #KaburAjaDulu menjadi salah satu isu yang ramai diberitakan di berbagai media online di Indonesia. Tagar ini muncul sebagai bentuk ekspresi kekhawatiran masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap kondisi ketenagakerjaan dan ketersediaan lapangan kerja yang dinilai belum mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pencari kerja. Berbagai media nasional kemudian memberitakan fenomena ini dalam konteks meningkatnya minat masyarakat untuk mencari dan memilih peluang kerja di luar negeri sebagai alternatif untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik.

Berdasarkan data dari Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker), jumlah angkatan kerja pada Agustus 2024 mencapai 152,11 juta orang dengan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 69,80%. Meskipun data menunjukkan

peningkatan jumlah pekerja menjadi 144,64 juta orang, mayoritas dari mereka masih bekerja di sektor informal, dengan persentase mencapai 57,95%. Tingginya proporsi pekerja informal ini menandakan bahwa sebagian besar masyarakat belum memiliki akses ke pekerjaan formal yang stabil, bergaji layak, dan dilindungi oleh hukum ketenagakerjaan. Kondisi ini kemudian memperkuat pesimisme terhadap masa depan karier di dalam negeri, sehingga tidak sedikit anak muda yang mulai mempertimbangkan untuk mencari peluang kerja di luar negeri sebagai alternatif.

Fenomena ini juga menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara pertumbuhan ekonomi makro dengan pemerataan akses terhadap pekerjaan yang berkualitas. Oleh karena itu, isu ketenagakerjaan tidak hanya soal angka pengangguran, tetapi juga berkaitan erat dengan kualitas hidup, kepercayaan terhadap pemerintah, dan harapan masyarakat terhadap masa depan mereka.

Selama periode 2021 hingga 2024, jumlah Warga Negara Indonesia (WNI) yang bekerja di luar negeri melalui jalur resmi mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Jumlah penempatan Pekerja Migran Indonesia (PMI) pada tahun 2021 masih tergolong rendah, yaitu sekitar 72.624 orang, karena adanya pembatasan mobilitas internasional akibat pandemi COVID-19. Namun, setelah situasi global mulai membaik dan kebijakan perjalanan antarnegara dilonggarkan, jumlah PMI yang diberangkatkan meningkat tajam. Hal ini terlihat pada tahun 2022, di mana penempatan PMI melonjak menjadi 200.761 orang (bp2mi.go.id). *Trend* peningkatan ini terus berlanjut pada tahun 2023, dengan total 297.108 PMI yang diberangkatkan secara resmi ke berbagai negara tujuan. Lonjakan ini

menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap tenaga kerja asal Indonesia masih sangat tinggi, baik di sektor formal maupun informal. Sementara itu, pada tahun 2024, jumlah PMI tetap tinggi, mencapai 297.434 orang, yang menandakan adanya kestabilan dalam penempatan tenaga kerja Indonesia ke luar negeri. Beberapa negara yang menjadi tujuan utama penempatan antara lain Hong Kong, Taiwan, Malaysia, Jepang, Singapura, dan Arab Saudi. Pekerjaan yang paling banyak dilakukan oleh para PMI meliputi sektor domestik (seperti pekerja rumah tangga dan perawat lansia), sektor manufaktur, serta sektor kelautan. Meskipun angka-angka tersebut sudah cukup besar, perlu diketahui bahwa data ini hanya mencakup penempatan resmi yang difasilitasi oleh Badan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia (BP2MI). Artinya, jumlah WNI yang bekerja di luar negeri kemungkinan lebih tinggi jika juga memperhitungkan mereka yang berangkat melalui jalur non-prosedural atau informal (bp2mi.go.id)

Di sisi lain, tingkat pengangguran terbuka memang menurun menjadi 4,12%, akan tetapi terdapat kesenjangan antara jumlah pencari kerja (909 ribu orang) dan lowongan yang tersedia (630 ribu lowongan). Selain itu, banyak pekerja terpaksa bekerja tanpa imbalan sebagai pekerja keluarga, yang jumlahnya meningkat dari 14,76 juta orang pada tahun 2019 menjadi 19,29 juta orang pada tahun 2024. Masalah lain yang turut memengaruhi adalah rendahnya keterampilan teknis pencari kerja, di mana sekitar 50% perusahaan mengeluhkan kurangnya kompetensi pelamar. Tren pembukaan lowongan kerja juga diperkirakan menurun pada tahun 2025, dengan hanya sekitar 25% perusahaan yang berencana menambah karyawan baru. Kondisi ini menunjukkan tantangan

besar bagi Kementerian Ketenagakerjaan dalam menciptakan lapangan kerja yang memadai dan berkualitas di dalam negeri. Ketidakpuasan terhadap situasi ini mendorong banyak individu, terutama generasi muda, untuk mencari peluang di luar negeri sebagai solusi atas keterbatasan pekerjaan domestik.

Hashtag adalah kata atau frasa yang diawali dengan tanda pagar (#) dan ditulis tanpa spasi. Fungsinya untuk mengelompokkan konten berdasarkan topik tertentu, sehingga pengguna lain bisa lebih mudah menemukan informasi yang mereka cari (Losh, 2014:11). Peneliti melihat, *Hashtag* nggak cuma berfungsi sebagai penanda, tapi juga bisa jadi alat yang cukup kuat untuk menghubungkan orang-orang yang punya minat atau kepedulian yang sama. Bahkan, lewat *Hashtag*, percakapan bisa berkembang jadi lebih luas dan melibatkan banyak orang. Ini menunjukkan kalau media sosial nggak cuma jadi tempat buat berbagi, tapi juga jadi ruang di mana suara individu bisa bergabung dan saling berinteraksi dalam diskusi yang lebih besar (Eriyanto, 2019:167).

Dalam konteks ini, terpaan media menjadi faktor penting yang dapat membentuk cara individu menilai kinerja lembaga pemerintah. Terpaan berita mengenai tagar #KaburAjaDulu tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga memengaruhi sikap, persepsi, dan kepercayaan publik terhadap upaya pemerintah dalam menyediakan dan memperluas peluang kerja. Semakin tinggi intensitas terpaan berita yang bernada kritis atau menunjukkan kondisi ketenagakerjaan yang kurang memadai, maka semakin besar pula kemungkinan terjadinya penurunan kepercayaan masyarakat terhadap Kemnaker.

Alumni Ilmu Komunikasi UNJ angkatan 2018–2021 dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka termasuk kelompok usia produktif yang sedang atau telah memasuki dunia kerja sehingga rentan terpengaruh oleh informasi mengenai peluang kerja. Selain itu, latar belakang akademik mereka yang dekat dengan isu media, informasi, dan opini publik menjadikan mereka sebagai kelompok yang aktif mengonsumsi dan merespon pemberitaan mengenai isu ketenagakerjaan, termasuk isu #KaburAjaDulu.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengetahui sejauh mana terpaan media tentang berita #KaburAjaDulu mempengaruhi kepercayaan alumni Ilmu Komunikasi UNJ terhadap Kementerian Ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam memperkuat strategi komunikasi publik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terutama generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Pemberitaan mengenai fenomena #KaburAjaDulu terus berkembang setiap kali muncul isu terkait kondisi ekonomi dan ketenagakerjaan di Indonesia. Berbagai media daring mengangkat narasi bahwa semakin banyak generasi muda yang mempertimbangkan untuk mencari peluang kerja di luar negeri sebagai alternatif untuk memperoleh penghidupan yang lebih baik. Dalam konteks pemberitaan tersebut, kata "kabur" tidak lagi dipahami sebagai tindakan spontan, melainkan sebagai simbol rasa frustrasi dan ketidakpuasan terhadap kondisi pasar kerja dalam negeri yang dinilai semakin tidak pasti dan kurang menjanjikan.

Terpaan media terhadap isu ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi cara masyarakat menilai kinerja pemerintah, terutama Kementerian Ketenagakerjaan sebagai lembaga yang memiliki tanggung jawab dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kualitas tenaga kerja. Semakin sering masyarakat terpapar berita yang menyoroti kesenjangan peluang kerja dan meningkatnya minat bekerja ke luar negeri, maka semakin besar kemungkinan munculnya keraguan dan penurunan tingkat kepercayaan terhadap Kemnaker.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh terpaan media mengenai pemberitaan #kaburajadulu di media sosial pada alummni ilmu komunikasi unj angkatan 2018 - 2021 kepada kementerian ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan ?
2. Bagaimana kepercayaan alummni ilmu komunikasi unj angkatan 2018 - 2021 kepada kementerian ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan?
3. Apakah terdapat pengaruh terpaan media mengenai pemberitaan #kaburajadulu di media sosial terhadap kepercayaan alummni ilmu komunikasi unj angkatan 2018 - 2021 kepada kementerian ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan ?

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, diharapkan dapat mencapai tujuan yang telah disebutkan diatas dan memberi manfaat secara teoritis maupun secara praktis.

Adapun manfaat sebagai berikut :

1.3.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi terkait Terpaan media ,kepercayaan, dan instansi pemerintah. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan komunikasi Politik dan social media.

1.3.2 Manfaat Praktis

Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Kementerian Ketenagakerjaan dalam mengelola serta mencari solusi atas permasalahan ketenagakerjaan di Indonesia. Selain itu, kajian ini juga diharapkan dapat mendukung Kementerian Ketenagakerjaan dalam merumuskan solusi dan menetapkan kebijakan yang tepat terkait isu ketenagakerjaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah yang telah dipaparkan, Keluhan terkait kesulitan mencari pekerjaan yang memadai di Indonesia, Peneliti memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh terpaan media mengenai pemberitaan #kaburajaduludi media sosial pada alummni ilmu komunikasi unj angkatan 2018 - 2021 kepada kementerian ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan

2. Untuk mengetahui kepercayaan alummni ilmu komunikasi unj angkatan 2018 - 2021 kepada kementerian ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan
3. Untuk mengetahui pengaruh terpaan media mengenai pemberitaan #kaburajadulu di media sosial terhadap kepercayaan alummni ilmu komunikasi unj angkatan 2018 - 2021 kepada kementerian ketenagakerjaan dalam mencari pekerjaan.



Intelligentia - Dignitas