



Tren #KaburAjaDulu: Antara Kritik Masalah Sosial dan Lunturnya Patriotisme di Kalangan Gen Z Indonesia

Nur Faizza Tunnisa¹, Luna Febriani², Herza³

^{1,2,3}Universitas Bangka Belitung

E-mail: zazapkp11@gmail.com

Article Info

Article history:

Received February 20, 2026

Revised March 10, 2026

Accepted March 11, 2026

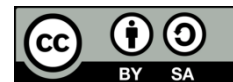
Keywords:

Trends, #KaburAjaDulu, Generation Z, Patriotism.

ABSTRACT

This research aims to analyze the perspectives of Generation Z in interpreting the #KaburAjaDulu trend on social media and its implications for the government, using Post-subcultural theory (lifestyle and neo-tribes) and the concept of Clicktivism as research analysis tools. The research method used is qualitative with a netnographic approach. The findings show that there are 7 key actors that drive the virality of the #KaburAjaDulu trend. Then, the virality process of the #KaburAjaDulu trend occurs through three stages of clicktivism: spreading awareness and advocacy, organization and mobilization, and action and reaction. Furthermore, the #KaburAjaDulu trend is interpreted by Generation Z as a form of active digital resistance that is socio-economic and socio-political. In addition, the #KaburAjaDulu trend is an expression of a rational lifestyle as well as a form of sensibility and flexibility in opposing the culture of the dominant group. The #KaburAjaDulu hashtag also reflects social criticism of the government's political behavior, the formation of a new belief to improve and contribute to Indonesia, not necessarily from within the country. In addition, this hashtag was effective in attracting the government's attention with the emergence of a counter-hashtag #PergiMigranPulangJuragan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received February 20, 2026

Revised March 10, 2026

Accepted March 11, 2026

Keywords:

Tren, #KaburAjaDulu, Generasi Z, Patriotisme.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sudut pandang generasi Z dalam memaknai tren #KaburAjaDulu di media sosial hingga implikasinya terhadap pemerintah, dengan menggunakan teori Pascasubkultur (*lifestyle* dan *neo-tribes*) dan konsep Klikktivisme sebagai pisau analisis penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan netnografi. Temuan menunjukkan bahwa terdapat 7 aktor kunci yang mendorong viralitas tren #KaburAjaDulu. Kemudian, proses viralitas tren #KaburAjaDulu terjadi melalui tiga tahap klikktivisme yaitu penyebaran kesadaran dan advokasi, organisasi dan mobilisasi, serta aksi dan reaksi. Selanjutnya, tren #KaburAjaDulu dimaknai generasi Z sebagai bentuk resistensi digital aktif yang bersifat sosial-ekonomi dan sosial-politik. Selain itu, tren #KaburAjaDulu merupakan ekspresi *lifestyle* rasional serta bentuk sensibilitas dan fleksibilitas dalam melawan budaya kaum dominan. Tagar #KaburAjaDulu juga mencerminkan kritikan sosial terhadap perilaku politik pemerintah, terbentuknya keyakinan baru untuk memperbaiki dan berkontribusi bagi Indonesia tidak harus dari dalam negeri. Selain itu, tagar ini efektif dalam menyita perhatian pemerintah dengan munculnya tagar tandingan #PergiMigranPulangJuragan.



Corresponding Author:

Nur Faizza Tunnisa
Universitas Bangka Belitung
Email: zazapkp11@gmail.com

PENDAHULUAN

Tren #KaburAjaDulu yang belakangan ini ramai diperbincangkan di media sosial, terutama di kalangan Generasi Z Indonesia mencerminkan adanya pergeseran paradigma dalam memandang masa depan di Indonesia (Salsa dkk, 2025; Abelia dkk, 2025). Jumlah penggunaan tanda pagar (tagar) #KaburAjaDulu di media sosial X sedang menjadi isu trending di Indonesia dan memiliki 65,8K postingan (Kumparan.com, 2025). Tagar #KaburAjaDulu tidak sekadar menjadi tren viral di media sosial, tetapi juga manifestasi dari keresahan mendalam terkait kondisi sosial, ekonomi, dan politik yang sedang terjadi di Indonesia.

Salah satu faktor utama yang melatarbelakangi fenomena ini adalah tantangan ekonomi yang semakin kompleks dan kesenjangan generasi (Fotaleno & Batubara, 2024). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di kalangan pemuda (15-24 tahun) cukup tinggi, yaitu sekitar 37,68% pada Februari 2025. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan TPT nasional yang sebesar 4,91%. Selain itu, penggunaan internet dan terbukanya akses informasi global mendorong generasi Z memiliki standar pekerjaan, gaji, dan pemaknaan pekerjaan yang berbeda dari generasi sebelumnya sehingga termotivasi untuk mencari inovasi sumber pendapatan dan pekerjaan yang lebih baik dan serba digital (Zirzis, 2024).

Keterbatasan lapangan kerja yang layak dan berkelanjutan menjadi permasalahan serius. Generasi Z dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi menghadapi kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan minat dan keterampilan mereka. Banyak yang merasa bahwa sistem pendidikan belum sepenuhnya selaras dengan kebutuhan industri (Rinawati, 2015; Muzakir & Susanto, 2023). Berdasarkan data dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan adanya penurunan yang cukup signifikan dalam penyerapan tenaga kerja untuk semua lulusan jenjang pendidikan. Pada periode September 2016 hingga Agustus 2017 tercatat sebanyak 5,8 juta lulusan, di mana sekitar 1,2 juta orang atau 20,19 persen berhasil diterima bekerja di sektor formal. Namun, jika kita lihat kembali pada periode yang sama pada tahun 2021 hingga 2022 terjadi kenaikan jumlah lulusan menjadi 7,1 juta, tetapi hanya 967.806 orang atau 13,6 persen diantaranya yang terserap untuk bekerja di sektor formal. Data ini mencerminkan adanya penurunan signifikan dalam tingkat penyerapan kerja bagi lulusan baru (*fresh graduate*) yang sebagian besar merupakan generasi Z (Fotaleno & Batubara, 2024).

Akibatnya, terjadi kesenjangan antara keterampilan lulusan dengan ekspektasi dunia kerja. Selain itu, perubahan ekonomi yang dinamis dan sulit diprediksi juga menjadi faktor pendorong. Generasi Z tumbuh di tengah ketidakpastian ekonomi global yang diperparah oleh pandemi COVID-19 dan kehadiran kecerdasan buatan (Meiriza dkk, 2025). Mereka menyaksikan bagaimana banyak perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) dan bagaimana sektor-sektor tertentu mengalami penurunan drastis (Valentina dkk dalam Meiriza dkk, 2025). Hal ini menimbulkan kekhawatiran akan masa depan mereka sendiri.

Di sisi lain, rasa patriotisme sebagai wujud identitas bangsa juga mengalami pergeseran makna di kalangan Generasi Z. Mereka tidak lagi memandang patriotisme sebagai



sesuatu yang kaku dan formal, tetapi lebih sebagai bentuk kontribusi nyata bagi kemajuan bangsa (Pradipta dkk, 2024). Rasa patriotisme berbeda dengan rasa nasionalisme yang mana rasa patriotisme lebih menekankan pada perasaan dan emosi mendalam terhadap kepemilikan, cinta, dan rela berkorban untuk tanah air (Blank dan Schmidt dalam Samosir, 2020). Tagar #KaburAjaDulu yang viral di media sosial memperlihatkan bagaimana fenomena ajakan untuk kabur atau lari keluar negeri meninggalkan Indonesia merepresentasikan makna baru dikalangan pengguna media sosial. Dengan meningkatnya penggunaan dan antusias masyarakat Indonesia terutama generasi Z terhadap isu dan tren #KaburAjaDulu dihipotesiskan berdampak pada menurunnya rasa patriotisme atau cinta tanah air dalam diri generasi Z Indonesia.

Sebagai generasi dengan usia produktif dan banyak mengisi aktivitas ruang publik, generasi Z memiliki perspektif dan pola pikir yang lebih fleksibel dalam memandang suatu gagasan, ide, bahkan ideologi termasuk perasaan patriot terhadap identitas kebangsaan yang melekat dalam dirinya sejak lahir. Ketika mereka merasa bahwa kontribusi mereka tidak dihargai atau sistem tidak memberikan kesempatan yang adil, rasa patriotisme dalam diri mereka bisa jadi goyah dan mereka pun mempertanyakan kehadiran negara dalam mewujudkan kehidupan yang kondusif dan sejahtera bagi rakyatnya (Purwanta dkk, 2015). Melansir dari konten kanal Youtube KOMPASTV yang berjudul '[FULL] Viral #KaburAjaDulu, Peneliti: Indonesia Darurat Lapangan Kerja | ROSI', terdapat sebuah ungkapan yang beredar ditengah tren #KaburAjaDulu yakni "aku ngga melihat masa depan yang bermakna, aku ngga mau mati sebagai orang Indonesia." Ungkapan ini menunjukkan keprihatinan terhadap rasa patriotisme kebangsaan Indonesia di dalam diri anak muda yang akan menjadi penerus generasi bangsa.

Pernyataan di atas merupakan salah satu temuan awal di media sosial terhadap respon generasi Z terkhusus yang merupakan diaspora Indonesia terhadap fenomena #KaburAjaDulu yang diidentifikasi sebagai proses lunturnya rasa patriotisme. Rasa patriotisme penting untuk selalu dimiliki oleh setiap masyarakat Indonesia dimanapun mereka berada, karena dengan menguatnya rasa patriotisme maka keutuhan dan kepedulian terhadap kondisi bangsa Indonesia yang dinilai sedang tidak baik-baik saja bisa dipulihkan dengan rasa cinta tanah air dan rela berkorban untuk memperbaiki kondisi negara. Namun, apabila sebaliknya terjadi pelunturan rasa patriotisme di dalam diri generasi Z sebagai generasi penerus bangsa tentu menjadi ancaman serius dalam memperbaiki kondisi dan menjaga keutuhan negara Indonesia.

Fenomena #KaburAjaDulu juga mencerminkan adanya keinginan untuk mencari pengalaman dan peluang yang lebih baik di luar negeri (Salsa dkk, 2025). Globalisasi telah membuka mata generasi muda terhadap dunia yang lebih luas. Mereka melihat bagaimana negara-negara lain memberikan kesempatan yang lebih besar bagi generasi muda untuk berkembang dan berkarya. Adanya rujukan terhadap peluang untuk mengasah potensi diri dan memperbaiki serta memenuhi kebutuhan hidup, generasi Z memanfaatkan momen tren #KaburAjaDulu untuk membuka diri dan memanfaatkan peluang yang ada terkhusus dengan bantuan arus informasi di media sosial.

Kemudian, beredar beberapa pernyataan dari para elit negara dalam merespon tren #KaburAjaDulu di berbagai media. Menyitir dari Kompas.com, wakil menteri ketenagakerjaan menyebutkan, "Mau kabur, kabur sajalah. Kalau perlu jangan balik lagi.". Senada, menyitir dari konten kanal Youtube KOMPAS TV yang berjudul "Reaksi Para Menteri Prabowo soal Tren Tagar Kabur Aja Dulu – PARASOT" menunjukan dua orang menteri yang mengatakan bahwa masyarakat yang pergi ke luar negeri dianggap tidak nasionalis dan kurang cinta tanah air (patriotisme). Disamping itu, ada pula upaya yang dilakukan oleh elit negara untuk melawan arus dengan mengganti tagar #KaburAjaDulu menjadi #PergiMigranPulangJuragan. Dengan demikian, penelitian ini akan melengkapi penelitian sebelumnya dari segi siapa aktor kunci dan bagaimana tagar #KaburAjaDulu



menjadi viral sehingga menjadi sebuah tren di media sosial serta konstruksi resistensi sosial seperti apa yang terbangun di kalangan generasi Z terhadap narasi konten yang menggunakan tagar #KaburAjaDulu.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan netnografi. Penelitian yang menerapkan metode kualitatif berfokus pada pemahaman yang mendalam mengenai data serta keunikan kondisi penelitian yang berlangsung secara alamiah (Sugiyono, 2022). Dengan kata lain, hasil dari penelitian ini sangat bergantung pada interpretasi dan kedalaman data yang berhasil dikumpulkan di lapangan.

Di sisi lain, penelitian netnografi adalah teknik yang digunakan untuk mengeksplorasi budaya dan kehidupan pada pengguna internet dengan menggunakan data publik di forum online (Kozinets dalam Eriyanto, 2021). Peneliti mengambil jenis penelitian kualitatif netnografi karena penelitian ini berusaha menggali, menjelaskan, dan menguraikan secara alamiah mengenai aktor kunci dan proses penyebaran tagar #KaburAjaDulu sehingga viral dan menjadi sebuah tren serta bagaimana generasi Z memaknai tagar #KaburAjaDulu sebagai bentuk resistensi dan bagaimana resistensi ini diinterpretasi sebagai proses luntarnya rasa patriotisme atau sekadar kritik sosial saja.

Jenis dan Sumber Data

Kegiatan yang dilakukan secara sistematis, terarah, dan berorientasi pada tujuan ilmiah disebut dengan penelitian. Untuk mendukung kegiatan penelitian seorang peneliti membutuhkan data atau informasi yang dapat digali, dikumpulkan, dan harus relevan dengan masalah yang dihadapi. Dalam penelitian netnografi terdapat tiga jenis data yaitu data arsip (*extant*), kolaborasi (*elicited*), dan data yang diproduksi (catatan lapangan) (Kozinets dalam Eriyanto, 2021). Untuk memperoleh data yang akurat dan komprehensif, maka penulis mendapatkan data dan informasi dengan menggunakan berbagai sumber data sebagai berikut:

1. Data arsip

Data arsip merupakan informasi yang sudah ada sebelumnya dan diambil dari komunikasi yang berlangsung di internet dalam forum online tanpa kehadiran peneliti. Proses pengarsipan data menjadi tantangan tersendiri dikarenakan menangani jumlah data yang sangat besar dan kemudahan dalam akses pengunduhan data. Oleh karena itu, untuk memastikan relevansinya, peneliti melakukan beberapa tahap penyaringan terhadap data tersebut. Pada penelitian ini, data arsip berupa postingan yang menggunakan tagar #KaburAjaDulu serta postingan video sentimen negatif dengan *engagement* terbanyak yang bertema dan menggunakan tagar #KaburAjaDulu serta tidak mengandung spam, iklan, atau konten otomatis yang ada di media sosial X dan Instagram.

2. Data kolaborasi

Data kolaborasi merupakan informasi yang dihasilkan oleh peneliti bersamaan dengan informan melalui interaksi yang bersifat individu maupun kolektif. Dalam penelitian netnografi, cara-cara seperti memposting dan memberikan komentar, mengirim email dan melakukan chat, atau melakukan wawancara melalui pesan instan (*Direct Message*) menjadi prosedur yang umum digunakan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini, data kolaborasi tidak diperlukan karena ketersediaan data sudah cukup banyak tersedia di media sosial.

3. Data diproduksi

Selanjutnya, data diproduksi merujuk pada data atau catatan yang ditulis oleh peneliti tanpa melibatkan informan berdasarkan observasi mereka atas objek yang



diteliti, interaksi yang terjadi, serta makna di balik setiap interaksi tersebut (Eriyanto, 2021). Catatan ini juga mencakup partisipasi peneliti dan refleksi atau penafsiran atas apa yang mereka lihat dan amati selama proses penelitian. Dalam penelitian ini, pengumpulan data diproduksi didapatkan dengan melakukan pengamatan (observasi) atas objek penelitian yaitu tagar #KaburAjaDulu di media sosial X dan Instagram, kemudian dirumuskan catatan data (*data notes*) terhadap apa yang dilihat dan dirasakan agar bisa diolah dan digunakan lebih lanjut.

Subyek dan Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian yang menggunakan metode netnografi, pemilihan subyek penelitian berupa individu yang tergabung dalam suatu komunitas tertentu seperti pada penelitian etnografi tidak harus selalu dilakukan. Sebaliknya, menemukan dan mengumpulkan aktivitas pengguna berupa unggahan, komentar, dan sebagainya menjadi hal krusial yang perlu dilakukan. Ini dikarenakan unsur penting dalam penelitian netnografi adalah data percakapan media sosial yang menjadi sebuah budaya di dunia digital. Dengan menentukan tema percakapan berupa tagar #KaburAjaDulu dan situs yaitu platform X dan Instagram penelitian ini dapat terarah dan terfokus dalam memperkaya data dan menggali hasil temuan penelitian.

Dikarenakan penelitian ini menargetkan kalangan generasi Z Indonesia sebagai basis subyek yang memproduksi data, maka penelitian ini selain mencari data berupa postingan dengan sentimen negatif dan *engagement* terbanyak di media sosial juga harus diproduksi oleh pengguna yang merupakan generasi Z. Adapun kriteria pengunggah postingan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merupakan generasi Z yang berusia 21-35 tahun.
2. Memiliki dan menggunakan akun media sosial X dan/atau Instagram.
3. Berpartisipasi memposting konten video serta memberikan komentar pada postingan yang bertema dan menggunakan tagar #KaburAjaDulu.
4. Bersikap atau memiliki sentimen negatif terhadap penggunaan tagar #KaburAjaDulu.

Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu: investigasi, interaksi, dan imersi. Sedangkan untuk analisis data menggunakan analisis tematik yaitu: coding, noting, abstracting, checking, generalisasi, dan teoretisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menganalisis sudut pandang generasi Z dalam memaknai tren #KaburAjaDulu di media sosial menggunakan pendekatan konsep pascasubkultur (noe-tribes) Andy Bennett dan Klikativism hingga menciptakan implikasi terhadap pemerintah Indonesia. Maka dari itu, di bawah ini ada beberapa point yang akan dibahas untuk menjawab rumusan masalah yang merupakan pokok-pokok permasalahan pada penelitian ini.

A. Aktor Kunci dan Proses Viralitas #KaburAjaDulu hingga Menjadi Sebuah Tren di Media Sosial

1. Kronologi Kemunculan Tagar #KaburAjaDulu

Tagar #KaburAjaDulu secara harfiah berarti ajakan untuk melarikan diri atau kabur dari masalah yang sedang terjadi di Indonesia. Tagar ini muncul pada September tahun 2023 di platform X oleh diaspora Indonesia. Penggunaan tagar #KaburAjaDulu oleh diaspora Indonesia dimaksudkan untuk menyebarkan gagasan baru dan memengaruhi kesadaran kaum muda Indonesia yang ingin mencari penghidupan yang lebih baik dengan cara bekerja dan

tinggal di luar negeri (Ramadhani & Arianto, 2025). Mereka ingin mendorong antusiasme anak muda agar melihat peluang dan mau mengambil kesempatan di era globalisasi yang semakin mengurangi demarkasi sosial politik individu.

Pada awalnya, proses penyebaran gagasan #KaburAjaDulu difokuskan pada ranah dunia digital (Abelia dkk, 2025). Para diaspora Indonesia yang memiliki jumlah pengikut banyak mengunggah dan membagikan postingan mereka tentang topik ini dan menggunakan tagar #KaburAjaDulu pada isi captionnya. Kemudian oleh para pengikut (*followers*), mereka melakukan tindakan *share*, *re-tweet*, komentar, dan *like* sehingga memperbesar jangkauan informasi kepada sesama pengguna X lainnya. Pola ini dilakukan secara sirkular.

Di sisi lain, pada ranah dunia nyata terjadi perubahan kondisi sosial, politik, dan ekonomi di tengah masyarakat. Perubahan ini membuat generasi Z semakin terbuka dan kritis sehingga mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam menggaungkan gagasan #KaburAjaDulu. Tagar #KaburAjaDulu yang pada awalnya adalah sebuah gagasan sederhana yang hanya dibahas oleh sesama para diaspora Indonesia berubah menjadi opini publik yang ditujukan sebagai senjata digital untuk melawan, memprotes, dan mengkritik pemerintah (Ramadhani & Arianto, 2025). Hingga saat ini, tagar #KaburAjaDulu digunakan untuk banyak tujuan seperti mengajak masyarakat Indonesia yang ingin pergi bekerja dan belajar ke luar negeri, membagikan tips dan trik keluar negeri, mempromosikan barang dan jasa, serta mengkritik keadaan sosial, ekonomi, dan politik di Indonesia.

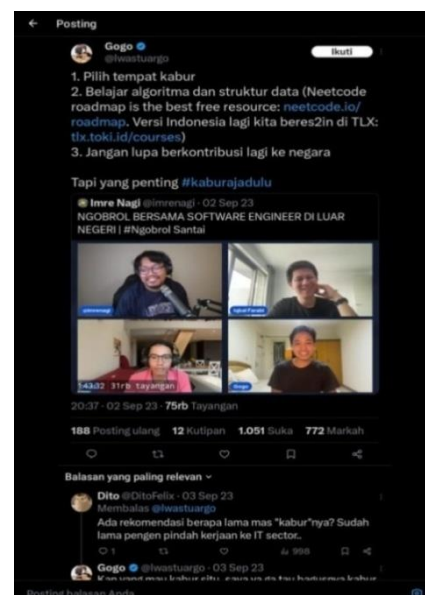
2. Aktor Kunci yang Mengkampanyekan dan Membantu Viralnya Tagar #KaburAjaDulu di Media Sosial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua tweets yang pertama kali menggunakan tagar #KaburAjaDulu dan diunggah pada tanggal 2 September 2023. Kedua postingan ini berupa rekaman video *live streaming* yang diunggah oleh akun X @Iwastuargo dan @bepituLaz dari akun @imrenagi.



Gambar 1. Akun X @Iwastuargo

Sumber: Screeshot halaman X



Gambar 2. Akun X @bepituLaz

Sumber: Screeshot halaman X



Tweets yang berisikan narasi tentang usulan kampanye tagar #KaburAjaDulu serta video *livestreaming* yang berjudul “NGOBROL BERSAMA SOFTWARE ENGINEER DI LUAR NEGERI” dilakukan bersama dalam kumpulan empat orang yang merupakan diaspora Indonesia yang bekerja dan tinggal di luar negeri. Pada awal pembukaan video, si *host* yaitu pemilik akun @imrenagi menyebutkan kalimat ajakan untuk kabur aja dulu ke luar negeri sebagai berikut:

“Oke, halo semuanya. Ketemu lagi di Cloud Engineering with Imre, bareng Imre. Episode kali ini spesial karena kita akan memberikan tips-tips untuk kalian yang ingin kabur ke luar negeri... Ada Iqbal yang sudah kabur ke Belanda. Kak Gogo masih di Indonesia, tapi sudah kabur ke tempat lain sebenarnya (Seattle, Amerika), dan satu lagi Mas Asep yang sudah kabur ke Estonia.” (Imre, dikutip dalam channel Youtube Cloud Engineering with Imre, 02/09/2022.

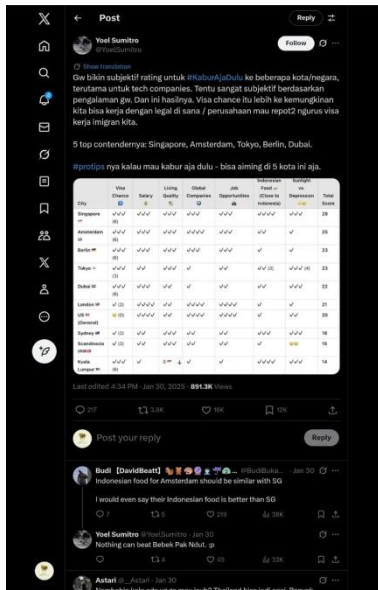
Dalam tayangan *livestreaming*, ketiga aktor tamu saling berbagi informasi mengenai pengalaman dan tips untuk kabur ke luar negeri seperti alasan kabur keluar negeri, tips mencari lowongan pekerjaan di luar negeri, rekomendasi negara yang mudah untuk dilamar, serta tips agar bisa diterima bekerja di luar negeri. Tweets yang dibagikan oleh kedua akun X tersebut merupakan postingan tweets yang diidentifikasi pertama kali menggunakan tagar #KaburAjaDulu di media sosial. Pemilik kedua akun tersebut merupakan diaspora Indonesia yang pernah tinggal dan bekerja di luar negeri selama beberapa tahun. Dalam postingannya, akun @bepituLaz dan @Iwastuargo menggunakan tagar #KaburAjaDulu dalam caption tweetsnya, yaitu:

“Thanks udah ngajakin kampanye #kaburajadulu bareng @Iwastuargo dan @iqbal_farabi.” (Asep Bagja, dikutip dalam tweet X @bepituLaz, 02/09/2023)

“1. Pilih tempat kabur; 2. Belajar algoritma dan struktur data (Neetcode roadmap is the best free resource: neetcode.io/roadmap. Versi Indonesia lagi kita beres2in di TLX: tlx.roki.id/courses); 3. Jangan lupa berkontribusi lagi ke negara. Tapi yang penting #kaburajadulu”. (Gogo, dikutip dalam tweet X @Iwastuargo, 02/09/2023)

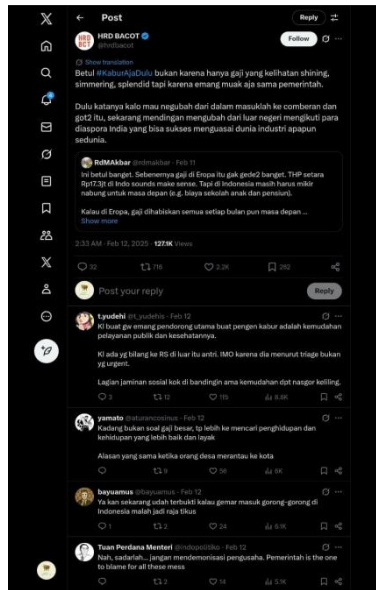
Dalam narasi caption kedua tweets tersebut menunjukkan adanya ajakan untuk mengkampanyekan gagasan dan penggunaan tagar #KaburAjaDulu kepada sesama pengguna media sosial. Isi cuitan yang diunggah oleh akun @Iwastuargo juga menyebutkan bahwa yang saat ini penting untuk dilakukan adalah pergi kabur saja dulu ke luar negeri. Tidak hanya mengajak, pemilik akun tersebut juga mengingatkan pengguna media sosial agar tidak lupa untuk tetap memberikan kontribusi kepada negara.

Viralnya penggunaan tagar #KaburAjaDulu pada pertengahan Februari 2025 di Indonesia didukung oleh aktivitas dari aktor-aktor kunci yang berperan penting dalam menyebarkan gagasan ini kepada publik. Hasil penelitian menemukan lima akun yang diidentifikasi membantu proses penyebaran tagar #KaburAjaDulu sehingga menjadi viral. Kelima akun tersebut adalah @YoelSumitro, @hrdbacot, @primawansatrio, @BBCIndonesia, @berlianidris.



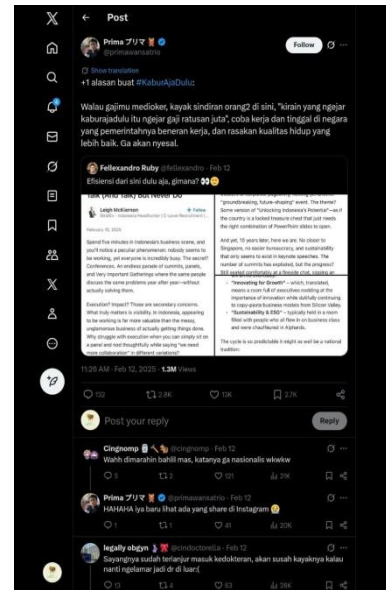
**Gambar 3. Akun X
@YoelSumitro**

Sumber: Screenshot halaman X



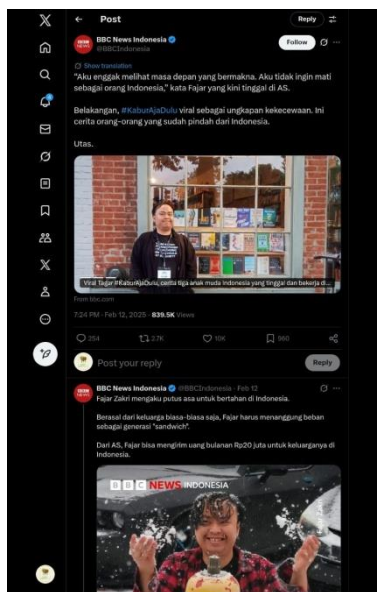
**Gambar 4. Akun X
@hrdbacot**

Sumber: Screenshot halaman X



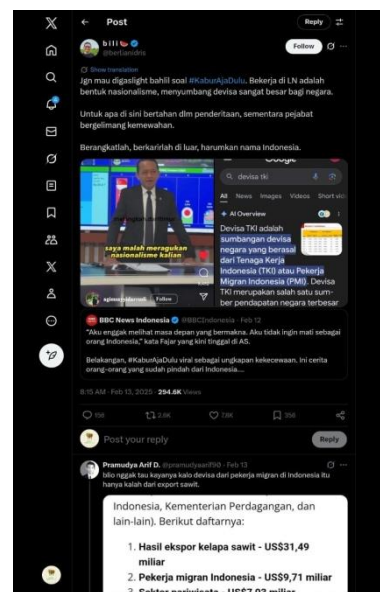
**Gambar 5. Akun X
@primawansatrio**

Sumber: Screenshot halaman X



Gambar 8. Akun X @BBCIndonesia

Sumber: Screenshot halaman X



Gambar 9. Akun X @berlianidris

Sumber: Screenshot halaman X

Tiga dari lima akun yang diidentifikasi sebagai aktor kunci dalam membantu memviralkan tagar #KaburAjaDulu yaitu @YoelSumitro, @primawansatrio, dan @berlianidris merupakan diaspora yang tinggal dan bekerja di luar negeri. Dua akun lainnya yaitu @hrdbacot dan @BBCIndonesia merupakan akun media massa yang memiliki pengaruh maupun kredibilitas dalam menyampaikan suatu berita maupun narasi atas suatu isu dan fenomena penting yang sedang menjadi perhatian banyak orang. Dengan dukungan dari beragam fitur media sosial seperti *tweet*, *re-tweet*, *like*, *share*, dan *reply* telah membantu meningkatkan kinerja algoritma unggahan. Hasilnya, kolaborasi antara postingan, jumlah pengikut, dan mekanisme algoritma menjadi elemen penting dalam memviralkan tagar #KaburAjaDulu.



3. Proses Viralitas Tagar #KaburAjaDulu hingga Menjadi Sebuah Tren

Tagar #KaburAjaDulu yang pada awalnya dikampanyekan oleh para diaspora Indonesia untuk menyebarkan gagasan baru dan membangun kesadaran kaum muda Indonesia mengalami transformasi revolusi yang luar biasa. Dari sebuah tagar biasa menjadi sebuah tren penting di media sosial. Proses viralnya tagar #KaburAjaDulu di media sosial dianalisis oleh peneliti melalui tiga mekanisme utama Klinktivisme Vegh (dalam Rochmawati & Alamiyah, 2024) sebagai berikut:

a) Penyebaran Kesadaran dan Advokasi (Awareness/Advocacy).

Pada tahap pertama, diaspora Indonesia mengkampanyekan tagar #KaburAjaDulu di platform X sebagai sebuah gagasan baru dan untuk meningkatkan kesadaran publik. Awalnya, isu yang dikampanyekan berfokus pada peluang bekerja di luar negeri. Seiring berjalannya waktu, isu yang didiskusikan tidak hanya mengenai peluang kerja atau belajar di luar negeri, tetapi menyentuh arena keresahan dan kekhawatiran terhadap kondisi kehidupan di Indonesia. Di dunia nyata, terjadi peningkatan tren Warga Negara Indonesia (WNI) tinggal di luar negeri untuk bekerja dan belajar (Diaspora) dan WNI menjadi Warga Negara Asing (WNA) (Tasikmalaya.imigrasi.go.id, 2023). Pada tahun 2019-2022 terdapat sebanyak 3.912 WNI pindah kewarganegaraan menjadi WN Singapura atau 1.000 orang pertahunnya. WNI yang melakukan pindah kewarganegaraan rata-rata berusia 25-35 tahun. Ini artinya tren kabur ke luar negeri sudah dulu terjadi di dunia nyata.

Isu #KaburAjaDulu pada awalnya kurang mendapatkan perhatian di kalangan para elit negara maupun media lokal dan nasional. Generasi Z Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun kesadaran, mendapatkan dukungan, dan memobilisasi massa dalam satu visi yang sama yaitu #KaburAjaDulu. Lewat mekanisme klinktivisme yang bersifat sirkular, mereka membuat postingan dengan menggunakan tagar #KaburAjaDulu dan menyebarkannya lewat beragam fitur media sosial seperti *share*, *re-tweets*, *stitch*, tagar #FYP #trending setiap hari sehingga tagar #KaburAjaDulu menjadi viral. Kesadaran yang sudah terbangun menjadi batu loncatan bagi generasi Z untuk terus bergerak.

b) Organisasi dan Mobilisasi (Organization/Mobilization).

Setelah kesadaran terbangun diantara pengguna media sosial, proses mobilisasi dan organisasi massa menjadi lebih mudah dan cepat. Tindakan mobilisasi dilakukan dengan beberapa tahap. Tahap pertama, diaspora Indonesia yang memiliki jumlah pengikut (*followers*) banyak menyebarkan gagasan #KaburAjaDulu lewat postingan yang diunggah ke media sosial. Tahap kedua, para pengikut (*followers*) menginternalisasikan gagasan #KaburAjaDulu. Tahap ketiga, aktivitas *share* konten dan *re-tweets* unggahan oleh akun *followers* kepada pengguna media sosial lainnya memperbesar jangkauan audiens. Proses ini kemudian terjadi secara kontinyu dan membantu proses mobilisasi berjalan lebih cepat dan dapat menjangkau audiens lebih luas. Proses mobilisasi dan organisasi audiens dilakukan secara spontan dan tidak terorganisir (Ramadhani & Arianto, 2025). Ini dipicu oleh percakapan publik yang lahir secara organik dari inisiatif para pengguna media sosial yang sebagian besar dilakukan secara daring (online). Di dunia nyata, terjadi diskusi lewat pertemuan langsung seperti seminar dan pelatihan beasiswa ke luar negeri, pertemuan dan rapat diantara komunitas diaspora Indonesia di luar negeri, serta pengalaman keluarga dan teman sekitar yang pernah tinggal di luar negeri. Karakteristik media sosial yang bersifat *un-sited* juga menjadi kunci penting dalam memobilisasi audiens dalam beragam media sosial dalam waktu yang cepat dan langsung (*real-time*).



c) Aksi dan Reaksi (Action/Reaction).

Media sosial menjadi sarana penting dalam memudahkan aksi dan mengundang partisipan untuk ikut serta melakukan aksi aktivisme digital. Tindakan aksi dilakukan dengan influencer diaspora Indonesia membuat konten mengenai tagar #KaburAjaDulu. Konten yang diproduksi merupakan postingan yang sedang ramai diperbincangkan oleh pengguna media sosial seperti isu lowongan pekerjaan di luar negeri, beasiswa sekolah di luar negeri, tips dan trik hidup di luar negeri, hingga keresahan dan kritik terhadap kondisi sosial yang terjadi di Indonesia. Beragamnya isu yang dibahas mampu menjangkau beragam audiens yang memiliki perbedaan minat dan ketertarikan.

Setelah aktif di kampanye secara daring melalui media sosial, kelompok diaspora dan influencer Indonesia mendorong pengguna lain untuk berpartisipasi dan mengundang partisipan daring lainnya. Tujuannya adalah agar semakin banyak yang membahas, berdiskusi, dan mengunggah postingan di media sosial (klikativisme) dengan tagar #KaburAjaDulu. Dalam beberapa kesempatan, pertemuan daring seperti *livestreaming*, postingan video, maupun *zoom meeting* dilakukan dengan mengundang partisipasi diantara sesama pengguna media sosial. Dari aksi pertemuan daring ini membuat pengguna media sosial lainnya terpapar dengan isu #KaburAjaDulu sehingga terbangun tindakan balik (reaksi).

Reaksi yang dilakukan oleh generasi Z adalah membagikan (*share*) dan memposting ulang atau memproduksi konten baru mengenai isu #KaburAjaDulu. Ditambah, semakin banyaknya antusias dari pengguna media sosial terhadap isu #KaburAjaDulu mendorong terbentuknya komunitas-komunitas digital KaburAjaDulu yang masif membahas dan mendiskusikan seputar topik tersebut. Hasilnya, isu #KaburAjaDulu berhasil diangkat dan dibahas di media massa lokal maupun nasional. Aksi sosialisasi dan partisipasi aktif yang dilakukan oleh diaspora Indonesia dari luar negeri berhasil masuk ke dalam negeri dan menjadi tren baru yang memiliki pengaruh dan berdampak terhadap stabilitas politik negara.

B. Tren #KaburAjaDulu Dimaknai Generasi Z sebagai Resistensi di Era Digital

1. Bentuk Resistensi Sosial yang Muncul dalam Tren #KaburAjaDulu

Tagar #KaburAjaDulu dimaknai generasi Z sebagai sebuah tindakan resistensi yang dimanifestasikan dalam kritikan, protes, penolakan, dan menurunnya kepercayaan (*distrust*) kepada pemerintah Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya resistensi sikap, emosi, dan pemikiran yang dimediasi oleh konten dan komentar di platform Instagram. Resistensi ini cenderung bersifat sosial-ekonomi dan sosial-politik karena sebagian besar dari unggahan tersebut mengkritisi kinerja dan program pemerintah serta kesejahteraan masyarakat Indonesia yang dinilai belum sejahtera.

a. Resistensi Sosial-Ekonomi

Resistensi sosial-ekonomi yang muncul didasari oleh kondisi kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia yang dinilai tidak baik-baik saja. Resistensi ini diidentifikasi oleh kemunculan kritikan dan ketidakpuasan generasi Z yang melihat kondisi kehidupan masyarakat Indonesia bertambah kacau pada awal tahun 2025 seperti yang disampaikan oleh @gintam22 dan hanapusparini45 pada narasi tweet:

“Alasan rakyat negri ini untuk #KaburAjaDulu sangat beragam. Tapi satu penyebabnya. PEMERINTAH GAGAL mensejahterakan Rakyatnya!!.



@prabowo pahami ini!!." (MikroEkspresi, dikutip dalam tweet X @gintam22, 18/02//2025)

"#Indonesiagelap #KaburAjaDulu. Kalau semua mahal, tetapi gaji tidak naik. Kami rakyat Indonesia makan apa pak. Saya sebagai penulis online Indonesia yang di pf Indonesia gaji Cuma 5000, dan makan saja masih numpang ortu. Kalau bapak ingin kami nasinalisme, turunkan harga sembako." (hana Puspardini, dikutip dalam tweet X @hanapusparini45, 15/02//2025)

Dari dua narasi tweets di atas, menunjukkan bahwa kondisi ekonomi yang tidak stabil menjadi faktor utama yang mendorong generasi Z menyuarakan aspirasi mereka dalam tagar #KaburAjaDulu. Mereka memprotes dan mengeluhkan fenomena sosial-ekonomi yang muncul akibat sistem sosial dan kebijakan politik yang menyebabkan perekonomian semakin melemah dan kesenjangan sosial semakin meluas. Generasi Z juga menilai negara tidak mampu memenuhi hak dasar asasi manusia seperti pendidikan, lapangan pekerjaan, dan kesehatan dengan baik. Hal ini juga ditegaskan dalam narasi tweets @arifin34533, @ichal, dan @angelinaarini berikut ini:

"SIAPA YANG MAU HIDUP SUSAH? Jika pemerintah tidak bisa membebaskan negeri ini dari premanisme, tidak bisa membuka lapangan kerja, tidak bisa menjamin pendidikan dan kesehatan rakyat dan tidak bisa menumbuhkan perekonomian, wajar kalau banyak yang ingin #KaburAjaDulu." (Hansolo, dikutip dalam tweet X @arifin34533, 16/02//2025)

"Tujuan bernegara adalah mencapai kualitas hidup yang baik, salah satunya memperoleh kesempatan kerja, gerakan #KaburAjaDulu bentuk dari gagalnya negara memenuhi kualitas hidup warganya. Pernyataan WAMENAKER adalah produk gagal negara soal kualiyas hidup." (A fakhrizal Hr, dikutip dalam tweet X @ichal, 17/02//2025)

"salah satu alasan mau #KaburAjaDulu karena Indonesia masih ga ramah dengan ibu bekerja. Loker kebanyakan mentok di umur 25 tahun, tapi untuk perempuan yang udah jadi ibu? Beuh, susahnya makin berlipat. Ditambah kena stigma kalau punya anak produktivitas berkurang." (Angelina, dikutip dalam tweet X @angelinaarini, 16/02//2025)

Dalam narasi tweets di atas, pemilik akun @arifin34355 menegaskan bahwa hak-hak dasar masyarakat yang harusnya dipenuhi oleh negara seperti pendidikan dan kesehatan serta ketersediaan lapangan pekerjaan sulit untuk didapatkan. Ini menunjukkan bahwa negara belum mampu sepenuhnya melayani dan menyediakan kebutuhan rakyatnya. Selain itu, menurut @ichal, gerakan #KaburAjaDulu merepresentasikan simbol kegagalan negara dalam menjamin dan memenuhi kualitas hidup warganya sehingga generasi Z ingin mencari penghidupan yang lebih baik dengan cara kabur ke luar negeri. Kemudian, @angelinaarini juga menguraikan betapa sulitnya mencari pekerjaan bagi perempuan yang sudah menikah dan memiliki anak. Sistem rekrutmen pekerjaan di Indonesia yang dibatasi oleh usia tertentu serta stigma sosial bagi perempuan yang memiliki anak menyulitkan perempuan yang sudah berumah tangga untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Pada awal tahun 2025 banyak muncul fenomena-fenomena sosial ekonomi yang dampaknya dirasakan langsung oleh masyarakat. Fenomena sosial-ekonomi yang muncul di antaranya kasus mega korupsi oleh BUMN, kebijakan kenaikan tarif pajak menjadi 12%, melemahnya kurs rupiah terhadap US dollar, terjadinya PHK massal terutama di industri padat karya, terbatasnya lowongan pekerjaan formal, serta pemangkasan biaya di beberapa



kementrian dan instansi akibat dampak program Makan Bergizi Gratis(MBG). Kondisi ini memicu kericuhan dan kekhawatiran baru bagi masyarakat Indonesia.

Respon pemerintah terhadap gejolak yang ditunjukkan masyarakat dinilai lamban dan tidak serius. Aspirasi dan kritikan yang dilontarkan masyarakat baik di media sosial maupun media massa seolah disepelekan. Ini memicu amarah dan rasa geram masyarakat terutama generasi muda Indonesia. Generasi Z dengan kekuatan dan kesadaran digitalnya memanfaatkan peluang ini untuk kembali menyadarkan masyarakat Indonesia mengenai kondisi kehidupan sosial-ekonomi yang telah lama dirasakan masyarakat Indonesia. Oleh generasi Z, mereka menggunakan tagar #KaburAjaDulu untuk menyebarkan gagasan dan menyadarkan masyarakat Indonesia yang sedang berkonflik dengan pemerintah. Tren #KaburAjaDulu terus digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mengungkapkan kritikan dan menjadi simbol resistensi terhadap kondisi sosial-ekonomi yang masih bergejolak di dalam negeri. Ini menunjukkan bahwa tren #KaburAjaDulu tidak hilang dalam kehidupan masyarakat Indonesia, melainkan terus bertahan dan tetap menjadi sarana andalan dalam menunjukkan sikap resistensi.

b. Resistensi Sosial-Politik

Selain menggambarkan sikap resistensi sosial-ekonomi, tagar #KaburAjaDulu juga menunjukkan sikap resistensi di bidang sosial-politik. Resistensi ini tidak terlepas dari kondisi politik Indonesia yang terjadi di tahun 2024-2025. Pada tahun 2024 masyarakat Indonesia melangsungkan pesta demokrasi dan mendapatkan pemimpin baru untuk mewujudkan cita-cita dan harapan baik bagi masyarakat Indonesia. Namun, nyatanya masyarakat Indonesia mendapatkan perubahan kebijakan dan program pemerintah yang tidak selaras dengan kebutuhan masyarakat.

Kebijakan RUU TNI, program Makan Bergizi Gratis (MBG), kebijakan kenaikan tarif pajak dari 11% menjadi 12%, pemecahan dan penambahan jumlah kementerian di era kabinet merah putih, serta pengangkatan utusan khusus presiden merupakan serangkaian produk politik yang oleh pemerintah sangat diprioritaskan, sementara oleh masyarakat Indonesia dinilai tidak dibutuhkan dan dapat memperparah kondisi sosial-ekonomi yang sedang terjadi di masyarakat. Kebijakan dan program politik ini memicu gejolak dan pergerakan di tengah masyarakat. Hal ini disampaikan oleh @furqonajiy dalam unggahan reels sebagai berikut:

"#Berangkatmigran, pulang-pulang RUU TNI di sahkan, terlepas dari substansinya sesuai reformasi atau bukan. Kami bingung kenapa ini diprioritaskan? ya jelaslah rakyat resistan. Kami itu deg-degan!! takut RUU-nya disalah gunakan. Sudah disuarakan tapi tidak didengarkan, udah gitu pengesahannya kebut-kebutan.... #KaburAjaDulu itu bukan keinginan, itu sebuah keterpaksaan. Makanan bergizi gratis dananya mpot-mpot-an. Beli produk dalam negeri malah dapat oplosan. Danantara takut jadi liga perkorupsian, CPNS diundur malah disuruh balik ke kerjaan, ya ditolaklah sama perusahaan. Kerja lembur gak ada bayaran, dipecat gak ada jaminan, buka bisnis dipalak preman, bikin laporan dapat pungutan, sewain mobil dapat tembakan, kritik sedikit dapat ancaman. Diluar memang kami imigran, tapi malah negara lain yang ngasih kesejahteraan.... Masa dikirim kepala babi disuruh di makan, masa IHSG turun dijadiin bercandaan, ini Euro udah 18 ribuan. gimana kalau terjadi krisis perekonomian?" (Furqon Aji Yudhistira, dikutip dalam Reels Instagram @furqonajiy, 25/03/2025)

Dalam narasi reels di atas, @furqonajiy menyatakan bahwa tagar #KaburAjaDulu adalah bentuk protes dan kritikan terhadap fenomena kebijakan sosial-politik yang terjadi di Indonesia. Banyak sekali produk politik yang oleh masyarakat dirasa tidak *urgent* untuk diurus dan disahkan, tetapi oleh pemerintah menjadi sebuah prioritas di awal masa



pemerintahan presiden baru. Mereka yang saat ini sedang tinggal diluar negeri merasa khawatir dengan serangkaian sistem dan kebijakan politik yang sedang terjadi di tanah air. Implikasi dari gerakan #KaburAjaDulu bagi diaspora Indonesia adalah sebuah keterpaksaan pergi meninggalkan Indonesia demi bisa memenuhi kesejahteraan dan kualitas hidup yang lebih baik.

Tagar #KaburAjaDulu menjadi jembatan bagi aspirasi generasi Z yang sedang jauh dari tanah air. Selain itu, #KaburAjaDulu juga menunjukkan ketidakmampuan negara dalam melaksanakan tugasnya secara baik dan maksimal serta menjaga stabilitas ekonomi-politik dengan baik. Sebagaimana yang ditegaskan oleh @RanggaWidigda, @feng9mihowl, dan @ardisatriawan pada tweets berikut ini:

“Dalam perspektif gw, salah satu akar masalah #KaburAjaDulu itu adalah jeleknya perlindungan pekerja di Indonesia yang seharusnya jadi tanggung jawab Kementerian Ketenagakerjaan.... Disclaimer: masalah ini bukan berawal dari Menteri Ketenagakerjaan yang sekarang, Menteri-Menteri yang sebelumnya juga sama aja.” (Rangga Widigda, dikutip dalam tweet X @RanggaWidigda, 17/02//2025)

“Alasan #KaburAjaDulu buatku itu stabilitas politik + quality living standard. Dibilang medioker, gajiku gak medioker juga sih kalo dibandingin sama yang umur + jenjang pendidikan sama dan tinggal di Indo. Tapi yang lebih penting tuh kesempatan kerja gak terbatas umur, gender, dan buat perempuan pilihan untuk cuti hami, melahirkan” (N, dikutip dalam tweet X @feng9mihowl, 12/02//2025)

“Tentang #KaburAjaDulu. Bukan Cuma masalah uang sih, salah satu yang jadi poin penting adalah kestabilan politik....” (Ardianto Satriawan, dikutip dalam tweet X @ardisatriawan, 17/02//2025)

Menarik dari tweets di atas, pemilik akun @feng9mihowl dan @ardisatriawan mengatakan bahwa tagar #KaburAjaDulu merupakan bentuk ketidakpercayaan (*distrust*) dan kritik generasi Z terhadap kondisi ketidakstabilan politik dalam negeri. Ketidakstabilan politik dalam negeri dapat memengaruhi keamanan dan perdamaian nasional serta menghambat pengembangan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan (Malik dkk, 2023). Disamping itu, dengan adanya ketidakstabilan sosial-politik di Indonesia ditambah kinerja para elit negara yang dinilai tidak profesional juga menyebabkan perlindungan bagi para pekerja Indonesia buruk sehingga kepastian hukum dalam sektor ekonomi menjadi anomali.

Gejolak sosial-politik di dalam negeri membuat generasi Z semakin kritis dan berani bersuara. Kehadiran media sosial menjadi senjata ampuh bagi generasi Z Indonesia untuk bermanuver dalam melakukan kegiatan aktivisme secara digital. Mereka menggunakan tagar #KaburAjaDulu untuk menunjukkan aspirasi dan keberanian mereka dalam memperjuangkan hak-hak individu dan kelompok dari serangkaian produk politik yang tidak bisa mereka elakkan jika terus berada di dalam negeri. Tagar #KaburAjaDulu menjadi *tagline* dan visi bersama bagi generasi Z dalam menunjukkan penolakan mereka terhadap fenomena politik di dalam negeri.

2. Tren #KaburAjaDulu sebagai Budaya Digital Generasi Z

Fenomena #KaburAjaDulu menunjukkan bahwa partisipasi individu yang dilakukan generasi Z dalam merespon di tren media sosial tidak lagi dilihat sebagai sebuah perlawanan kelompok marginal yang terorganisir, melainkan sebagai bentuk kontruksi gaya hidup



(lifestyle) yang cair dan temporal. Bennett dalam Sutopo & Lukisworo (2021) menjelaskan bahwa lifestyle digunakan untuk membedakan status suatu kelompok masyarakat dengan yang lainnya serta dilandasi oleh sensibilitas dan konteks partikular tertentu. Bagi generasi Z tren #KaburAjaDulu dinilai sebagai sumber daya budaya untuk membedakan diri mereka dari narasi warga negara yang pasif. Sebagaimana yang diutarakan oleh @primawansatrio dan @furqonajiy sebagai berikut:

“+1 alasan buat #KaburAjaDulu: walau gajimu medioker, kayak sindiran orang2 di sini, “kirain yang ngejar kaburajadulu itu ngejar gaji ratusan juta”, coba kerja dan tinggal di negara yang pemerintahanya beneran kerja, dan rasakan kualitas hidup yang lebih baik. Ga akan nyesal.” (Prima, dikutip dalam tweet X @pimawansatrio, 12/02/2025)

“...Kalau kalian bener-bener pengen #KaburAjaDulu, ingat harus benar-benar jelas dengan apa yang kalian cari.... nggak apa-apa dibilang pasti akan second class dan diragukan nasionalisme. Yang penting hidup tenang dan cukup, banyak waktu untuk keluarga, sisa gaji juga bisa ditransfer ke kampung.” (Furqon Aji yudhistira, dikutip dalam reels Instagram @furqonajiy, 23/03/2025)

Mereka secara refleksif menciptakan identitas baru sebagai individu yang kritis di kehidupan sehari-hari (Sutopo, 2020). Kemudian, generasi Z berusaha mengekspresikan identitas yang tidak terikat pada satu ideologi tunggal seperti nasionalisme dan patriotisme yang kaku. Generasi Z mengonsumsi narasi #KaburAjaDulu untuk mengeskpresikan gaya hidup rasional mereka yang ingin mencari peluang di luar negeri ditengah ketidakpastian domestik dalam negeri. Partisipasi generasi Z dalam tren ini juga merupakan bentuk rekonstruksi makna identitas kolektif. Generasi Z memilih tren ini bukan hanya ikut-ikutan, melainkan cerminan dari selera dan nilai-nilai individu yang memprioritaskan kualitas hidup dan hak asasi manusia di atas loyalitas buta pada struktur negara yang dianggap gagal. Munculnya narasi “kurang nasionalis” dan “kurang cinta tanah air” bagi kelompok yang menggaungkan tren #KaburAjaDulu membuat generasi Z merekonstruksi ulang makna kebangsaan pada diri mereka. Seperti yang disampaikan oleh @berlianidris dan @vicky_natasha sebagai berikut:

“Jgn mau digaslight bahlil soal #KaburAjaDulu. Bekerja di LN adalah bentuk nasionalisme, menyumbang devisa sangat besar bagi negara. Untuk apa di sini bertahan dalam penderitaan, sementara pejabat bergelimang kemewahan. Berangkatlah, berkarirlah di luar, harumkan nama Indonesia” (Bili, dikutip dalam tweet X @berlianidris, 13/02/2025)

“Nasionalisme itu bukan soal kita tinggal dimana Pak, tapi apa yang kita lakukan untuk bangsanya dimanapun kita berada.. Bahkan karena saya sukses di Jerman saya bisa membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat di Indonesia.... Sebenarnya yang harus kita ragukan itu bukan rasa nasionalismenya tapi karena sistem yang membuat kita pengen pergi!” (Vicky Natasha, dikutip dalam reels Instagram @vicky_natasha, 17/02/2025)

Melalui aktivitas konsumsi narasi digital ini, individu yang ingin “kabur aja dulu” bukanlah kelompok yang kehilangan rasa cinta tanah air, melainkan sebuah strategi refleksif untuk mencari kesejahteraan yang adil di luar kerangkeng struktur sosial dalam negeri yang dianggap tidak adil dan menindas.



Tren #KaburAjaDulu juga mencerminkan pola terbentuknya kelompok sosial baru yang tidak berbasis kelas sosial (Bennett dalam Sutopo & Lukisworo, 2021). Tagar ini berfungsi sebagai sensibilitas organik yang menyatukan agen-agen dari beragam latar belakang yang berbeda mulai dari mahasiswa, pekerja lokal, hingga diaspora. Mereka disatukan oleh suasana emosional yang sama yakni kegelisahan terhadap masa depan ekonomi dan politik dalam negeri. Sebagaimana yang disampaikan oleh @feng9mihowl, @ardisatriawan, dan arifin34533 yakni:

“Alasan #KaburAjaDulu buatku itu stabilitas politik + quality living standard. Dibilang medioker, gajiku gak medioker juga sih kalo dibandingin sama yang umur + jenjang pendidikan sama dan tinggal di Indo. Tapi yang lebih penting tuh kesempatan kerja gak terbatas umur, gender, dan buat perempuan pilihan untuk cuti hami, melahirkan” (N, dikutip dalam tweet X @feng9mihowl, 12/02//2025)

“Tentang #KaburAjaDulu. Bukan Cuma masalah uang sih, salah satu yang jadi poin penting adalah kestabilan politik...” (Ardianto Satriawan, dikutip dalam tweet X @ardisatriawan, 17/02//2025)

“SIAPA YANG MAU HIDUP SUSAH? Jika pemerintah tidak bisa membebaskan negeri ini dari premanisme, tidak bisa membuka lapangan kerja, tidak bisa menjamin pendidikan dan kesehatan rakyat dan tidak bisa menumbuhkan perekonomian, wajar kalau banyak yang ingin #KaburAjaDulu.” (Hansolo, dikutip dalam tweet X @arifin34533, 16/02//2025)

Keterikatan para individu dalam gerakan ini tidak bersifat permanen. Fleksibilitas yang di mediasi oleh media sosial merupakan strategi mereka untuk melampaui hambatan struktur melalui partisipasi aktif yang melampaui batas geografis. Ini menjelaskan mengapa individu dari kelas sosial yang sama bisa memiliki pandangan budaya yang berbeda terkait tren ini. Data menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan narasi #KaburAjaDulu sebagai strategi refleksif untuk menyuarakan aspirasi sosial-politik mereka terhadap pihak dominan yang ditentang. Meskipun mereka masih berada dalam jeratan struktur sosial-ekonomi seperti status sebagai karyawan atau mahasiswa, mereka melakukan negosiasi solidaritas melalui fleksibilitas partisipasi kelompok.

Bennett dalam Sutopo (2020) menekankan bahwa keanggotaan kolektif dan pola konsumsi kaum muda sebagai entitas yang cair, berpindah-pindah, serta menjadi manifestasi resistensi terhadap hegemoni budaya dominan melalui pengalaman personal yang spesifik. Dalam konteks tren #KaburAjaDulu, generasi Z menunjukkan usaha untuk bergerak di antara berbagai skena digital. Mereka tidak sepenuhnya "keluar" dari struktur ekonomi kapitalistik, namun mereka menciptakan "ruang ketiga" di media sosial untuk melakukan sabotase kecil terhadap narasi sosial-politik-ekonomi yang dibangun oleh pemerintah sebagai pihak dominan. Fleksibilitas ini memungkinkan mereka untuk tetap eksis secara materialistik (bekerja dan belajar), namun secara mental dan diskursif mereka melakukan resistensi melalui partisipasi dalam tren maupun komunitas #KaburAjaDulu yang melintasi batas geografis.

Analisis lebih dalam mengungkap bahwa #KaburAjaDulu adalah bentuk manifestasi resistensi pada level individual terhadap hegemoni budaya dominan (Benner dalam Sutopo, 2020). Dalam konteks ini, "budaya dominan" yang dilawan adalah pemujaan terhadap narasi elite negara mengenai kondisi domestik dan kebijakan politik yang pro rakyat. Perlawanan ini muncul bukan dari komando organisasi formal, melainkan dari pengalaman personal yang



spesifik seperti gairah dan ledakan emosional terhadap rasa marah, kecewa, dan frustrasi atas apa yang mereka rasakan.

Resistensi ini tidak muncul dalam bentuk demonstrasi massa di jalanan, melainkan melalui politisasi kritis dan gairah. Dengan membagikan momen kabur ke luar negeri atau usaha menunjukkan kondisi ideal dalam berkehidupan berbangsa dan bernegara, Generasi Z sebenarnya sedang mendekonstruksi nilai sukses yang selama ini didiktekan oleh struktur sosial lama. Mereka menegaskan bahwa kedaulatan atas kesejahteraan yang adil dan merata serta kestabilan politik adalah bentuk kesuksesan baru. Ini membuktikan bahwa *neo-tribes* digital bukan sekadar kelompok pencari kesenangan sementara, melainkan sebuah kelompok yang sedang memperjuangkan posisi tawar sosial-politik dan ekonomi mereka di tengah ketidakpastian masa depan.

C. Tren #KaburAjaDulu: Antara Degradasi Patriotisme dan Kritik Sosial

1. Kritik Sosial Generasi Z Terhadap Pemerintah

Data hasil penelitian menunjukkan bahwa tren #KaburAjaDulu mencerminkan bentuk kritik sosial terhadap pemerintah. Pada pembahasan sebelumnya, tren #KaburAjaDulu merepresentasikan bentuk resistensi yang diidentifikasi menjadi resistensi sosial-ekonomi dan sosial-politik. Selain bentuk resistensi, tren #KaburAjaDulu juga mencerminkan bentuk kritikan sosial. Resistensi yang dilakukan oleh generasi Z melalui tagar #KaburAjaDulu bersifat aktif dalam melawan dan menolak kebijakan politik dan sistem sosial-ekonomi yang tidak adil. Kritik sosial juga dilakukan untuk mendapatkan perhatian dan memobilisasi massa yang memiliki perasaan senasib sepenanggungan. Dalam prosesnya, tren #KaburAjaDulu merupakan bentuk kritik sosial yang dilakukan oleh para diaspora Indonesia. Seiring berjalannya waktu dan melonjaknya masalah sosial di Indonesia, sikap kritik sosial bertransformasi menjadi resistensi sosial dalam usaha menekan pengaruh pihak dominan.

Masalah sosial seperti pengesahan RUU TNI yang diprioritaskan, kondisi perekonomian Indonesia yang melemah, kasus mega korupsi BUMN, pemangkasan anggaran pada sektor strategis, gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, hingga tarif pajak yang meningkat merupakan serangkaian produk politik dan dampak dari sistem sosial-ekonomi yang menjadi sentra penyebab kritikan masyarakat. Meskipun kritikan yang muncul di media sosial bersentimen negatif, tetapi tidak menunjukkan proses pelunturan rasa cinta tanah air (patriotisme) di kalangan generasi Z Indonesia. Sebaliknya, mereka berusaha memperbaiki Indonesia bahkan dari luar negeri. Tindakan ini terpaksa dilakukan karena kondisi Indonesia yang tidak baik-baik saja. Hal ini diperkuat oleh hasil pengamatan konten terhadap unggahan pengguna X dan Instagram sebagai berikut:

“Ign mau digaslight bahlil soal #KaburAjaDulu. Bekerja di LN adalah bentuk nasionalisme, menyumbang devisa sangat besar bagi negara. Untuk apa di sini bertahan dalam penderitaan, sementara pejabat bergelimang kemewahan. Berangkatlah, berkarirlah di luar, harumkan nama Indonesia” (Bili, dikutip dalam tweet X @berlianidris, 13/02/2025)

“Beruntung banget bisa kabur dari Indonesia.... Jadi kalau saya tinggal di Jerman artinya saya ngga cinta Indonesia? Tapi setiap hari saya selalu bikin konten edukasi untuk para orang tua dan guru di Indonesi! Apa mahasiswa Indonesia LPDP yang dikirim ke luar negeri dan balik-balik bawa ilmu apa mereka juga ngga nasionalis? Nasionalisme itu bukan soal kita tinggal dimana Pak, tapi apa yang kita lakukan untuk bangsanya dimanapun kita berada..



Bahkan karena saya sukses di Jerman saya bisa membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat di Indonesia.... Sebenarnya yang harus kita ragukan itu bukan rasa nasionalismenya tapi karena sistem yang membuat kita pengen pergi!” (Vicky Natasha, dikutip dalam reels Instagram @vicky_natasha, 17/02/2025)

“...Kalau kalian bener-bener pengen #KaburAjaDul, ingat harus benar-benar jelas dengan apa yang kalian cari.... nggak apa-apa dibilang pasti akan second class dan diragukan nasionalisme. Yang penting hidup tenang dan cukup, banyak waktu untuk keluarga, sisa gaji juga bisa ditransfer ke kampung.” (Furqon Aji yudhistira, dikutip dalam reels Instagram @furqonajiy, 23/03/2025)

Tweets di atas mengandung makna aspirasi yang ditunjukkan diaspora Indonesia. Aspirasi ini mengandung kritikan dan ketidakpercayaan (distrust) terhadap sikap dan kinerja elite negara, sistem pemerintahan dan politik dalam negeri, serta kondisi kehidupan ekonomi dan sosial yang dirasakan ketika tinggal dan bekerja di Indonesia. Kritik sosial ini meluas dan membentuk pandangan baru di tengah pengguna media sosial. Generasi Z membentuk keyakinan baru bahwa sebagai generasi penerus bangsa sudah seharusnya memikirkan cara realistis dalam membangun dan memperbaiki Indonesia agar menjadi lebih baik. Pandangan baru ini mendorong generasi Z untuk memperbaiki dan berkontribusi bagi Indonesia dari luar negeri. Sebagaimana cuitan dari @Iwastuargo,

“1. Pilih tempat kabur;.. 3. Jangan lupa berkontribusi lagi ke negara. Tapi yang penting #kaburajadulu”. (Gogo, dikutip dalam tweet X @Iwastuargo, 02/09/2023)

2. Dampak Tren #KaburAjaDulu Terhadap Pemerintah

Tren #KaburAjaDulu yang viral pada awal tahun 2025 berhasil menyita perhatian publik terhadap sistem pemerintahan dan kinerja elite negara. Akibatnya, stabilitas politik dan perhatian pemerintah ikut merasakan dampak dari tren #KaburAjaDulu. Ini didorong oleh semakin banyaknya kelompok sosial, organisasi masyarakat, media massa, maupun influencer lokal dan nasional yang menggaungkan tagar #KaburAjaDulu. Kekuatan pengguna media sosial dalam menyerbu akun elite negara dengan komentar yang disertai tagar #KaburAjaDulu juga menjadi penyebab beralihnya perhatian pemerintah kepada isu #KaburAjaDulu. Elite negara yang dianggap memiliki kinerja kontroversial di mata masyarakat maupun yang berpengaruh pada bidang yang menyentuh langsung permasalahan yang dikritik masyarakat berusaha merespon tren #KaburAjaDulu. Respon yang diberikan tersebar dalam beragam bentuk. Misalnya, Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral, Bapak Bahlil Lahadalia yang merepon tren #KaburAjaDulu dengan mengkritik diaspora Indonesia yang kabur ke luar negeri sebagai seorang yang diragukan nasionalismenya; senada, Menteri Agraria dan Tata Ruang/Badan Pertanahan Nasional, Bapak Nusron Wahid menyampaikan bahwa Warga Negara Indonesia (WNI) yang kabur ke luar negeri untuk menyelesaikan masalah memiliki masalah kecintaan terhadap tanah air (patriotisme).

Dalam perspektif sosiologi politik, respon para elite negara yang cenderung menyerang aspek moralitas dan patriotisme partisipan tren #KaburAjaDulu menunjukkan adanya bentuk wacana defensif. Alih-alih melakukan evaluasi terhadap substansi kegelisahan publik yang muncul dari narasi #KaburAjaDulu, pemerintah cenderung menggunakan pendekatan stigmatisasi untuk menggiring kritik sosial yang muncul. Pelabelan “kurang nasionalis” dan “tidak cinta tanah air (patriotisme)” yang disampaikan oleh elite negara merupakan upaya untuk menggeser citra isu dari kegagalan struktural menuju kegagalan moral individu. Hal ini mengonfirmasi bahwa gerakan sosial digital ini telah menciptakan



tekanan psikologis-politik yang signifikan, sehingga negara merasa perlu melakukan pemulihan citra melalui narasi loyalitas konvensional kepada negara.

Tidak hanya respon verbal yang disampaikan oleh elite negara dalam menangkis kritik sosial yang ditunjukkan melalui tren #KaburAjaDulu. Beberapa elite negara berusaha menciptakan tagar tandingan yang memicu perdebatan di media sosial. Tagar tandingan yang diciptakan oleh elite negara adalah #PergiMigranPulangJuragan. Tagar ini diusulkan oleh Utusan Khusus Presiden Bidang Pembinaan Generasi Muda dan Pekerja Seni, Bapak Raffi Ahmad dalam upaya merekonstruksi tagar #KaburAjaDulu dengan sesuatu yang bernuansa lebih positif. Selain itu, muncul tagar #IndonesiaTerang sebagai tandingan terhadap tagar #IndonesiaGelap yang juga viral bersama tagar #KaburAjaDulu. Tagar #IndonesiaTerang dicetuskan oleh Menteri Kehutanan, Bapak Raja Juli Antoni di platform X. Kedua tagar tandingan ini memvalidasi keberhasilan tren #KaburAjaDulu dalam mencuri perhatian pemerintah.

Fenomena munculnya tagar tandingan ini menandai babak baru dalam kontestasi ruang publik digital di Indonesia. Penunjukan figur populer seperti Raffi Ahmad sebagai jembatan komunikasi menunjukkan bahwa pemerintah menyadari bahwa kekuatan #KaburAjaDulu terletak pada aspek emosional dan viralitas. Upaya menciptakan narasi tandingan bukan sekadar aktivitas media sosial biasa, melainkan sebuah strategi manajemen citra untuk merebut kembali kendali atas opini publik. Penggunaan diksi “Juragan” dan “Terang” merupakan upaya rekonstruksi realitas sosial yang kontras dengan narasi “Kabur” dan “Gelap” yang secara sosiologis mencerminkan adanya pertarungan sengit dalam memperebutkan definisi kebenaran di ruang digital.

Keberhasilan tren ini dalam memaksa menteri dan utusan khusus presiden untuk bereaksi menunjukkan bahwa klikativisme telah bertransformasi menjadi kekuatan penekan yang efektif terhadap birokrasi yang kaku. Kehadiran tagar #KaburAjaDulu meruntuhkan sekat-sekat komunikasi tradisional antara penguasa dan rakyat. Meskipun respon pemerintah masih bersifat responsif dan seringkali konfrontatif, keterlibatan aktif para elite dalam perdebatan tagar ini memvalidasi bahwa tren digital bukan lagi sekadar “kebisingan” tanpa makna, melainkan variabel penting yang mampu memengaruhi stabilitas politik dan memaksa negara untuk hadir dalam diskursus yang dipelopori oleh masyarakat digital di media sosial. Tren #KaburAjaDulu berhasil menggoyah dan memaksa negara agar kembali memperhatikan aspirasi masyarakat terutama di ruang digital.

KESIMPULAN

Tren #KaburAjaDulu merupakan sebuah gerakan sosial organik yang diinisiasi oleh diaspora Indonesia di platform X sejak 2023. Pada mulanya, gerakan ini bersifat informatif-edukatif. Melalui narasi yang persuasif namun realistis, mereka berupaya memperluas cakrawala dan membangun kesadaran anak muda agar berani mengambil kesempatan global demi mencapai kualitas hidup yang lebih layak di era globalisasi. Transformasi tagar ini berhasil menjadi sebuah tren yang kuat di media sosial. Ini dipicu oleh integrasi antara aktivitas digital dan realitas sosial-politik di Indonesia. Proses viralitas #KaburAjaDulu terjadi secara sirkular melalui mekanisme klikativisme dimana aktor-aktor kunci yang berpengaruh berperan sebagai pendorong. Selain itu, muncul rasa solidaritas di antara anak muda karena ada kesamaan satu lintas generasi dan asal negara sehingga mempermudah mobilisasi massa di media sosial. Melalui fitur *re-tweet*, *like*, dan *share*, gagasan ini mengalami pertumbuhan jangkauan yang didukung oleh kekuatan algoritma media sosial sehingga mengubah narasi individu menjadi percakapan kolektif yang mendominasi ruang publik digital.



Secara sosiologis, tagar #KaburAjaDulu bukan sekadar tren pelarian, melainkan manifestasi resistensi digital aktif dan kritik sosial yang lahir dari kegelisahan mendalam generasi Z terhadap ketimpangan ekonomi dan kekecewaan sosial. Generasi Z menggunakan media sosial sebagai “panggung depan” untuk menyuarakan perlawanan dan penolakan terhadap berbagai isu seperti sulitnya akses lapangan kerja karena batasan usia dan sistem, hingga kritik terhadap ketidakstabilan sistem politik dan kinerja elite politik yang buruk. Keputusan untuk “kabur” atau bermigrasi ke luar negeri bukan lagi dianggap sebagai tindakan tidak patriot atau tidak nasionalis, melainkan sebuah strategi bertahan hidup dan bentuk kritik terhadap kondisi domestik yang dinilai tidak berpihak pada kesejahteraan rakyat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas gerakan ini terbukti berhasil. Hal ini terlihat dari munculnya respons defensif dari para elit negara yang mencoba merekonstruksi stigmatasi moral melalui label “kurang nasionalis” dan “tidak patriotisme”. Namun, upaya pemerintah dalam menciptakan tandingan seperti tagar #PergiMigranPulangJuragan justru memvalidasi bahwa klikativisme berhasil menjadi kekuatan penekan yang signifikan dalam stabilitas politik nasional. Pada akhirnya, tren ini menjadi pengingat bagi negara bahwa loyalitas warga negara tidak bisa dipaksakan melalui retorika, melainkan harus dipupuk melalui kehadiran kebijakan yang adil dan menjamin kesejahteraan bagi setiap generasinya.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pemerintah pusat maupun daerah perlu memperhatikan dengan serius aspirasi anak muda baik di ranah offline maupun online. Alih-alih merespon dengan defensif dan berusaha menangkis aspirasi publik dengan menciptakan tagar tandingan dan merekonstruksi stigma moral baru, sebaiknya pemerintah mengintropeksi capaian kerja dan mengoptimalkan sistem pemerintahan melalui kebijakan yang adil dan menjamin kesejahteraan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Untuk generasi Z diharapkan dapat terus kritis dan bijak dalam bermedia sosial. Penyelesaian masalah tidak dapat dicapai melalui gerakan aktif di media sosial tetapi pasif di dunia nyata.. Kolaborasi dengan komunitas, akademisi, organisasi sipil, dan media penting untuk memperluas ruang advokasi dan memperkuat posisi tawar terhadap negara terutama di dunia nyata. Terakhir, bagi masyarakat agar lebih peduli dan kritis terhadap fenomena yang sedang terjadi di ruang publik maupun ruang digital yang seringkali tertutupi oleh rasa acuh dan individualistik. Partisipasi aktif dalam mengawasi jalannya sistem pemerintahan agar sesuai dengan kebutuhan masyarakat merupakan langkah penting menuju kehidupan bernegara dan berbangsa yang adil dan sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

- Abelia, N., dkk. (2025). Dampak Framing Tagar #KaburAjaDulu Terhadap Opini Publik dan Kebijakan Sosial di Indonesia. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(2), Doi: <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i2.577>
- Eriyanto. (2021). *Metode Netnografi Pendekatan Kualitatif dalam Memahami Budaya Pengguna Media Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fotaleno, F., & Batubara, D. S. (2024). Fenomena Kesulitan Generasi Z dalam Mendapatkan Pekerjaan Ditinjau Perspektif Teori Kesenjangan Generasi. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8).



- Kompas TV. (2025, 13 Februari). [FULL] Viral #KaburAjaDulu, Peneliti: Indonesia Darurat Lapangan Kerja | ROSI. [Video]. <https://youtu.be/bUQMEtalP4M?si=2VsYSrUh46-hAkfs>.
- Kumparan (2025, 25 Februari). Kumparan.com. Media: 53,7% Publik Setuju #KaburAjaDulu, Kebanyakan Karena Pekerjaan Sulit. <https://kumparan.com/kumparannews/median-53-7-publik-setuju-kaburajadulu-kebanyakan-karena-pekerjaan-sulit-24ZJSCJYRzO/1>. Diakses pada 15 Agustus 2025.
- Meiriza, M S., dkk. (2025). Analisis Perubahan Model Kerja Generasi Z Pasca Covid-19. *Jurnal: Ikraith-Ekonomika*, 8(1).
- Muzakir, M I., & Susanto. (2023). Implementasi Kurikulum *Outcome Based Education* (OBE) Dalam Sistem Pendidikan Tinggi di Era Revolusi Industri 4.0. *Edukasiana: Journal of Islamic Education*, 2(1).
- Pradipta M A, dkk. (2024). Cinta Tanah Air pada Era Digital: Peran generasi Z dalam Mempertahankan Identitas Nasional. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(4).
- Purwanta, H., Santosa, H. H., & Haryono, A. (2015). Wacana identitas nasional pada buku teks pelajaran Sejarah di Inggris dan Indonesia: kajian komparatif. *Patra Widya: Seri Penerbitan Penelitian Sejarah dan Budaya.*, 16(3), 345-362.
- Ramadhani, F., & Arianto, I. D. (2025). Gema Suara Rakyat dalam Media Sosial (Analisis Jaringan Komunikasi pada# KaburAjaDulu di Twitter (X)). *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 9440-9447.
- Rinawati, Anita. (2015). Transformasi Pendidikan untuk Menghadapi Globalisasi. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(1).
- Rochmawati, A., & Alamiyah, S. S. (2024). Aktivisme Media Sosial di Instagram: Studi Literatur. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 2572-2580.
- Salsa, MA., dkk. (2025). Eksplorasi Dinamika Sosial Melalui Analisis Sentimen Tagar #KaburAjaDulu di Media Sosial TikTok. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains, dan Ilmu Komunikasi*, 3(2). Doi: <https://doi.org/10.59841/saber.v3i2.2631>
- Samosir, F. (2020). *Nilai-Nilai Patriotisme dalam Film IP Man: Kajian Sosiologi Sastra*. Skripsi. Sekolah Sarjana, Medan: Universitas Sumatera Utara. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/25992>.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo, O. R. (2020). Memahami Budaya Kaum Muda dan Pascasubkultur via Andy Bennett. *Gerak Kuasa: Politik Wacana, Identitas, dan Ruang/Waktu dalam Bingkai Kajian Budaya dan Media*, 175-192.
- Sutopo, O. R., & Lukisworo. A.A. (2022). Memahami Budaya Kaum Muda di Era Digital. Dalam Isbah. M. F & Wibawanto . G. R (Ed). *Perspektif Ilmu-Ilmu Sosial di Era Digital: Disrupsi, Emansipasi, dan Rekognisi* (hlm 117-139). Gajah Mada Universitu Press.
- Tasikmalaya Imigrasi. (2023, 10 Juli). Tasikmalaya.imigrasi.go.id. Sikapi Banyaknya WNI Produktif Berpindah Kewarganegaraan, Imigasi Keluarkan Strategi Global Talent Visa. <https://tasikmalaya.imigrasi.go.id/sikapi-banyaknya-wni-produktif-berpindah->



[kewarganegaraan-imigrasi-keluarkan-strategi-global-talent-visa/](#). Diakses pada 27 Januari 2026.

Zirzis M. (2024). Evolusi Ekonomi di Era Digital : Kontribusi Generasi Z Dalam Perekonomian. *Jurnal Literasi Indonesia*. 1(2).