



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 1485-1495

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Netnografi Hashtag #KaburAjaDulu : Interaksi dan Konstruksi Makna dalam Media Baru

Agung Putra Mulyana<sup>1✉</sup>, Muhammad Irfan Djamzuri<sup>2</sup>

Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bahasa

Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta

Email: [agung.aaa@bsi.ac.id](mailto:agung.aaa@bsi.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Hashtag menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi digital yang akan membentuk wacana publik di media baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola interaksi pengguna dan konstruksi makna hashtag #KaburAjaDulu dengan pendekatan netnografi. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipatif pada platform media sosial terhadap konten yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hashtag #KaburAjaDulu ini digunakan sebagai kritik sosial, serta membentuk arena utama dalam menyampaikan pesan. Sehingga penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika penggunaan media baru dalam membentuk persepsi dan interaksi sosial publik.

Kata Kunci: *Netnografi, Hashtag, Media Baru, Interaksi Digital, Konstruksi Makna*

### Abstract

Hashtags are one of the important elements in digital communication that will shape public discourse in new media. This research aims to analyze user interaction patterns and meaning construction of #KaburAjaDulu hashtag with a netnography approach. Data was collected through non-participatory observation on social media platforms of relevant content. The results showed that the hashtag #KaburAjaDulu was used as social criticism, and formed the main arena in conveying messages. Thus, this research contributes to understanding the dynamics of using new media in shaping public perception and social interaction.

Keywords: *Netnography, Hashtag, New Media, Digital Interaction, Meaning Construction*

## PENDAHULUAN

Terakhir ini media sosial ramai digunakan sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi. Percakapan yang terdapat di media sosial dapat dikaji untuk mendapatkan wawasan tentang topik-topik yang menjadi perhatian masyarakat (Ramadhan, 2020). Media sosial meningkat pesat hingga akhirnya membuka partisipasi aktif dalam menyampaikan sebuah pesan. Masyarakat juga sudah mulai terbiasa dan mampu menggunakan dengan fitur-fitur yang disediakan oleh media sosial seperti tagar atau hashtag. (Hussin & Bakar, 2023).

Penggunaan tagar dalam media sosial merupakan salah satu fitur yang sering dimanfaatkan oleh pengguna untuk berdiskusi atau menyampaikan informasi tentang topik tertentu (Mercius & Utami, 2023). Pada dasarnya penggunaan hastag merupakan frasa kata kunci yang ditandai dengan tanda pagar (#) yang digunakan untuk mengelompokkan dan mencari konten berdasarkan topik yang sama (Mercius & Utami, 2023) (Ramadhan, 2020). Hastag cukup menjadi alat ampuh dalam meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten di media sosial (Mikhael, 2022).

penggunaan hastag akhir - akhir ini dilakukan oleh masyarakat indonesia yang ramai dengan *#kaburAjaDulu*. Tagar ini cukup menarik untuk ditelaah lebih dalam untuk melihat pola interaksi dan konstruksi makna yang terbentuk di tengah masyarakat yang hampir setiap hari dibicarakan oleh para pengguna media digital. Tidak hanya masyarakat biasa yang menggunakan *#kaburajadulu*, namun beberapa influencer juga membagikan kegiatan dengan hastag yang sama juga. Berbagai isi konten memiliki beragam makna yang tersimpan di dalamnya dengan tulisan *#kaburajadulu*. Media sosial yang ramai diantara lain instagram, facebook dan twitter yang memiliki konten beragam. Tidak hanya isi pesan yang disampaikan, namun juga berbagai tanggapan masyarakat jua memiliki beragam makna.

Pentingnya memahami pola interaksi penggunaan hastag *#kaburajadulu* menjadi kajian yang menarik untuk diteliti lebih lanjut mengingat fenomena hashtag tersebut tidak lagi hanya dipandang sebagai kategori konten saja, tetapi juga memiliki konstruksi makna yang kompleks. Apalagi media juga memiliki kekuatan dalam menyebarkan informasi hingga mempengaruhi persepsi khalayak mengenai suatu isu atau fenomena tertentu (Lestari & Qadri, 2021) (Hussin & Bakar, 2023). Hastag secara tidak langsung mampu mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dan berbagi pesan yang ingin disampaikan. Untuk itu memahami hastag *#kaburajadulu* yang sedang tren di kalangan masyarakat Indonesia melalui pendekatan netnografi sangatlah penting.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pola interaksi dan konstruksi makna tagar *#kaburajadulu* yang berkembang dalam media baru yang ramai dibicarakan oleh

masyarakat Indonesia. Studi netnografi akan digunakan untuk memahami lebih jauh mengenai fenomena komunikasi yang terjadi di media baru. Misalnya fenomena hastag tersebut dan memahami makna-makna yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian penelitian ini dapat berkontribusi pada pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana media baru dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mengkonstruksi makna.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi sebagai metode untuk menganalisis penggunaan hashtag #kaburAjadulu pada media sosial. Dengan pendekatan etnografi diharapkan dapat menggali secara mendalam mengenai pola interaksi dan konstruksi makna yang muncul dalam penggunaan hashtag tersebut. Analisis data dilakukan scraping secara manual dari data media sosial instagram yang sedang ramai dibicarakan dengan #kaburAjadulu (Bangun et al., 2024) (Mercius & Utami, 2023). Kegiatan komentar juga menjadi analisa peneliti untuk dikaji lebih dalam mengenai konteks-konteks yang menyertai penggunaan tagar tersebut. Batasan penelitian hanya berfokus pada medai instagram dengan waktu bulan Februari sampai Maret 2025.

### Teori Penelitian

#### Teori Komunikasi Digital

Komunikasi digital merupakan komunikasi berbasis teknologi internet yang melibatkan penggunaan perangkat digital seperti komputer, smartphone, dan perangkat lainnya (Hendriana, 2023) (Setiawan, 2018). Menurut Fleishman, komunikasi digital adalah segudang taktik komunikasi keluar yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyampaikan pesan seperti email, website, blog, dan media sosial (Hendriana, 2023). Sehingga komunikasi digital dapat dikatakan sebagai medium penyampaian pesan yang memanfaatkan teknologi digital. (Hendriana, 2023) bahkan media sosial memiliki peran dalam membentuk opini publik dan dapat mempengaruhi pengambilan keputusan (Mikhael, 2022). Dinamika interaksi dalam ruang digital menghadirkan tantangan tersendiri, terutama berkenaan dengan etika dan regulasi yang belum sepenuhnya mapan.

#### Teori Netnografi

Teori Netnografi oleh Robert Kozinets menjelaskan bagaimana budaya dan komunitas dapat terbentuk di ruang digital. Dengan adanya komunikasi digital, masyarakat dapat lebih mudah untuk menemukan informasi yang dibutuhkan dan membandingkan berbagai

sumber berita melalui internet (Suryani et al., 2023). Mengutip buku berjudul Monograf netnografi komunikasi : aplikasi pada tiga riset lapangan, gatut priyowidodo ( 2022 ), dimana netnografi adalah suatu riset partisipasi dan observasi secara detail dan mendalam mengenai kehidupan dan kebiasaan individu dan komunitas dalam budaya siber atau jaringan. Secara garis besar, netnografi menerapkan etnografi untuk dapat memahami dan melihat representasi budaya dan komunitas secara online.

### Teori Konstruksi Sosial Makna

Teori konstruksi sosial adalah suatu proses pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu terhadap lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun lingkungan sosial. Di era digital, media digital membawa dampak besar dalam mengkonstruksikan sebuah kenyataan sosial (Arianto, 2021). Didalam konstruksi sosial bagaimana makna dibentuk didalam ruang diskusi digital. Teknologi digital menyediakan ruang bagi individu untuk saling bertukar informasi dan pengetahuan, sehingga dapat membangun pemahaman bersama mengenai realitas di sekeliling mereka meskipun sebelumnya tidak pernah bertemu secara fisik (Putri & Sulaeman, 2022). Sehingga framing dan interpretasi didalam ruang digital berperan penting dalam pembentukan makna dan realitas di masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pola Interaksi Pengguna Media Sosial

Dalam penelitian ini ditemukan 70,6 ribu postingan terkait hastag #KaburAjaDulu deplatform Instagram.



Gambar 1. Mesin pencarian instagram terkait total postingan yang menggunakan hastag #kaburajadulu

Dimana beberapa postingan peneliti melihat Tingkat engagement yang cukup tinggi yaitu jumlah tayangan di atas 1 juta seperti akun milik satitiheni dan irwanprasetiyo.



Gambar 2. Akun Instagram satitiheni dengan caption “ kita tahu kemana uang hasil tambang itu !!”

- Akun Instagram satitiheni
  - Like : 59,5 ribu
  - Komentar : 4.798
  - Repost : 10 ribu
  - Isi konten : Membahas sumber daya alam Indonesia yang sangat melimpah terutama dalam sektor pertambangan, namun rakyat tetap menderita karena dianggap “ dijajah “ oleh system yang ada.



Gambar 3. Ekspresi komentar di ruang digital instagram.

Komentar dengan like terbanyak sejumlah 4522 komentar ke akun zelfin481 dengan kalimat " *asli dijajah negara sendiri..rakyat menderita. Memalukan!!*" kalimat tersebut merupakan bentuk ekspresi ketidakpuasan yang diungkapkan di ruang digital. Dimana komentar ini menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya sekedar mengomentai realitas yang dirasakan, namun juga membangun dan telah membentuk makna baru terhadap situasi sosial. Sehingga komentar tersebut telah membangun keterlibatan warganet sehingga telah memiliki potensi untuk mendapatkan banyak reaksi seperti 4522 simbol like Akun Instagram Irwanprasetiyo ( Kolaborasi dengan budhal.id )



Gambar 4. Akun Instagram satitiheni dengan caption tentang cewek lulusan cumlaude di UGM

- Like : 79,5 ribu
- Komentar : 1.546
- Repost : 32,4 ribu
- Isi konten : Berbicara tentang kisah seorang lulusan cumlaude dari kampus UGM yang memilih bekerja sebagai kebersihan di Australia dengan gaji lebih tinggi dibandingkan di negaranya sendiri. Sehingga hal ini memicu respon dari akun yang sudah centang biru yaitu patriciagow, Dimana dia juga pernah bekerja diluar negeri dengan pendapatan yang lebih besar.

Fenomena ini menunjukkan adanya kecenderungan pengguna media sosial untuk terlibat secara aktif dengan konten-konten yang mengangkat isu-isu sosial dan ekonomi yang sedang dialami masyarakat Indonesia. Berdasarkan teori komunikasi digital bahwa menunjukkan dinamika interaksi yang terjadi di media sosial, khususnya Instagram, dapat mencerminkan isu-isu yang sedang menjadi perhatian publik (Wiguna et al., 2023). Hashtag berfungsi sebagai pemicu sebuah pesan yang dapat merespon suatu fenomena dan menarik perhatian pengguna lainnya (Azizah, 2020) (Rachmawaty, 2021). Sehingga ada 3 model pengguna yang peneliti temukan yaitu :

1. Pengguna Pasif: Memberikan like dan share tanpa ikut dalam diskusi.
2. Pengguna Aktif: Berpartisipasi dalam komentar dan membuat unggahan terkait.
3. Influencer & Media: Membantu memperluas cakupan narasi dengan membangun opini publik.

Konstruksi Makna Hashtag #KaburAjaDulu Berdasarkan teori Konstruksi Sosial Makna, makna dari hashtag #KaburAjaDulu dibentuk melalui interpretasi kolektif pengguna media digital khususnya media sosial. Sehingga ini memicu diskusi serius lebih lanjut terkait isu – isu yang sedang gada ditengah Masyarakat. Beberapa konstruksi utama yang ditemukan dalam penelitian ini meliputi:

- Ekspresi Ketidakpuasan Sosial: Hashtag #kaburajadulu ini digunakan untuk menyuarakan frustrasi terhadap kondisi sosial dan ekonomi di Indonesia. Seperti halnya komentar patriciagow yang menceritakan bahwa pernah bekerja diluar negeri dengan gaji lebih tinggi ketimbang dinegaranya sendiri.



Gambar 5. Komentar dari akun instagram yang telah bercentang biru.

Patriciagouw memiliki akun centang biru yang pasti sudah kredibel sebagai pengguna instagram. Dia berkomentar " *aku jg dulu kerja jd waitress krn gaji nya jauh lebih besar & pasti dari pada jd model or kerja kantor di Indonesia* ". Sebagai pengguna dengan akun centang biru yang sudah pasti terverifikasi oleh instagram, akun tersebut memiliki kredibilitas tinggi yang mampu memiliki daya sebar luas di ruang digital. Komentar ini menggambarkan sebuah pengalaman individu yang dapat berkembang menjadi relaitas sosial yang akan semakin meluas. Patricia membagikan pengalaman bekerja diluar negeri, hal ini menciptakan narasi bahwa bekerja diluar negeri tidak hanya sekedar pilihan namun memiliki sebuah peluang yang lebih menjanjikan secara ekonomi. Sehingga komentar patricia tidak hanya sekedar opini pribadi, tetapi juga menjadi bagian dari konstruksi makna yang memperkuat tren bekerja diluar negeri ketimbang bekerja didalam negeri.

- Ajakan untuk Mencari Peluang di Luar Negeri: Banyak pengguna yang menggunakannya dalam konteks migrasi tenaga kerja untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik. Konten yang disajikan oleh irwanprasetyo tentang lulusan UGM yang bekerja di Australia meskipun di cleaning service, ini menceritakan betapa diharganya bekerja diluar negeri meskipun di anggap cleaning service adalah pekerja kelas bawah. Namun dia menanggapi dari pada di Indonesia yang bekerja sekian lama tidak memiliki Tabungan, lebih baik diluar negeri dengan pekerjaan biasa namun memiliki Tabungan.
- Sarkasme terhadap Realitas Sosial: penggunaan hastag #KaburAjaDulu yang terjadi diberbagia unggahan di media sosial tidak hanya bertujuan untuk ekspresi ketidakpuasaan sosial tetapi juga menunjukkan adanya budaya parodi dan kritik sosial yang berkembang secara digital. menurut Miller et al. media sosial dapat menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, dimana interaksi yang terjadi di dalamnya bukan lagi sebagai ruang terpisah (Akmal, 2021). Fenomena ini tampak terlihat banyak konten yang mengangkat realitas sosial kemudian menjadi wacana publik, misalnya konten terkait ketimpangan ekonomi, susah mendapat pekerjaan, mahalnya biaya hidup, hingga kritik terhadap kebijakan pemerintah (Akmal, 2021). Meskipun konten-konten tersebut mengandung unsur humor dan parodi, namun pada dasarnya merepresentasikan keluhan dan keprihatinan masyarakat terhadap kondisi sosial yang ada. (Zonyfar et al., 2022) (Mikhael, 2022). Dalam perspektif komunikasi digital, penggunaan sarkasme dalam media digital menjadi sebuah komunikasi efektif untuk dapat menarik perhatian warganet diruang digital. Karena situasi tersebut dapat membantu masyarakat untuk dapat terlibat dalam pembahasan isu sosial yang sedang

ramai dibicarakan. Sehingga dalam konstruksi sosial makna, publik telah menggunakan simbol dan bahasa terhadap fenomena yang terjadi dalam ruang interaksi digital

#### Implikasi terhadap Komunikasi Digital

Peran hastag menjadi bagian penting dalam fasilitas sosial media yang ada. Dalam konteks budaya, penggunaan hastag dapat membantu membangun wacana publik yang lebih luas dan terbuka (Carlino et al., 2020). Hastag seperti #KaburAjaDulu menjadi alat efektif bagi masyarakat dalam menyampaikan pesan kritik terhadap isu sosial. Sehingga isu menjadi bagian yang dapat diperhatikan khusus oleh masyarakat. Apalagi isu tersebut mendapat engagement tinggi yang dimana cenderung didiskusikan di ruang digital. Secara tidak sadar media digital yang digunakan telah menjadi arena utama dalam membentuk opini publik dan akan berpotensi dalam mempengaruhi sikap publik menyikapi terhadap suatu isu. Peran influencer yang memiliki pengikut banyak juga memiliki pengaruh cukup besar terhadap isu yang dibahas melalui hastag. Saat konten yang diunggah menggunakan #KaburAjaDulu, ini tidak hanya sekedar kata yang diunggah namun juga membentuk tren dalam ekosistem digital yang menarik publik khususnya pengikutnya untuk diajak diskusi lebih dalam.

#### SIMPULAN

Fenomena #KaburAjaDulu menunjukkan adanya kecenderungan pengguna media sosial untuk terlibat secara aktif dengan konten-konten yang mengangkat isu-isu sosial dan ekonomi yang sedang dialami masyarakat Indonesia. Karena Hastag berfungsi sebagai pemicu sebuah pesan yang dapat merespon suatu fenomena dan menarik perhatian pengguna lainnya. Berdasarkan teori Konstruksi Sosial Makna, makna dari hashtag #KaburAjaDulu dibentuk melalui interpretasi kolektif pengguna media sosial. Sehingga ini memicu diskusi serius lebih lanjut terkait isu – isu yang sedang ada ditengah Masyarakat. Hastag seperti #KaburAjaDulu menjadi alat efektif bagi masyarakat dalam menyampaikan pesan kritik terhadap isu sosial. Sehingga isu menjadi bagian yang dapat diperhatikan khusus oleh masyarakat pengguna media digital khususnya sosial media. Apalagi isu tersebut mendapat engagement tinggi yang dimana cenderung didiskusikan di ruang digital yang tidak ada batas ruang dan waktu. Secara tidak sadar media digital yang digunakan telah menjadi arena utama dalam membentuk opini publik dan akan berpotensi dalam mempengaruhi sikap publik menyikapi terhadap sebuah isu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. In Titian Jurnal Ilmu Humaniora (Vol. 5, Issue 2). <https://doi.org/10.22437/titian.v5i2.15309>
- Hendriana, D. (2023). PERAN ILMU PENGETAHUAN DAN PENGARUH KEMAJUAN TEKNOLOGI
- Akmal, I. (2021). ANALISIS KASUS MANAJEMEN KOMUNIKASI KRISIS: SERANGAN WARGANET ATAS PENYELENGGARAAN HARD ROCK FM FASHION ROCKS 2020 DI DALAM MRT JAKARTA. In JURNAL KOMUNIKATIO (Vol. 7, Issue 2, p. 69). <https://doi.org/10.30997/jk.v7i2.4271>
- Azizah, N. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WAROENG SS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM. In JRK (Jurnal Riset Komunikasi) (Vol. 11, Issue 1). <https://doi.org/10.31506/jrk.v11i1.8434>
- Bangun, M. A., Nasution, M. F. A., Sinaga, N. R., Sastra, S. F. D., & Khairani, W. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Bahasa Indonesia di Era Globalisasi. In Jurnal Bahasa Daerah Indonesia. (Vol. 1, Issue 3, p. 9). <https://doi.org/10.47134/jbdi.v1i3.2646>
- Carlino, C., Nolano, G., Buono, M. P. di, & Monti, J. (2020). LaCulturaNonSiFerma - Report su uso e la diffusione degli hashtag delle istituzioni culturali italiane durante il periodo di lockdown. In arXiv (Cornell University). Cornell University. <http://arxiv.org/pdf/2005.10527.pdf>
- Hussin, S. H., & Bakar, N. H. A. (2023). Motivasi dan Penggunaan Facebook, Instagram, Twitter dan TikTok dalam Kalangan Pelajar Universiti Malaysia Sarawak (UNIMAS). In Trends in Undergraduate Research (Vol. 6, Issue 1). UNIMAS Publisher. <https://doi.org/10.33736/tur.5506.2023>
- Lestari, N., & Qadri, A. (2021). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN POLIBATAM PRESS. In JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION (Vol. 5, Issue 2, p. 152). Politeknik Negeri Batam. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.3219>
- Mercius, M., & Utami, L. S. S. (2023). Pengaruh Konten Instagram @ridistaonline terhadap Minat Beli Konsumen. In Kiwari (Vol. 2, Issue 1, p. 83). <https://doi.org/10.24912/ki.v2i1.23058>
- Mikhael, L. (2022). Sosialisasi Pemahaman Larangan Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik Serta Etika Penggunaan Media Sosial Pada Remaja. In AIWADTHU Jurnal Pengabdian Hukum (Vol. 2, Issue 2, p. 50). <https://doi.org/10.47268/aiwadthu.v2i2.940>

- Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Coffe Shop pada Kedai Kopi Anaqi Di Kabupaten Subang. In J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains) (Vol. 7, Issue 2, p. 906). <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- Ramadhan, F. (2020). Pemanfaatan Analisis Jaringan Sosial Dalam Penentuan Centrality Dalam Pengembangan Web Berita Online. In Journal of Computer and Information Systems Ampera (Vol. 1, Issue 3, p. 157). <https://doi.org/10.51519/journalcisa.v1i3.43>
- Rachmawaty, A. (2021). Strategi Marketing Menggunakan Instagram. In ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal) (Vol. 7, Issue 1, p. 39). <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.565>
- Setiawan, D. (2018). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya. In JURNAL SIMBOLIKA Research and Learning in Communication Study (Vol. 4, Issue 1, p. 62). <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1474>
- Suryani, N., Yusnaeni, W., & Basri, H. (2023). Pelatihan Desain Presentasi Dengan Canva Pada DKM Darul Hikmah Depok. In Jurnal Aruna Mengabdikan (Vol. 1, Issue 1, p. 1). <https://doi.org/10.61398/armi.v1i1>.
- Wiguna, C., Mulyana, S., & Wardoyo, R. (2023). Selection of TikTok Content Based on User Engagement Criteria Using the Analytic Hierarchy Process. In JUITA Jurnal Informatika (Vol. 11, Issue 1, p. 125). Muhammadiyah University Purwokerto. <https://doi.org/10.30595/juita.v11i1.16314>
- Zonyfar, C., Maharina, M., Sihabudin, S., & Ahmad, K. (2022). LITERASI DIGITAL: PENGUATAN ETIKA DAN INTERAKSI SISWA DI MEDIA SOSIAL. In JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri) (Vol. 6, Issue 2, p. 1426). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7274>