



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No.4 (2025) pp: 3024-3032

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Konten dengan Hashtag #Kaburajadulu terhadap Minat Migrasi Mahasiswa Komunikasi SV IPB ke Luar Negeri

Quenny Zada Amatillah, Enden Darjatul Ulya, David Rizar Nugroho, Molyono

Program Studi Komunikasi Digital dan Media Fakultas Sekolah Vokasi, IPB University

quennyzada@apps.ipb.ac.id, davidrizarnugroho@unpak.ac.id, endenulya@gmail.com, mulyono@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh paparan konten media sosial dengan hashtag #KaburAjaDulu terhadap minat migrasi mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 60 di Sekolah Vokasi IPB University. Fenomena ini muncul seiring perkembangan pesat teknologi digital yang mengubah cara generasi muda membentuk persepsi dan aspirasi melalui konsumsi informasi daring. Hashtag #KaburAjaDulu, yang awalnya muncul sebagai ekspresi satire terhadap situasi sosial-ekonomi dalam negeri, kemudian berkembang menjadi wacana publik yang merepresentasikan aspirasi mobilitas global. Konten yang memuat narasi diaspora, pengalaman studi dan kerja luar negeri, serta representasi keberhasilan hidup di negara lain berpotensi memengaruhi cara mahasiswa memandang peluang migrasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei korelasional terhadap 106 mahasiswa aktif. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert digunakan untuk mengukur intensitas paparan, tingkat keterlibatan (engagement), serta kecenderungan minat migrasi. Hasil analisis data menunjukkan bahwa paparan dan interaksi mahasiswa dengan konten #KaburAjaDulu berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat migrasi. Sebanyak 72,4% variasi minat migrasi dapat dijelaskan oleh intensitas paparan dan tingkat keterlibatan terhadap konten tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kondisi ekonomi, peluang karier, atau pengalaman pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial melalui mekanisme digital witnessing dan kekuatan viralitas hashtag berperan sebagai katalis dalam membentuk aspirasi mobilitas global generasi muda. Secara praktis, hasil penelitian ini penting bagi pengembangan kebijakan literasi digital, peningkatan kualitas informasi migrasi, serta strategi pengelolaan talenta nasional untuk merespons dinamika aspirasi migrasi di era digital.

Kata kunci: Hashtag #KaburAjaDulu, Paparan Konten Media Sosial, Minat Migrasi Mahasiswa, Digital Witnessing, Komunikasi Digital

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam lima tahun terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam cara generasi muda berkomunikasi, mengakses informasi, dan membentuk aspirasi masa depan. Media sosial seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan X telah berkembang menjadi ruang publik baru yang memungkinkan pengguna untuk tidak hanya berbagi konten, tetapi juga memproduksi wacana, memperluas jaringan sosial, serta mempengaruhi cara pandang terhadap isu-isu global. Transformasi digital ini menjadikan media sosial memiliki peranan penting dalam membentuk konstruksi sosial mengenai mobilitas internasional, peluang karier, dan perbandingan kualitas hidup antarnegara. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa paparan informasi global melalui media sosial mampu memengaruhi persepsi generasi muda terhadap kualitas hidup di luar negeri, sehingga mendorong tumbuhnya aspirasi untuk bermigrasi (Cho & Lee, 2021; Jayawardena & Perera, 2023). Dalam konteks Indonesia, peranan media sosial semakin signifikan karena tingginya intensitas penggunaan platform digital dan kemudahan akses terhadap konten global yang bersifat persuasif, aspiratif, maupun kritis terhadap kondisi dalam negeri.

Fenomena ini tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial-ekonomi di Indonesia yang sering kali menjadi bahan perbincangan publik di ruang digital. Kenaikan biaya hidup, ketidakpastian pasar kerja, ketimpangan akses pekerjaan layak, serta lambannya mobilitas sosial menjadi isu yang kerap memicu diskusi, komentar satire, hingga gerakan simbolik di media sosial. Dalam lingkungan digital yang sangat interaktif, aspirasi dan keresahan

Pengaruh Konten dengan Hashtag #Kaburajadulu terhadap Minat Migrasi Mahasiswa Komunikasi SV IPB ke Luar Negeri

generasi muda mudah terbentuk melalui paparan narasi, representasi visual, dan user-generated content. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi cara generasi muda mendefinisikan peluang dan risiko masa depan, termasuk keputusan untuk mempertimbangkan migrasi internasional sebagai salah satu strategi peningkatan kualitas hidup. Salah satu fenomena digital yang paling menonjol dalam kurun 2023–2025 adalah viralnya hashtag #KaburAjaDulu.

Tagar ini muncul sebagai bentuk ekspresi kreatif dan satire terhadap situasi dalam negeri, tetapi kemudian berkembang menjadi simbol wacana migrasi dan mobilitas global. Hashtag tersebut banyak digunakan untuk mengomentari berbagai isu mulai dari keluhan terhadap sistem pendidikan dan ketenagakerjaan hingga refleksi mengenai kesempatan hidup di luar negeri. Konten yang menggunakan tagar #KaburAjaDulu sering kali menampilkan kisah diaspora Indonesia, perjalanan studi internasional, peluang kerja, hingga representasi gaya hidup yang dianggap lebih stabil atau menjanjikan di negara lain. Dalam kerangka digital witnessing, generasi muda dapat menyaksikan secara langsung narasi keberhasilan migrasi melalui story, vlog, atau konten informasi yang dibagikan oleh individu yang telah lebih dahulu mengalami mobilitas internasional (Rahman & Nugroho, 2022; Putri & Hassan, 2024). Paparan tersebut turut mempengaruhi imajinasi sosial mengenai kehidupan global, memunculkan harapan baru, dan terkadang menciptakan persepsi idealistik yang belum tentu sepenuhnya merefleksikan realitas.

Fenomena ini menjadi semakin penting untuk dikaji mengingat adanya kecenderungan peningkatan migrasi tenaga terampil muda dari Indonesia. Laporan The Global Economy (2024) menunjukkan bahwa Indonesia berada pada peringkat 88 dalam indeks Human Flight and Brain Drain, yang mengindikasikan adanya dorongan mobilitas keluar yang cukup kuat di kalangan masyarakat produktif. Selain itu, data Kemenkumham mencatat ribuan WNI yang berpindah kewarganegaraan selama 2019–2023, menunjukkan bahwa migrasi bukan hanya sekadar wacana atau minat, tetapi telah termanifestasi dalam keputusan konkret. Peningkatan tren ini memperlihatkan adanya kebutuhan serius untuk memahami faktor-faktor yang mendorong generasi muda mempertimbangkan mobilitas global, termasuk pengaruh paparan konten digital yang semakin intens.

Meski tren migrasi global meningkat, kajian empiris mengenai keterkaitan antara paparan konten media sosial viral dan terbentuknya minat migrasi generasi muda di Indonesia masih sangat terbatas. Kebanyakan penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti faktor ekonomi, sosial, keluarga, atau pendidikan sebagai pendorong minat migrasi, sementara aspek pengaruh media sosial khususnya fenomena viral seperti #KaburAjaDulu belum banyak diteliti secara mendalam. Kondisi ini menciptakan research gap penting, terutama dalam konteks kelompok digital native yang kehidupannya sangat dipengaruhi oleh lingkungan digital. Pemahaman terhadap bagaimana konten viral membentuk frame berpikir, aspirasi, dan preferensi mobilitas menjadi sangat relevan dalam era ketika media sosial berfungsi bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas dan orientasi masa depan.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 60 dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka merupakan representasi kelompok muda yang memiliki literasi digital tinggi, intensif dalam mengonsumsi konten global, dan berada pada fase kehidupan yang sangat berkaitan dengan pencarian peluang karier serta pembentukan orientasi masa depan. Keterlibatan mereka dalam media sosial membuat kelompok ini sangat rentan terhadap pengaruh narasi digital, termasuk narasi mengenai migrasi internasional. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis pengaruh paparan konten bertagar #KaburAjaDulu terhadap minat migrasi mahasiswa, dengan harapan dapat memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana media sosial membentuk aspirasi mobilitas global generasi muda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam literatur komunikasi digital dan studi migrasi generasi muda. Selain itu, temuan penelitian ini juga berpotensi menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, institusi pendidikan, dan lembaga pengelola talenta nasional dalam merumuskan strategi peningkatan literasi digital, penyediaan informasi migrasi yang lebih objektif, serta penguatan peluang karier di dalam negeri sebagai upaya menanggapi dinamika aspirasi mobilitas global di era digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei korelasional untuk menganalisis pengaruh paparan konten media sosial bertagar #KaburAjaDulu terhadap minat migrasi mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 60 IPB University. Desain ini dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara empiris dalam konteks populasi digital native yang aktif menggunakan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring yang

disusun berdasarkan teori Stimulus–Organism–Response (SOR) dan temuan penelitian terdahulu mengenai paparan konten, engagement media sosial, serta preferensi migrasi generasi muda. Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen diuji coba pada 30 mahasiswa untuk menilai kejelasan item dan performa statistiknya. Seluruh item dinyatakan valid melalui uji korelasi Pearson serta reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga layak digunakan untuk pengumpulan data. Populasi penelitian mencakup 326 mahasiswa aktif, dan penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 8%, menghasilkan 106 responden. Teknik *simple random sampling* dipilih untuk memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi serta meminimalkan bias seleksi.

Pengumpulan data dilaksanakan selama dua minggu pada Oktober 2025, bertepatan dengan puncak viralitas tagar #KaburAjaDulu di TikTok dan X. Kuesioner mencakup informasi demografis, tingkat paparan konten, serta minat migrasi. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, laporan lembaga resmi, dan publikasi digital yang relevan. Pendekatan ini menghasilkan data yang komprehensif dan kontekstual untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan teknik statistik inferensial.

Definisi Operasional Variabel

1. Paparan konten KaburAjaDulu dioperasionalisasi dengan indicator
2. Frekuensi konsumsi (jumlah paparan per minggu),
3. Durasi paparan,
4. Tingkat keterlibatan digital (like, komentar, share),
5. Ragam media sosial yang digunakan.

Minat migrasi diukur melalui indikator:

1. Kesadaran peluang migrasi,
2. Ketertarikan dan niat berpindah ke luar negeri,
3. Intensitas pencarian informasi migrasi,
4. Partisipasi pada event migrasi daring/webinar.

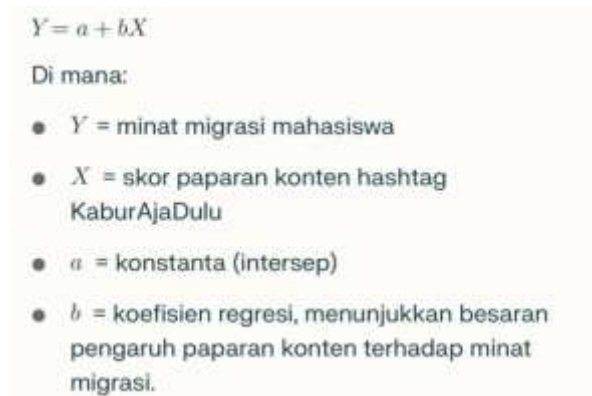
Setiap indikator dinilai menggunakan skala Likert 1–5 untuk memudahkan analisis statistik dan kategori deskriptif.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen, Instrumen kuesioner diuji validitas dengan korelasi Pearson Product Moment dan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ dan reliabel jika alpha minimal 0,60. Seluruh uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada data try out sebelum instrumen diimplementasikan secara penuh dalam penelitian utama.[amazonaws]

Teknik Analisis Data. Analisis data dilakukan secara berjenjang:

1. Statistik deskriptif untuk identifikasi karakteristik responden dan distribusi data
2. Uji normalitas dan homoskedastisitas untuk memastikan kelayakan analisis lanjutan
3. Uji korelasi Pearson untuk menguji besaran hubungan antar variable
4. Analisis regresi linear sederhana sebagai teknik utama untuk mengukur pengaruh paparan konten hashtag KaburAjaDulu terhadap minat migrasi mahasiswa.

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas (X: paparan konten) memengaruhi variabel terikat (Y: minat migrasi). Model regresi yang digunakan adalah:



$$Y = a + bX$$

Di mana:

- Y = minat migrasi mahasiswa
- X = skor paparan konten hashtag KaburAjaDulu
- a = konstanta (intersep)
- b = koefisien regresi, menunjukkan besaran pengaruh paparan konten terhadap minat migrasi.

Gambar 1. Penjelasan Rumus Uji Regresi

Sebelum uji regresi, dilakukan pemeriksaan asumsi normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas. Penafsiran hasil mencakup nilai koefisien determinasi (R^2), signifikansi statistik (p -value $< 0,05$), dan pengujian koefisien menggunakan statistik t . Hasil uji t dan R^2 dijadikan dasar kesimpulan tentang pengaruh nyata dan signifikan paparan konten digital terhadap minat migrasi mahasiswa selama periode penelitian.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat paparan mahasiswa terhadap konten dengan hashtag #KaburAjaDulu berada pada kategori sangat tinggi. Mayoritas responden melaporkan sering menemukan dan berinteraksi dengan konten tersebut di berbagai platform, terutama TikTok dan X, yang menjadi saluran utama penyebaran isu migrasi di kalangan generasi muda. Intensitas paparan yang tinggi ini tidak hanya mencerminkan frekuensi kemunculan hashtag, tetapi juga keterlibatan mahasiswa dalam bentuk aktivitas digital seperti membaca komentar, menyukai unggahan, hingga berdiskusi mengenai narasi yang disampaikan dalam konten. Kondisi ini menandakan bahwa hashtag #KaburAjaDulu telah menjadi wacana publik yang relevan dan direspons aktif oleh mahasiswa sebagai bagian dari dinamika media sosial kontemporer.

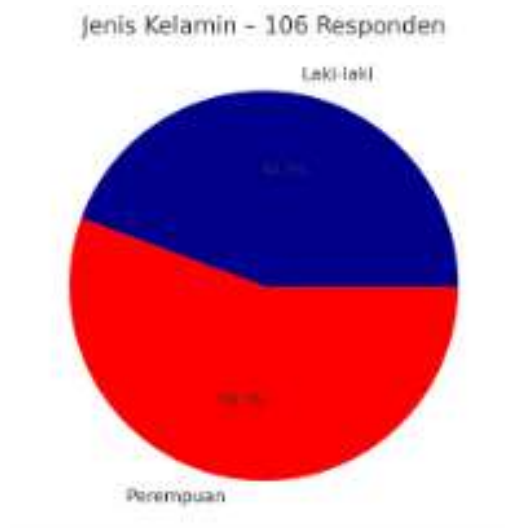
Analisis deskriptif pada variabel minat migrasi memperlihatkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan yang sangat kuat untuk mempertimbangkan peluang belajar, bekerja, atau tinggal di luar negeri. Kesadaran terhadap peluang global, ketertarikan untuk berpindah, serta intensi mencari informasi mengenai migrasi terlihat dari tingginya partisipasi mahasiswa dalam webinar, pelatihan, dan aktivitas digital yang membahas migrasi internasional. Hasil ini menunjukkan bahwa eksposur terhadap narasi diaspora dan representasi kehidupan luar negeri telah membentuk sikap positif mahasiswa terhadap peluang migrasi. Selain itu, akses informasi melalui media sosial turut memperkuat persepsi bahwa migrasi merupakan pilihan yang realistis dan dapat ditempuh oleh generasi muda dengan literasi digital yang baik. Pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memenuhi seluruh persyaratan statistik. Distribusi residual bersifat normal, hubungan antara variabel paparan konten dan minat migrasi bersifat linear, serta tidak ditemukan indikasi heteroskedastisitas. Hal ini menandakan bahwa model regresi yang dihasilkan valid untuk mengukur pengaruh paparan konten terhadap minat migrasi. Secara empiris, hasil regresi membuktikan adanya pengaruh signifikan paparan konten #KaburAjaDulu terhadap minat migrasi mahasiswa. Semakin besar intensitas mahasiswa terpapar konten terkait hashtag tersebut, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mempertimbangkan migrasi ke luar negeri.

Temuan ini sejalan dengan teori Stimulus–Organism–Response (SOR), di mana konten media sosial berperan sebagai stimulus yang memengaruhi proses internal individu melalui pembentukan persepsi, emosi, dan interpretasi sosial sebelum menghasilkan respons berupa niat migrasi. Konten dengan visualisasi kehidupan diaspora, informasi kesempatan global, dan kritik terhadap kondisi sosial-ekonomi dalam negeri menciptakan stimulus yang kuat bagi mahasiswa untuk membayangkan realitas alternatif di luar negeri. Pada tahap *organism*, mahasiswa menyerap informasi tersebut secara kognitif dan afektif hingga membentuk sikap, norma subjektif, dan persepsi kemampuan diri untuk bermigrasi. Tahap *response* kemudian diwujudkan dalam bentuk intensi yang terlihat dari pencarian informasi, keterlibatan dalam kegiatan migrasi, dan rencana konkret untuk belajar atau bekerja di luar negeri. Selain mendukung teori SOR, hasil penelitian ini konsisten dengan teori Planned Behavior (TPB), khususnya pada tiga komponen utama: sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Sikap positif terhadap kehidupan luar negeri diperkuat oleh konten media sosial yang menampilkan

narasi kesuksesan diaspora. Norma subjektif terbentuk melalui aktivitas diskursif di media sosial yang membuat migrasi tampak sebagai pilihan yang diterima dan didukung oleh komunitas digital. Sementara itu, *perceived behavioral control* meningkat seiring akses informasi, tips, dan panduan migrasi yang mudah ditemukan dalam konten-konten tersebut. Ketiga komponen ini terbukti mendorong mahasiswa untuk semakin mempertimbangkan migrasi sebagai pilihan masa depan.

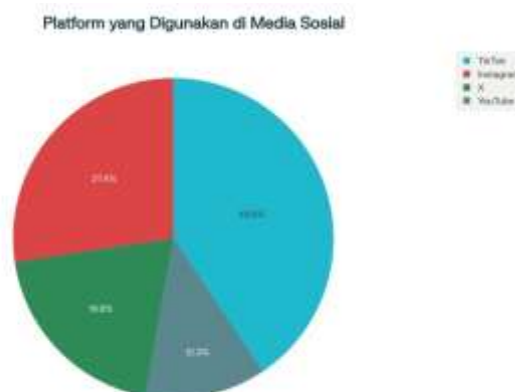
Karakteristik Responden

Sampel penelitian ini terdiri dari 106 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 60 IPB University. Berdasarkan data yang terkumpul, proporsi jenis kelamin responden terbagi menjadi dua kelompok, yaitu laki-laki sebanyak 44,3% dan perempuan sebanyak 55,7% .



Gambar Jenis Kelamin Responden
Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

Dari gambar diatas ini terdiri dari 47 responden laki-laki (44,3%) dan 59 responden perempuan (55,7%) dari total 106 responden. Penyajian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan. Proporsi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian adalah perempuan, yang mencerminkan partisipasi aktif mereka dalam penelitian ini. Pengelompokan jenis kelamin ini penting dilakukan untuk menganalisis perbedaan sikap, motivasi, dan perilaku migrasi antar gender, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam pada hasil analisis penelitian.



Gambar Karakteristik responden berdasarkan platform yang digunakan
Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan data yang tersaji menggambarkan proporsi penggunaan media sosial dari 106 responden yang terdiri dari TikTok, Instagram, X, dan YouTube. Hasilnya menunjukkan bahwa TikTok menjadi platform yang paling banyak digunakan, yaitu oleh 43 responden atau sekitar 40,6% dari total sampel. Instagram berada di posisi kedua dengan 29 responden atau sekitar 27,4%, menunjukkan bahwa platform ini tetap populer namun tidak sebanyak TikTok. Selanjutnya, X digunakan oleh 21 responden atau sekitar 19,8%, menandakan bahwa platform ini masih memiliki pengguna yang cukup signifikan meskipun tidak sebesar dua platform sebelumnya. Sementara itu, YouTube menjadi platform dengan jumlah pengguna paling sedikit dalam sampel ini, yaitu 13 responden atau sekitar 12,3%. Secara keseluruhan, diagram ini memperlihatkan bahwa TikTok mendominasi penggunaan media sosial pada kelompok responden ini, diikuti oleh Instagram, X, dan terakhir YouTube.

Minat Migrasi Mahasiswa Komunikasi SV IPB

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Minat Migrasi Mahasiswa (Y) menunjukkan kecenderungan yang sangat tinggi pada seluruh indikator yang diukur. Variabel ini terdiri dari empat indikator utama, yaitu kesadaran terhadap peluang luar negeri (Y1), ketertarikan untuk pindah (Y2), intensi mencari informasi/langkah nyata (Y3), dan partisipasi dalam webinar atau pelatihan migrasi (Y4). Secara umum, seluruh indikator berada pada kategori sangat tinggi, yang menandakan bahwa mahasiswa memiliki aspirasi dan kesiapan yang kuat untuk bermigrasi ke luar negeri, baik untuk studi, pekerjaan, maupun tujuan hidup lainnya.

Indikator pertama, Kesadaran terhadap Peluang Luar Negeri (Y1), menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,43, termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kesadaran yang luas mengenai peluang-peluang global seperti beasiswa, peluang kerja, serta kesempatan studi internasional. Akses informasi yang mudah melalui media sosial serta paparan konten #KaburAjaDulu tampak memperkuat pengetahuan mahasiswa terhadap berbagai skenario kehidupan di luar negeri. Data distribusi pada indikator ini menunjukkan kecenderungan respon “setuju” dan “sangat setuju” yang mendominasi seluruh item pertanyaan, menandakan pemahaman yang kuat dan minat awal yang positif terhadap peluang global tersebut.

Indikator kedua, Ketertarikan untuk Pindah (Y2), juga mencatat hasil yang sangat tinggi, yaitu dengan nilai rata-rata 4,51. Angka ini merupakan salah satu yang tertinggi pada variabel Y, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki pengetahuan tentang peluang luar negeri, tetapi juga memiliki ketertarikan emosional yang kuat terhadap ide migrasi. Ketertarikan ini berkaitan langsung dengan bagaimana konten-konten #KaburAjaDulu menggambarkan kehidupan di luar negeri secara positif, aspiratif, dan sering kali estetik, sehingga menciptakan persepsi bahwa migrasi merupakan jalan menuju kualitas hidup yang lebih baik. Fenomena ini sejalan dengan temuan teori Planned Behavior, khususnya pada komponen attitude toward behavior, yang menekankan bahwa sikap positif terhadap suatu tindakan dalam hal ini migrasi akan memperkuat niat individu untuk mewujudkannya.

Indikator ketiga, yaitu Intensi Mencari Informasi dan Langkah Nyata (Y3), menunjukkan nilai rata-rata 4,32, yang kembali menempatkannya pada kategori sangat tinggi. Data ini menegaskan bahwa minat migrasi mahasiswa tidak hanya bersifat pasif atau sekadar ketertarikan, tetapi telah bergerak menuju bentuk yang lebih konkret. Banyak mahasiswa mulai mencari informasi lebih lanjut mengenai negara tujuan, persyaratan beasiswa, lowongan pekerjaan internasional, hingga mengikuti perkembangan komunitas diaspora Indonesia di luar negeri. Sebagian responden juga terindikasi telah mengambil langkah awal seperti menyiapkan dokumen, mencari mentor migrasi, dan berkonsultasi mengenai prosedur studi atau kerja di luar negeri. Data frekuensi pada sub-indikator menunjukkan bahwa respons “setuju” dan “sangat setuju” mendominasi seluruh item Y3.

Indikator keempat, Partisipasi dalam Webinar/Pelatihan Migrasi (Y4), memperoleh nilai rata-rata 4,24 dan juga berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menampakkan minat melalui pencarian informasi, tetapi juga mulai berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan yang berorientasi pada migrasi. Kegiatan seperti webinar, workshop, atau kelas persiapan migrasi menjadi ruang bagi mahasiswa untuk memperluas pengetahuan sekaligus memvalidasi kesiapan mental dan administratif mereka. Tingginya nilai ini memperlihatkan bahwa minat migrasi mahasiswa telah memasuki dimensi konatif dalam teori Planned Behavior, yaitu intensi perilaku yang berhubungan dengan kesiapan untuk bertindak.

Secara keseluruhan, hasil analisis variabel Y menunjukkan bahwa mahasiswa Komunikasi Digital dan Media SV IPB memiliki minat migrasi yang sangat kuat, baik pada aspek kognitif, afektif, maupun konatif. Temuan ini selaras dengan dinamika era digital, di mana narasi migrasi yang positif, inspiratif, dan viral sangat

memengaruhi persepsi dan keputusan generasi muda. Konten digital seperti #KaburAjaDulu terbukti mampu membentuk sikap, ekspektasi, serta motivasi mahasiswa untuk mempertimbangkan migrasi sebagai pilihan masa depan. Dengan demikian, tingginya minat migrasi ini bukan hanya dipengaruhi oleh kondisi global dan peluang internasional, tetapi juga oleh bentuk konsumsi media sosial yang intens dan emosional.

Tingkat Paparan Konten Hashtag #KaburAjaDulu

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Tingkat Paparan Konten Hashtag #KaburAjaDulu (X) menunjukkan kecenderungan yang sangat tinggi pada sebagian besar indikator yang diukur. Variabel ini terdiri dari empat indikator utama, yaitu frekuensi paparan konten, interaksi atau engagement digital, viralitas dan diskusi hashtag, serta media sosial yang digunakan. Secara keseluruhan, nilai rata-rata variabel ini mencapai 4,29 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat paparan yang kuat terhadap konten bertema #KaburAjaDulu di berbagai platform media sosial, khususnya TikTok dan Instagram. Temuan ini konsisten dengan dominasi penggunaan TikTok sebagai media sosial utama responden, seperti tercatat pada distribusi platform media sosial sebelumnya. TikTok sebagai platform berbasis video pendek menjadi ruang utama penyebaran narasi migrasi, sehingga mendorong frekuensi paparan mahasiswa terhadap konten bermuatan aspirasi kehidupan luar negeri.

Indikator pertama, yaitu frekuensi paparan konten, memperoleh rata-rata 4,37 dan masuk kategori sangat tinggi. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sering terpapar konten dengan hashtag #KaburAjaDulu dalam intensitas yang tinggi. Konten-konten tersebut muncul secara berulang di linimasa mahasiswa, kemungkinan dipengaruhi oleh algoritma platform yang memperkuat visibilitas konten viral. Paparan yang intens ini menjadi stimulus utama dalam proses pembentukan persepsi migrasi mahasiswa, sebagaimana dijelaskan dalam teori S-O-R (Stimulus–Organism–Response) yang digunakan sebagai dasar teori penelitian.

Indikator kedua, interaksi atau engagement digital, juga menunjukkan kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,21. Nilai ini mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak sekadar melihat konten, tetapi juga aktif berinteraksi melalui aktivitas like, comment, share, dan mengikuti percakapan digital terkait hashtag tersebut. Engagement yang tinggi memperlihatkan bahwa konten migrasi yang dikemas secara persuasif dan emosional mendapat perhatian besar dari mahasiswa. Tingginya interaksi juga menunjukkan bahwa audiens mengalami keterlibatan kognitif dan afektif, yang selanjutnya dapat berpengaruh pada perilaku dan niat migrasi itu sendiri.

Selanjutnya, indikator viralitas dan diskusi hashtag memperoleh nilai mean 4,35, termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini menegaskan bahwa #KaburAjaDulu bukan hanya konten biasa, melainkan fenomena viral yang ramai dibicarakan dalam ruang digital mahasiswa. Viralitas yang tinggi menciptakan persepsi bahwa migrasi adalah topik populer dan banyak dipertimbangkan oleh komunitas digital, sehingga memperkuat norma sosial yang terbangun di lingkungan mahasiswa. Diskusi yang aktif di kolom komentar maupun grup percakapan memperluas wacana mengenai peluang kehidupan di luar negeri, memperbanyak eksposur terhadap narasi positif diaspora, dan memicu ketertarikan lebih dalam terhadap migrasi.

Indikator keempat, yaitu media sosial yang digunakan, juga menunjukkan kategori sangat tinggi dengan rata-rata 4,26. Data ini menggambarkan bahwa mahasiswa mengakses hashtag #KaburAjaDulu tidak hanya di satu platform, tetapi di berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, X, dan YouTube. Beragamnya media sosial yang digunakan memperluas jangkauan paparan, memperkuat konsistensi pesan, dan meningkatkan frekuensi pertemuan mahasiswa dengan konten serupa dalam format berbeda—mulai dari video pendek, unggahan foto, narasi utas, hingga vlog perjalanan. Pola ini membuat konten migrasi semakin mudah diterima dan sulit dihindari oleh responden.

Jika dilihat secara keseluruhan, hasil analisis variabel X menunjukkan bahwa paparan konten hashtag #KaburAjaDulu berada pada tingkat yang sangat masif dan memiliki daya jangkauan luas. Seluruh indikator menunjukkan nilai rata-rata tinggi hingga sangat tinggi, memperlihatkan bahwa mahasiswa Komunikasi Digital dan Media angkatan 60 hidup dalam lingkungan digital yang dipenuhi narasi migrasi. Fenomena ini selaras dengan karakteristik generasi muda berliterasi digital tinggi yang cenderung mengonsumsi informasi berbasis visual dan naratif di media sosial. Tingginya paparan ini kemudian menjadi dasar yang logis mengapa minat migrasi mahasiswa juga berada pada tingkat sangat tinggi, sebagaimana ditemukan pada pembahasan variabel Y. Dengan demikian, variabel X memainkan peran penting sebagai stimulus yang mendorong pembentukan persepsi, motivasi, dan aspirasi migrasi mahasiswa.

Pengaruh Tingkat Paparan Konten Hashtag #KaburAjaDulu Terhadap Minat Migrasi Mahasiswa Komunikasi SV IPB

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Tingkat Paparan Konten Hashtag #KaburAjaDulu (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Migrasi Mahasiswa Komunikasi SV IPB (Y). Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi keseluruhan yang berada pada angka $< 0,001$ untuk seluruh indikator Y, baik kesadaran peluang luar negeri, ketertarikan untuk pindah, intensi mencari informasi, maupun partisipasi dalam program persiapan migrasi. Dengan demikian, semakin tinggi paparan mahasiswa terhadap konten #KaburAjaDulu, semakin tinggi pula minat mereka untuk bermigrasi.

Temuan ini memperlihatkan bahwa variabel X berperan sebagai stimulus yang kuat dalam membentuk persepsi, sikap, dan intensi migrasi mahasiswa. Dari hasil uji linearitas, hubungan antara variabel X dan Y juga terbukti linear secara signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai *Linearity* sebesar $F = 59,402$ dengan signifikansi $< 0,001$. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara paparan konten dan minat migrasi bergerak secara konsisten ketika paparan meningkat, minat migrasi juga ikut meningkat. Selain itu, nilai *Deviation from Linearity* sebesar $0,069$ ($> 0,05$) menegaskan bahwa tidak ada penyimpangan berarti dalam pola hubungan tersebut, sehingga regresi linear merupakan model yang tepat untuk mengukur pengaruh X terhadap Y. Temuan yang paling kuat terlihat pada indikator X1, X2, X3, dan X4 yang masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap seluruh aspek Y. Frekuensi paparan (X1) dan interaksi digital (X2) menunjukkan signifikansi $< 0,001$ terhadap semua sub-indikator minat migrasi. Artinya, semakin sering mahasiswa melihat konten #KaburAjaDulu dan semakin aktif mereka terlibat melalui likes, komentar, atau berbagi konten, semakin tinggi minat mereka untuk mempertimbangkan migrasi. Viralitas hashtag (X3) dan ragam media sosial yang digunakan (X4) juga menunjukkan pengaruh signifikan yang sama, mempertegas bahwa persebaran luas konten dan kemunculan dalam berbagai platform digital memperkuat aspirasi migrasi mahasiswa. Secara teoretis, hasil ini mendukung kerangka Stimulus–Organism–Response (S-O-R), di mana paparan konten (Stimulus) memicu proses internal

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh paparan konten media sosial bertagar #KaburAjaDulu terhadap minat migrasi mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media IPB University, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat konsumsi konten migrasi yang sangat tinggi di berbagai platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan X. Konten yang mereka akses umumnya menampilkan narasi kesuksesan diaspora, peluang pendidikan dan pekerjaan internasional, gaya hidup masyarakat global, serta representasi kehidupan luar negeri yang dianggap lebih stabil dan menjanjikan. Paparan ini tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai rujukan utama dalam membentuk persepsi, preferensi, dan aspirasi masa depan mereka. Minat migrasi mahasiswa juga terbukti berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini tercermin dari kesadaran mereka terhadap peluang global, ketertarikan kuat untuk mempertimbangkan perpindahan ke negara lain, serta keterlibatan aktif dalam mencari informasi mengenai beasiswa, pekerjaan, prosedur migrasi, dan berbagai bentuk kegiatan persiapan. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki aspirasi migrasi, tetapi juga mulai memasuki tahap intensi perilaku yang lebih konkret dalam merencanakan mobilitas internasional jangka panjang. Hasil analisis regresi memperlihatkan bahwa paparan konten bertagar #KaburAjaDulu memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan minat migrasi. Temuan ini sejalan dengan kerangka Stimulus–Organism–Response (S-O-R) dan Theory of Planned Behavior (TPB), yang menegaskan bahwa stimulus digital mampu membentuk sikap, persepsi, dan intensi individu terhadap suatu tindakan. Walaupun uji normalitas menunjukkan residual tidak sepenuhnya normal, model regresi tetap dinilai valid mengingat ukuran sampel yang besar serta sifat analisis regresi yang robust terhadap ketidaknormalan data. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial memainkan peran penting sebagai katalis pembentukan motivasi migrasi pada generasi muda. Konten digital tidak hanya mengubah cara mahasiswa memahami dunia global, tetapi juga memengaruhi keputusan strategis terkait masa depan mereka. Temuan ini menjadi dasar penting bagi institusi pendidikan, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan program literasi digital, penyediaan informasi migrasi yang lebih objektif, serta strategi pengembangan talenta nasional untuk menghadapi dinamika mobilitas generasi muda di era digital.

Referensi

1. Astuty, M. E. D., & Misnan, M. (2025). Dampak Minat Generasi Muda dalam #KaburAjaDulu terhadap Tren Migrasi Tenaga Kerja ke Luar Negeri. *Sinora: Jurnal Sosial dan Humaniora*. <https://journal.ajbnews.com/index.php/sinora/article/view/184>
2. Arifin, S. & Mardiasmo, R. (2025). Analisis Sentimen Migrasi Televisi Digital pada Twitter: Studi Peran Hashtag. *Journal of Digital Business and Technology Innovation*, 3(1), 45–62. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/DBESTI/article/download/1756/393/6550>
3. Dedecek Gertz, H. (2023). Migration and education on social media: What migrants discuss about education in Facebook groups. *Frontiers in Sociology*, 8, 1177411.
4. Fadli, R., Utama, S., & Pratama, D. (2023). Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 12(1), 33–45.
5. Gunawan, F. A. (2025). Fenomena #Kaburajadulu Bagi Tenaga Kerja Indonesia di Amerika Serikat dan Generasi Z di Indonesia. *Journal of Community Empowerment and Education*, 5(2). <https://journal.yrpiiku.com/index.php/ceej/article/view/8754>
6. JournalVersa. (2025). #KaburAjaDulu sebagai bentuk kekecewaan anak muda terhadap mahalnya pendidikan dan minimnya peluang kerja di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 7(2). <https://journalversa.com/s/index.php/jhkp/article/view/1124>
7. Mulyana, A., & Djamzuri, M. (2025). Netnografi Hashtag# KaburAjaDulu: Interaksi dan Konstruksi Makna dalam Media Baru. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 1485–1495.
8. Mardiasmo, R., & Arifin, S. (2025). Efek Paparan Tagar #KaburAjaDulu terhadap Intensi Bekerja ke Luar Negeri Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 23(2), 117–136. <https://doi.org/10.31315/jik.v23i2.15683>
9. Koswara, A. (2025). KaburAjaDulu: Analisis fenomena media sosial sebagai tren migrasi digital. *Jiposster: Jurnal Ilmu Politik dan Sosial Terapan*, 1(1). <https://jurnal.polstac.or.id/index.php/jiposster/article/view/18>
10. Priatna, K. (2023). Metodologi penelitian untuk komunikasi digital. Jakarta: Prenada Media
11. R. Hempri. (2025). Netnografi Hashtag #KaburAjaDulu: Interaksi dan Konstruksi Sosial di Media Sosial. *Jurnal Inovasi*. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/18661>
12. Repository Universitas Negeri Jakarta. (n.d.). Pengaruh tren #KaburAjaDulu di media sosial X terhadap minat generasi muda untuk bekerja ke luar negeri. <http://repository.unj.ac.id/56834/>
13. Sarjito, A. (2025). Strategi menahan brain drain: Evaluasi kebijakan pemerintah dalam menyediakan peluang bagi talenta muda. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(3), 399–424. <https://doi.org/10.57248/jishum.v3i3.563>
14. Sari Tarigan, P. (2025). Dampak Krisis Pangan Terhadap Kehidupan Masyarakat di Medan. Lembaga Penelitian Universitas Gunadarma. <https://penelitian.gunadarma.ac.id/storage/dokumen/penelitian/1751942172.pdf>
15. Zuraida. (2021). Comparing the effectiveness of hashtags in digital social movements. *Channel Journal*, 22, 15–29.