



Gema Suara Rakyat dalam Media Sosial (Analisis Jaringan Komunikasi pada #KaburAjaDulu di Twitter (X))

Fitrah Ramadhani¹, Irwan Dwi Arianto²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: 21043010143@student.upnjatim.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-06-10 Revised: 2025-07-20 Published: 2025-08-06	The development of social media had created a new space for the public to express opinions openly, rapidly, and broadly. In February 2025, #KaburAjaDulu became a trending topic on the social media platform X due to the widespread use of the hashtag as a form of digital protest. This hashtag represented the aspirations of a number of Indonesian citizens to leave the country in search of better life opportunities abroad. This study aimed to explore the dynamics of digital opinion movements formed around #KaburAjaDulu on the social media platform Twitter (X). The study employed a descriptive quantitative approach with a positivist paradigm. Data were collected through data mining techniques using NodeXL software to retrieve conversation data from X during the period of February 8–25, 2025. Based on the results of the communication network analysis on the hashtag #KaburAjaDulu, it was found that the digital conversation network exhibited the characteristics of a Digital Movement of Opinion (DMO), which was spontaneous and not organized by any specific group, had a short or temporary duration, displayed homogeneous opinions among social media users, and involved broad participation across sectors. The three levels of network analysis conducted, network, group, and actor analysis, indicated that #KaburAjaDulu was a manifestation of a digital opinion movement that emerged organically, was unstructured, and reactive to national situations.
Keywords: #KaburAjaDulu; Gerakan Opini Digital; Analisis Jaringan Komunikasi; NodeXL Media Sosial.	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-06-10 Direvisi: 2025-07-20 Dipublikasi: 2025-08-06	Perkembangan media sosial telah menciptakan ruang baru bagi masyarakat untuk menyampaikan opini secara terbuka, cepat, dan luas. Pada Februari 2025, #KaburAjaDulu menjadi trending topic di media sosial X, karena maraknya penggunaan #KaburAjaDulu sebagai bentuk protes digital. Tagar ini merepresentasikan aspirasi sejumlah warga negara Indonesia untuk meninggalkan negara untuk mencari peluang hidup yang lebih baik di luar negeri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pergerakan opini digital yang terbentuk dalam #KaburAjaDulu pada media sosial Twitter (X). Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan paradigma positivisme. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik data mining, dengan memanfaatkan perangkat lunak NodeXL untuk mengunduh data percakapan di media sosial X selama periode 08-25 Februari 2025. Berdasarkan hasil analisis jaringan komunikasi pada tagar #KaburAjaDulu, ditemukan bahwa jaringan percakapan digital yang terbentuk menunjukkan karakteristik gerakan opini digital (Digital Movement of Opinion/DMO) yang bersifat spontan dan tidak terorganisir oleh kelompok tertentu, memiliki durasi percakapan yang singkat atau sementara, opini yang disampaikan pengguna media sosial cenderung homogen, dan melibatkan partisipasi luas dari pengguna media sosial sehingga bersifat lintas sektoral. Ketiga level analisis jaringan yang dilakukan, yaitu analisis jaringan, kelompok, dan aktor, mengindikasikan bahwa #KaburAjaDulu merupakan manifestasi dari gerakan opini digital yang terbentuk secara organik, tidak terstruktur, dan bersifat reaktif terhadap situasi nasional.
Kata kunci: #KaburAjaDulu; Gerakan Opini Digital; Analisis Jaringan Komunikasi; NodeXL Media Sosial.	

I. PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam berkomunikasi. Berdasarkan laporan hasil kolaborasi Meltwater dan We Are Social yang bertajuk "Digital 2025: Indonesia", jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada

awal tahun 2025 mencapai 143 juta orang, atau sekitar 50,2% dari total populasi Indonesia. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 4 juta pengguna atau 2,9% dibandingkan dengan tahun 2024. Pertumbuhan ini tidak hanya mencerminkan tingginya penetrasi media sosial di masyarakat, tetapi juga menggambarkan semakin pentingnya peran media sosial sebagai

platform utama dalam memenuhi kebutuhan interaksi sosial dan informasi. Dengan masifnya jumlah pengguna tersebut, media sosial di Indonesia memiliki potensi sebagai ruang diskursus publik (Tjahyana, 2020).

Twitter (X) merupakan *platform* media sosial yang memfasilitasi percakapan publik secara *real-time*. Melalui fitur *trending topic*, Twitter (X) menampilkan daftar topik yang sedang ramai diperbincangkan dalam kurun waktu tertentu, baik secara lokal maupun global. Twitter (X) mendefinisikan *trending topic* sebagai topik yang dengan cepat menjadi populer, bukan topik yang telah lama populer selama beberapa waktu atau setiap hari (R. W. Ramadhani et al., 2023). Selain itu, *hashtag* juga memiliki peran penting dalam Twitter (X) untuk mengelompokkan percakapan berdasarkan topik tertentu. *Hashtag* atau tanda pagar (#) ini difungsikan untuk mengkategorikan topik yang lebih spesifik, sekaligus memudahkan pengguna dalam menemukan topik atau konten yang saling berhubungan (Permatasari & Trijayanto, 2017).

Penggunaan *hashtag* di Twitter (X) dapat menjadi sarana untuk menyuarakan opini hingga mengangkat suatu topik menjadi *trending topic*. Barisione & Ceron (2017) memiliki pandangan bahwa penggunaan *hashtag* berfungsi sebagai jangkar dalam membentuk pergerakan opini. Karena penggunaan *hashtag* di Twitter (X) mampu mempengaruhi atau mendorong pengguna lain untuk ikut mengutarakan opininya tentang isu yang sedang ramai dibicarakan. Penggunaan tagar selain menunjukkan keberpihakan dari warganet, juga menjadi sarana *decision making* warganet dalam berpihak yaitu berusaha membangun narasi untuk mempengaruhi orang-orang agar ikut berpihak (Khatami, 2022). Oleh sebab itu, *hashtag* sering dimanfaatkan dalam *digital activism* (aktivitas digital) yang ditunjukkan melalui *cuitan* (*tweet*) berisi opini, baik pro atau kontra, terhadap sebuah isu atau fenomena tertentu.

Salah satu manifestasi spesifik dari aktivisme digital, yang mendukung gerakan sosial dan opini publik di media sosial adalah gerakan opini digital atau *Digital Movement of Opinion* (DMO). Gerakan ini tercipta dari respons spontan dari pengguna media sosial secara massal terhadap isu sosial atau kebijakan tertentu yang membangkitkan emosi (Barisione & Ceron, 2017). Barisione & Ceron mengidentifikasi bahwa gerakan opini digital bersifat spontan dan reaktif, yang melibatkan partisipasi dan mobilisasi masyarakat (warganet) secara luas tanpa digerakkan oleh organisasi formal,

kelompok sosial, atau kepemimpinan tertentu. Selain itu, gerakan ini umumnya terfokus pada satu isu sosial atau kebijakan spesifik dengan durasi yang relatif singkat dan tidak berkelanjutan.

Pada awal tahun 2025, media sosial Twitter (X) di Indonesia diramaikan oleh kemunculan tagar #KaburAjaDulu, sebuah tren digital yang qamencerminkan keinginan sebagian warga negara Indonesia (WNI) untuk meninggalkan tanah air demi mencari peluang hidup yang lebih baik di luar negeri (Meidyana, 2025). Tagar ini digunakan secara masif oleh warganet sebagai bentuk protes kolektif terhadap berbagai permasalahan sosial, ekonomi, dan politik yang terjadi di Indonesia. Melalui #KaburAjaDulu, pengguna media sosial menyuarakan kritik, membagikan informasi, dan mengekspresikan kekecewaan mereka terhadap situasi nasional. Akibatnya, pada Februari 2025, tagar ini berhasil menjadi *trending topic* di Twitter (X), menandai terjadinya percakapan digital besar-besaran yang bersifat spontan dan emosional. Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut guna mengetahui pergerakan opini digital yang terbentuk dalam #KaburAjaDulu pada media sosial Twitter (X).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan paradigma positivis dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang rinci dan objektif terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis dinamika jaringan komunikasi pengguna media sosial, mencakup keterlibatan (*engagement*), sentimen, pembentukan kluster, struktur jaringan, serta peran dan posisi aktor dalam distribusi informasi (Suratnoaji & Arianto, 2021). Paradigma positivisme dalam penelitian ini berfungsi untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan didasarkan pada data empirik yang dapat diverifikasi (Pham, 2018).

Untuk mengkaji jaringan komunikasi #KaburAjaDulu di platform media sosial Twitter (X), peneliti menggunakan metode Analisis Jaringan Komunikasi berbasis big data. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memetakan relasi antar aktor dalam struktur sosial tertentu. Sehingga dapat teridentifikasi struktur jaringan pengguna media sosial X dalam penggunaan #KaburAjaDulu. Data dikumpulkan melalui proses data mining dengan memanfaatkan perangkat lunak NodeXL, yang digunakan untuk mengunduh data percakapan yang

menggunakan #KaburAjaDulu selama periode 08 Februari-25 Februari 2025 di media sosial X.

Untuk mengkaji empat karakteristik utama dalam pergerakan opini digital (DMO), peneliti menggunakan sejumlah pengukuran, meliputi: struktur jaringan untuk menggambarkan bentuk dan pola jaringan secara keseluruhan (yaitu densitas, diameter, dan resiprositas), identifikasi kelompok untuk memetakan pengelompokan yang terbentuk di dalam jaringan (melalui modularitas dan pengelompokan/klasterisasi), serta sentralitas aktor untuk mengidentifikasi aktor-aktor kunci yang memainkan peran dominan (yang mencakup *degree centrality*, *betweenness centrality*, *closeness centrality*, dan *eigenvector centrality*), kemudian *time sequence* untuk menelusuri dinamika kemunculan topik dari waktu ke waktu (Eriyanto, 2021; Anbarini et al., 2023). Serangkaian analisis ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai dinamika pergerakan opini digital yang terbentuk melalui penggunaan tagar #KaburAjaDulu di Twitter (X).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

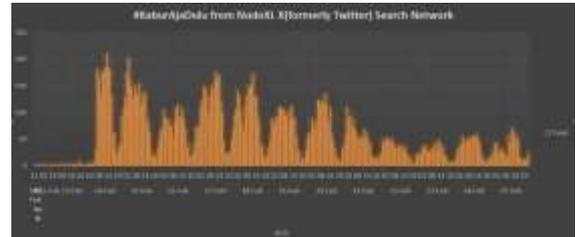
Berdasarkan hasil data mining yang dilakukan dalam rentang waktu 8 hingga 25 Februari 2025, teridentifikasi sebanyak 18.332 akun pengguna media sosial X (*vertices*) yang terlibat dalam 22.247 interaksi (*edges*) dalam jaringan percakapan terkait tagar #KaburAjaDulu. Jumlah tersebut menunjukkan tingkat partisipasi yang cukup tinggi dari pengguna dalam diskusi daring yang berkembang. Peneliti kemudian melakukan pemetaan terhadap jenis aktivitas atau relasi yang dilakukan oleh para pengguna dalam jaringan tersebut.

Tabel 1. Berbagai aktivitas interaksi percakapan dalam #KaburAjaDulu

Aktivitas/Relasi	Jumlah
Replies to	7744
Tweet	6983
Quote	3600
Mentions In Reply To	2877
Mentions	675
Mentions In Quote	249
Mentions In Quote Reply	119

Berdasarkan sebaran jenis interaksi atau relasi yang terbentuk dalam percakapan menggunakan tagar #KaburAjaDulu, mayoritas aktor atau pengguna media sosial X lebih banyak terlibat dalam aktivitas replies to. Aktivitas replies to merujuk pada tindakan membalas cuitan dari pengguna lain dalam

suatu rangkaian percakapan. Dalam jaringan komunikasi yang dianalisis, tercatat sebanyak 7.744 interaksi yang termasuk dalam kategori ini, menjadikannya jenis aktivitas yang paling dominan. Aktivitas replies to ini menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan (*engagement*) pengguna dalam diskusi dan respons terhadap isu-isu yang berkaitan dengan tagar tersebut.



Gambar 1. Time series jaringan #KaburAjaDulu

Sementara itu, berdasarkan data time series yang diperoleh melalui proses pengunduhan menggunakan NodeXL, ditemukan pola fluktuatif dalam penggunaan tagar #KaburAjaDulu di platform X. Pola ini mencerminkan dinamika opini publik selama periode observasi. Puncak percakapan terjadi pada 14 hingga 15 Februari 2025, yang menunjukkan lonjakan signifikan dalam partisipasi warganet. Aktivitas diskusi mengalami penurunan pada 16 Februari, kemudian kembali meningkat pada 17 hingga 18 Februari, sebelum kembali menurun pada 19 Februari. Percakapan sempat mengalami kenaikan kembali pada 20 Februari, namun setelah itu menunjukkan tren penurunan secara stabil mulai 21 Februari hingga akhir periode pengumpulan data pada 25 Februari 2025.

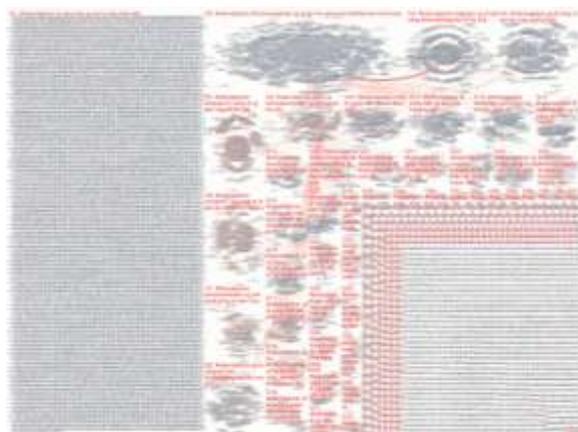
Nilai-nilai struktur jaringan digunakan untuk merepresentasikan bentuk dan pola hubungan dalam suatu jaringan komunikasi secara keseluruhan, khususnya pada percakapan mengenai topik tertentu di media sosial. Struktur jaringan yang dimaksud tidak mengacu pada individu aktor (*node*) atau akun media sosial secara spesifik, melainkan pada karakteristik umum dari keterhubungan dan pola interaksi antar aktor yang terlibat dalam percakapan digital (Eriyanto, 2021). Melalui fitur *Graph Metrics* dalam perangkat lunak NodeXL, berbagai parameter seperti densitas, diameter, resiprositas, dan modularitas dapat dihitung untuk menganalisis karakteristik jaringan tersebut. Setiap nilai berfungsi sebagai indikator penting yang

mencerminkan sifat khas dari jaringan komunikasi yang terbentuk.

Tabel 2. Metrik struktur jaringan #KaburAjaDulu

Metrik	Nilai
Vertices	18332
Total Edges	22247
Density	0,000043378
Reciprocity	0,01660149550662
Diameter	20
Modularity	0,685387

Dalam jaringan komunikasi yang terbentuk melalui penggunaan #KaburAjaDulu, nilai densitas yang diperoleh adalah 0,000043378. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antar aktor dalam jaringan tergolong longgar, dengan tingkat interaksi langsung yang relatif rendah. Sementara itu, nilai resiprositas sebesar 0,016601496, yang berada sangat dekat dengan angka 0, mengindikasikan bahwa sebagian besar komunikasi dalam jaringan ini bersifat satu arah, tanpa adanya timbal balik yang signifikan antara pengguna. Adapun nilai diameter jaringan tercatat sebesar 20, yang mencerminkan bahwa percakapan tersebar secara luas dan tidak terpusat pada satu atau beberapa aktor saja (Tjahyana, 2020).



Gambar 2. Visualisasi jaringan komunikasi #KaburAjaDulu

Modularitas merupakan salah satu metrik dalam analisis jaringan komunikasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu jaringan terbagi ke dalam kelompok atau klaster yang berbeda-beda (Anbarini et al., 2023). Dalam konteks jaringan percakapan #KaburAjaDulu, nilai modularitas yang diperoleh adalah sebesar 0,685387. Nilai ini tergolong tinggi, yang mengindikasikan bahwa percakapan dalam jaringan tersebut

tersebar ke dalam sejumlah kelompok diskusi yang relatif terpisah satu sama lain. Klaster, dalam analisis jaringan komunikasi, merujuk pada kumpulan aktor (*vertex*) yang memiliki keterhubungan kuat di dalam kelompoknya, serta lebih intens berinteraksi satu sama lain dibandingkan dengan aktor dari klaster lain (Eriyanto, 2021). Adapun jaringan komunikasi #KaburAjaDulu terbagi ke dalam 1.674 klaster percakapan, yang masing-masing mencerminkan fokus diskusi yang beragam.

Pengukuran sentralitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan hubungan dan keterhubungan seorang aktor dengan aktor lainnya, sehingga dapat memperlihatkan bagaimana kemampuan aktor tersebut dalam mengarahkan arus informasi (Eriyanto, 2021). Dalam meneliti sentralitas aktor dalam jaringan komunikasi #KaburAjaDulu, peneliti menggunakan *betweenness centrality*, *closeness centrality*, *degree centrality*, *eigenvektor centrality*.

Tabel 3. Daftar akun dengan degree centrality tertinggi

Vertices, Ranked by Degree Centrality	Degree	In-Degree	Out-Degree
prabowo	531	530	1
arsipaja	380	377	3
aniesbadwedan	299	298	1
m45broo_	267	266	1
kegblgnunfaedh	248	247	1

Degree centrality digunakan untuk mengukur tingkat keterhubungan atau tingkat popularitas seorang aktor dalam percakapan digital (Akbar et al., 2022). Hasil analisis menunjukkan bahwa tiga akun dengan nilai degree centrality tertinggi adalah @prabowo, @arsipaja, dan @aniesbaswedan. Akun @prabowo memiliki *degree* sebesar 531, dengan *in-degree* sebesar 530 dan *out-degree* hanya 1. Hal ini menunjukkan bahwa akun tersebut menjadi pusat perhatian dalam percakapan, di mana banyak pengguna lain menyebut atau merespons cuitan dari akun tersebut, sementara akun tersebut sendiri tidak banyak berinteraksi kembali. Akun dengan nilai *in-degree* yang tinggi menunjukkan bahwa ia menjadi pusat arus informasi, karena sering disebut, dikutip, atau dibahas oleh pengguna lain (Eriyanto, 2021).

Tabel 4. Daftar akun dengan *betweenness centrality* tertinggi

Vertices, Ranked by Betweenness Centrality	Nilai
prabowo	15333448,083037
arsipaja	9685153,22964
cjournalist_id	7527150,867358
aniesbaswedan	6636532,094358
m45broo	6067613,587734

Untuk melihat peran seorang aktor sebagai penghubung dalam jaringan, digunakan metrik *betweenness centrality*. Metrik ini mengukur seberapa sering seorang aktor berada di antara jalur komunikasi antar aktor lain, sehingga berfungsi sebagai perantara informasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa akun @prabowo, @arsipaja, dan @cjournalist_id memiliki nilai *betweenness centrality* tertinggi. Hal ini menandakan bahwa arus informasi dalam jaringan komunikasi #KaburAjaDulu cenderung mengalir melalui akun-akun tersebut, menjadikan mereka sebagai simpul strategis dalam proses distribusi informasi.

Tabel 5. Daftar akun dengan *closeness centrality* tertinggi

Vertices, Ranked by closeness centrality	Nilai
prabowo	0,146211
cjournalist_id	0,140186
arsipaja	0,138503
bospurwa_	0,131347
aniesbaswedan	0,130619

Nilai *closeness centrality* didasarkan pada jumlah langkah atau jalur (*path*) terpendek yang dibutuhkan seorang aktor untuk menjangkau aktor lain, maupun untuk dijangkau. Aktor-aktor seperti @prabowo, @cjournalist_id, dan @arsipaja menempati posisi tertinggi dalam *closeness centrality*. Artinya, aktor tersebut memiliki posisi yang strategis karena dapat menjangkau atau terjangkau oleh aktor lain dalam waktu yang relatif singkat.

Tabel 6. Daftar akun dengan *eigenvector centrality* tertinggi

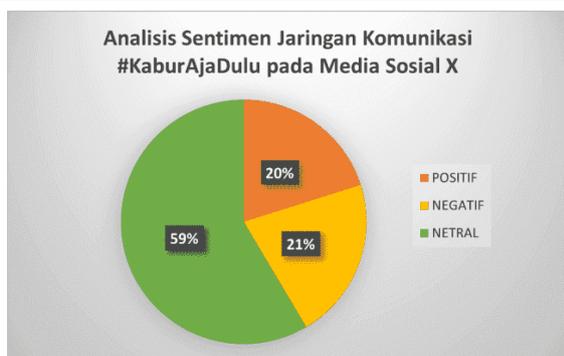
Vertices, Ranked by eigenvector centrality	Nilai
prabowo	0,579496
arsipaja	0,174444
antoniuscdn	0,12654
ch_chotimah2_	0,103853
cjournalist_id	0,096374

Sementara itu, *eigenvector centrality* memberikan penilaian terhadap pengaruh seorang aktor tidak hanya berdasarkan jumlah koneksi yang dimiliki, tetapi juga mempertimbangkan pengaruh dari aktor-aktor yang terhubung dengannya (Eriyanto, 2021). Posisi ini memungkinkan mereka memainkan peran signifikan dalam memperkuat dan mempercepat arus informasi, karena informasi yang disampaikan atau diterima oleh mereka lebih cepat menjangkau aktor-aktor berpengaruh lainnya dalam jaringan.

B. Pembahasan

Penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana pergerakan opini digital yang terbentuk pada #KaburAjaDulu di media sosial Twitter (X). Menurut Barisione dan Ceron (2017), pergerakan opini digital memiliki empat karakteristik utama, yaitu: (1) bersifat spontan dan tidak terorganisir, (2) berdurasi singkat, (3) menyuarakan opini yang cenderung homogen, dan (4) melibatkan partisipasi lintas sektor.

Karakteristik pertama, yakni spontan dan tidak terorganisir, mengacu pada kemunculan percakapan publik yang lahir secara organik dari inisiatif individu pengguna media sosial, tanpa adanya koordinasi yang terstruktur dari kelompok atau entitas tertentu. Karakteristik ini teridentifikasi melalui tiga metrik utama dalam analisis jaringan komunikasi, yaitu densitas, resiprositas, dan diameter. Nilai densitas jaringan sebesar 0,000043378 mencerminkan lemahnya keterhubungan antar aktor, di mana sebagian besar pengguna menyampaikan opini secara independen tanpa membentuk hubungan yang erat. Sementara itu, nilai resiprositas menunjukkan nilai sebesar 0.016601496, yang berarti hanya sekitar 1,6% dari hubungan dalam jaringan ini yang bersifat dua arah atau timbal balik dan sebagian besar interaksinya terjadi secara satu arah. Selain itu, diameter jaringan yang cukup tinggi (20) menandakan bahwa jaringan komunikasi tersebar luas dan tidak terpusat, serta terdapat jarak yang signifikan antara aktor-aktor terluar dalam jaringan (Eriyanto, 2021). Dengan demikian, berdasarkan ketiga metrik tersebut, densitas dan resiprositas yang rendah, dan diameter yang tinggi mengindikasikan bahwa pergerakan opini dalam #KaburAjaDulu tidak dikendalikan oleh satu entitas terpusat,



Gambar 4. Diagram sentimen jaringan komunikasi #KaburAjaDulu

Dari analisis sentimen, percakapan dalam jaringan #KaburAjaDulu didominasi oleh sentimen netral (59%), diikuti oleh sentimen negatif (21%), dan hanya 20% yang menunjukkan sentimen positif. Proporsi ini memperkuat dugaan bahwa meskipun percakapan banyak diwarnai oleh kritik, bentuk ekspresinya cenderung disampaikan secara reflektif dan deskriptif, bukan agresif.

Karakteristik keempat dari DMO adalah sifatnya yang lintas sektoral. Pergerakan ini melibatkan aktor dari berbagai latar belakang sosial, tanpa memandang status, afiliasi, atau identitas tertentu, sehingga percakapan bersifat inklusif dan terbuka (Barisione et al., 2019). Nilai modularitas yang tinggi (0,685387) dalam jaringan #KaburAjaDulu menandakan tersebarnya percakapan ke dalam berbagai klaster yang tidak didominasi oleh satu aktor sentral. Artinya, percakapan yang terbentuk bersifat majemuk dan menyertakan banyak simpul diskusi yang berdiri sendiri (Anbarini et al., 2023).

Tabel 8. Top aktor berdasarkan *replied to*, *mentioned*, dan *tweeters* dalam jaringan komunikasi #KaburAjaDulu

Top Replied-To	Top Mentioned	Top Tweepers
arsipaja	prabowo	threadreaderapp
m45broo	aniesbaswedan	kompascom
kegblgnunfaedh	gerindra	detikcom
aniesbaswedan	jokowi	halobca
kompascom	ch_chotimah2	okezonenews

Untuk mengidentifikasi keberagaman aktor, peneliti mengelompokkan akun-akun utama dalam klaster percakapan (G1–G10) ke dalam tiga kategori: *top mentioned* (aktor yang paling sering disebut), *top replied-to* (aktor yang paling banyak mendapat balasan atau tanggapan), dan *top tweeters* (aktor dengan jumlah cuitan terbanyak). Temuan ini menunjukkan bahwa jaringan komunikasi

tidak dimonopoli oleh satu jenis aktor, melainkan melibatkan berbagai pihak, mulai dari individu tanpa afiliasi kelembagaan (seperti @arsipaja, @m45broo_, dan @kegblgnunfaedh), media arus utama (seperti @kompascom dan @detikcom), hingga tokoh politik (seperti @prabowo, @aniesbaswedan, dan @jokowi). Keterlibatan aktor dari beragam kalangan memperlihatkan bahwa #KaburAjaDulu merupakan bentuk keterlibatan publik yang inklusif dan terbuka, serta tidak terikat pada batas sektoral tertentu.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pergerakan opini digital melalui tagar #KaburAjaDulu memiliki empat karakteristik utama: spontan dan tidak terorganisir, berdurasi singkat, menyuarakan opini homogen, serta melibatkan partisipasi lintas sektor. Karakteristik ini teridentifikasi dari analisis terhadap struktur jaringan komunikasi, identifikasi kelompok dalam jaringan, serta aktor-aktor dominan yang memainkan peran penting dalam percakapan digital tersebut.

Pada aspek pemetaan struktur jaringan komunikasi, metrik densitas dan resiprositas menunjukkan nilai yang rendah, sedangkan nilai diameter jaringan tergolong tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa percakapan yang berkembang tidak dikendalikan oleh satu pusat atau tokoh tertentu, melainkan tumbuh secara organik dari partisipasi individual pengguna media sosial. Sementara itu, hasil analisis time series menunjukkan bahwa intensitas percakapan mencapai puncaknya pada 14 Februari 2025 dan hanya berlangsung intens selama sekitar lima hari.

Dari segi substansi, opini yang terbentuk dalam jaringan ini mayoritas bersentimen netral, namun memuat narasi yang homogen. Wacana utama berfokus pada kekecewaan terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan politik di Indonesia, yang secara simbolik diekspresikan melalui keinginan kolektif untuk "kabur" atau meninggalkan negara. Meskipun demikian, opini tersebut tidak dimonopoli oleh satu kelompok homogen, melainkan merupakan hasil kontribusi dari berbagai pihak, termasuk warganet biasa, media massa, dan tokoh publik dari latar belakang yang beragam.

B. Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan waktu agar mencakup fase sebelum, saat, dan setelah tagar menjadi viral. Selain itu, analisis lintas platform seperti TikTok atau Instagram penting dilakukan untuk menangkap dinamika opini publik yang lebih beragam, mengingat perbedaan karakteristik pengguna dan pola interaksi di tiap platform.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, M. A., Masniarara Aziza Balfas Amril, Raiza Syahira, Fahrin Rachel Latisha, & Noor Jihan. (2022). Analisis Struktur Jaringan Komunikasi #Seagames2022 Di Twitter Menggunakan Pendekatan Social Network Analysis (Sna). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 26(1), 1-16. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4780>
- Anbarini, R., Adi Wibowo, S. K., Asri Sjarifah, N., & Abdullah, A. (2023). Mobilizing the Digital Opinion Movement #OraSudiSumbangIKN on Twitter. *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 18-36. <https://doi.org/10.24912/jk.v15i1.19187>
- Barisione, M., & Ceron, A. (2017). A digital movement of opinion? Contesting austerity through social media. *Social Media and European Politics*, June 2017. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-59890-5>
- Barisione, M., Michailidou, A., & Airoidi, M. (2019). Understanding a digital movement of opinion: the case of #RefugeesWelcome. *Information Communication and Society*, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1410204>
- Eriyanto. (2021). Analisis Jaringan Media Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan di Media Sosial. Kencana.
- Gruzd, A., Paulin, D., & Haythornthwaite, C. (2016). Analyzing Social Media And Learning Through Content And Social Network Analysis: A Faceted Methodological Approach. *Journal of Learning Analytics*, 3(3), 46-71. <https://doi.org/10.18608/jla.2016.33.4>
- Khatami, M. I. (2022). Discourse Network Analysis (DNA): Aktivisme Digital dalam Perdebatan Isu "Presiden Tiga Periode" di Twitter Discourse Network Analysis (DNA): Digital Activism in the "Three-Term President" Debate on Twitter. *Jurnal Audience*, 5(01), 80-94.
- Meidyana, A. (2025). Tren #KaburAjaDulu Cerminkan Keresahan Kawula Muda pada Masa Depan RI. *Metrotvnews.Com*. <https://www.metrotvnews.com/play/KdZ-CjvPB-tren-kaburajadulu-cerminkan-keresahan-kawula-muda-pada-masa-depan-ri>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *JurnalASPIKOM*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Permatasari, N., & Trijayanto, D. (2017). Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hashtag (#OOTD) Di Media Sosial Instagram. *Promedia*, 3(Motif Eksistensi), 252-273. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/kom/article/view/952/0>
- Pham, L. (2018). A review of advantages and disadvantages of three paradigms : positivism , interpretivism and critical inquiry. *The University of ADELAIDE*, April, 0-7. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13995.54569>
- Ramadhani, R. W., Rakhman, F. R., Kuncoroyakti, Y. A., Utami, S. R., & Pertiwi, C. A. (2023). Gerakan Opini Digital pada #TolakUUCiptaKerja di Twitter dengan Pendekatan Social Network Analysis. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 190-200. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.2609>
- Suratnoaji, C., & Arianto, I. D. (2021). Metode Riset Sosial Berbasis Big Data. Erlangga.
- Tjahyana, L. J. (2020). Gerakan Opini Digital #Truebeauty Pada Twitter Untuk Pemeran Film Adaptasi Komik Webtoon. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>