



Media Sosial sebagai Ruang Representasi Kehidupan dan Identitas Budaya Pekerja Migran Indonesia

Rachmi Fitria¹ Amalia² Siti Zahra³ Mirna Nur Alia Abdullah⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Indonesia

Corresponding Author:
Author Name*:
Rachmi Fitria¹
Email*:
rachmi.fitria@upi.edu

Abstract:

The migration of Indonesian Migrant Workers (PMIs) in the digital era is no longer understood merely as labor mobility driven by economic motives, but also as a process of cultural transformation and identity negotiation within transnational spaces. This study aims to analyze how PMIs utilize social media as a space for self-representation, cultural reproduction, and identity negotiation. The study is significant because previous research has mainly focused on social media as a tool for communication, activism, and migrant worker protection, while its role in digital cultural reproduction and identity formation remains underexplored. This research employed a descriptive qualitative approach using literature review, in-depth interviews, and document analysis. Data were collected from February to May 2026 through interviews with three PMIs in Japan and Brunei Darussalam and two domestic workers in Indonesia to compare work cultures and everyday practices. Data credibility was ensured through source triangulation and analyzed thematically. The findings reveal differences in work culture between host countries and Indonesia. PMIs experience tensions between the habitus formed in Indonesia and the work cultures of host countries, which emphasize discipline, individualism, and adherence to formal regulations. Social media functions as a space for cultural reproduction, the preservation of Indonesian cultural identity, and symbolic social mobility through self-branding and social recognition. These findings contribute to digital migration studies by conceptualizing social media as a transnational social space where migrant workers actively construct, maintain, and transform their cultural identities. Practically, the study highlights the role of social media in supporting cultural adaptation and preserving national identity among migrant workers abroad.

Keywords: Indonesian Migrant Workers, Social Media, Cultural Identity, Cultural Transformation, Digital Migration

© 2025 The Authors.
This open access
article is distributed
under a (CC-BY- SA
License)



PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara besar dengan luas wilayah daratan sekitar 1.922.570 km² sementara wilayah perairan sekitar 3.257.483 km² dan memiliki 38 provinsi yang tersebar di berbagai pulau. Indonesia bukan hanya negara yang indah akan laut dan pulau nya namun juga memiliki banyak sumber daya manusia. Jumlah penduduk di Indonesia cenderung meningkat tiap tahunnya. Sensus penduduk terakhir dilaksanakan di tahun 2020 menunjukkan penduduk Indonesia berjumlah 270,20 juta jiwa, jumlah ini meningkat dari hasil sensus pada tahun 2010 yang berjumlah 237,64 jiwa. Peningkatan ini tentu saja

membawa dampak positif juga dampak negatif yang dapat memengaruhi ekonomi, sosial, maupun budaya, seperti pertumbuhan penduduk yang tidak merata, kesenjangan ekonomi, ketimpangan pembangunan, kemiskinan, kekurangan gizi, kesempatan kerja, pengangguran. Sehingga beberapa masyarakat cenderung bermigrasi agar memperbaiki kualitas hidupnya. Mereka yang bermigrasi akan mencari tempat yang mampu memberikan keadilan, kesejahteraan ekonomi dan kehidupan yang layak (Husnah, 2019). Tingginya pengangguran di Indonesia mendorong banyak pencari kerja bermigrasi, baik ke daerah lain di dalam negeri maupun ke luar negeri. Berdasarkan data Kementerian Pelindungan Pekerja Migran Indonesia (KP2MI) jumlah keseluruhan penempatan PMI adalah 296.948 orang. Penempatan PMI didominasi oleh provinsi di Pulau Jawa, sementara itu, jumlah penempatan paling sedikit berasal dari wilayah timur Indonesia seperti Papua (KP2MI, 2026). Jika dilihat berdasarkan negara tujuan, mayoritas PMI ditempatkan ke Hong Kong sebanyak 99.773 orang, Taiwan sebanyak 84.581 orang, dan Malaysia sebanyak 51.723 orang. Selain itu, negara tujuan lain yang cukup tinggi adalah Jepang, Singapura, dan Korea Selatan. Data ini menunjukkan bahwa negara-negara Asia masih menjadi tujuan utama PMI karena faktor kedekatan geografis, tingginya kebutuhan tenaga kerja, serta peluang ekonomi yang lebih besar dibandingkan di dalam negeri (KP2MI, 2025). Perbedaan upah yang lebih tinggi di negara tujuan menjadi daya tarik utama. Selain meningkatkan pendapatan individu, migrasi ini juga membantu menekan angka pengangguran dan memperluas hubungan ekonomi Indonesia dengan negara lain (Putra & Yulianti, 2022).

Menurut Sukarniati (dalam Widiyani et al., 2025) migrasi telah menjadi salah satu cara penting untuk mengatasi ketimpangan pembangunan ekonomi di negara berkembang, termasuk di Indonesia. Pembangunan ekonomi sendiri dapat dipahami sebagai proses perubahan dalam masyarakat menuju kondisi yang lebih baik. Pekerja Migran Indonesia (PMI) adalah istilah yang merujuk pada warga negara Indonesia yang bekerja di luar negeri dalam suatu hubungan kerja dengan jangka waktu tertentu dan memperoleh imbalan berupa upah. Namun demikian, dalam persepsi masyarakat, istilah PMI kerap dilekatkan pada pekerjaan sektor informal atau pekerjaan berupah rendah. Hal ini disebabkan karena sebagian besar PMI ditempatkan pada jenis pekerjaan yang tidak memerlukan keahlian khusus (unskilled), serta merupakan bagian dari kebijakan pemerintah untuk menekan angka pengangguran di dalam negeri (Tarigan, 2020).

Migrasi akan memengaruhi masyarakat secara selektif dalam aspek demografi, pendidikan, sosial, dan ekonomi. Setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda dalam menerima pengaruh faktor ekonomi maupun non-ekonomi akibat proses migrasi. Perbedaan tersebut tidak hanya terjadi pada arus migrasi antarwilayah dalam suatu negara, tetapi juga pada migrasi antarnegara. Migrasi tidak hanya berdampak pada aspek demografi, pendidikan, sosial, dan ekonomi, tetapi juga membawa konsekuensi terhadap pola komunikasi lintas budaya karena perpindahan individu antarwilayah maupun antarnegara mempertemukan mereka dengan nilai, bahasa, norma, dan kebiasaan yang berbeda. Dalam konteks globalisasi digital, migrasi bahkan tidak lagi hanya dipahami

sebagai perpindahan fisik tenaga kerja, melainkan juga sebagai proses negosiasi identitas budaya yang berlangsung secara transnasional melalui media sosial. Berdasarkan kondisi empiris, fenomena Pekerja Migran Indonesia (PMI) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang penting bagi pekerja migran untuk berkomunikasi dengan keluarga, membangun jejaring sosial, hingga menampilkan pengalaman hidup mereka di negara tujuan. Hampir seluruh Pekerja Migran Indonesia (PMI) menggunakan media sosial, dengan angka adopsi mencapai lebih dari 90%, sejalan dengan data nasional dimana terdapat sekitar 180 hingga 191 juta pengguna. Mereka menggunakannya sebagai sarana utama untuk berkomunikasi dengan keluarga, mencari lowongan, *personal branding*, hingga hiburan. Penelitian Hennida, Aryani, dan Kinasih (2021) menemukan bahwa mayoritas PMI menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan aktualisasi diri, namun konten yang diproduksi masih didominasi aktivitas keseharian, hiburan, dan narasi keberhasilan, sedangkan penggunaan media sosial sebagai ruang advokasi dan perlindungan pekerja migran masih rendah.

Penelitian terdahulu umumnya lebih menekankan penggunaan media sosial PMI dalam konteks aktivisme sosial, perlindungan pekerja migran, jaringan komunikasi, dan pembentukan solidaritas antarmigran. Hennida et al. (2021) memfokuskan kajiannya pada media sosial sebagai sarana aktivisme dan perlindungan PMI, sementara Anggaunitakiranantika (2017) melihat media sosial sebagai penguat modal sosial dan relasi antarsesama migran, serta Syakriah (2017) menyoroti media sosial sebagai media gerakan sosial pekerja migran. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik membahas bagaimana media sosial digunakan PMI sebagai ruang reproduksi budaya Indonesia dan proses mempertahankan identitas budaya di tengah kehidupan transnasional. Maka, terdapat gap penelitian pada aspek reproduksi budaya digital yang dilakukan PMI melalui unggahan, simbol budaya, bahasa, tradisi, maupun representasi identitas keindonesiaan di media sosial. Penelitian ini memandang media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan aktivisme pekerja migran, tetapi juga sebagai ruang sosial transnasional yang digunakan PMI untuk mereproduksi budaya Indonesia sekaligus menegosiasikan identitas budayanya di tengah dinamika migrasi global. Penelitian ini juga menempatkan PMI sebagai aktor sosial yang secara aktif membangun, mempertahankan, dan merepresentasikan identitas budayanya melalui ruang digital lintas negara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Pekerja Migran Indonesia (PMI) memanfaatkan media sosial sebagai sarana representasi diri dalam membangun visibilitas, memperoleh pengakuan sosial, serta merefleksikan mobilitas sosial yang bersifat simbolik. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis bagaimana penggunaan media sosial berperan dalam negosiasi identitas budaya, reproduksi budaya Indonesia, dan konstruksi realitas sosial PMI di ruang transnasional berbasis digital. Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana media sosial membentuk proses negosiasi identitas budaya, reproduksi budaya Indonesia, serta konstruksi realitas sosial PMI dalam ruang transnasional berbasis digital.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Migrasi Sebagai Proses Sosial

Migrasi merupakan proses sosial yang melibatkan perpindahan individu dari satu wilayah ke wilayah lain serta mempertemukan budaya yang berbeda. Dalam proses tersebut, terjadi akulturasi budaya yang dapat terlihat melalui perubahan bahasa, gaya komunikasi, pola berpakaian, hingga praktik sosial yang menyesuaikan dengan lingkungan baru. Dalam konteks penelitian ini, istilah Pekerja Migran Indonesia (PMI) digunakan untuk merujuk pada warga negara Indonesia yang bekerja di luar negeri. Bagi PMI, migrasi tidak hanya berbentuk perpindahan fisik untuk tujuan ekonomi, tetapi juga menjadi proses reproduksi budaya. PMI tetap mempertahankan identitas nasional dan budaya asal melalui praktik keseharian, komunitas diaspora, kegiatan keagamaan, hingga penggunaan media sosial sebagai ruang ekspresi budaya. Di sisi lain, migrasi juga dapat memunculkan kesalahpahaman komunikasi dan konflik sosial akibat perbedaan norma, nilai, serta pola interaksi budaya antara negara asal dan negara tujuan (Muzaf & Putri, 2026). Perbedaan gaya komunikasi atau praktik sosial dapat memunculkan stereotip dan ketegangan apabila tidak diiringi kemampuan adaptasi lintas budaya. Oleh karena itu, migrasi tenaga kerja dapat dipahami sebagai arena negosiasi identitas budaya. Pekerja migran tidak hanya berpindah untuk tujuan ekonomi, tetapi juga menghadapi tuntutan untuk menyesuaikan diri dengan budaya baru tanpa sepenuhnya meninggalkan identitas asalnya.

Oleh karena itu, migrasi tenaga kerja dapat dipahami sebagai arena negosiasi identitas budaya. PMI tidak hanya dituntut untuk menyesuaikan diri dengan budaya baru, tetapi juga berupaya mempertahankan identitas budaya asalnya di tengah lingkungan sosial yang berbeda. Kondisi ini menunjukkan bahwa migrasi bukan sekadar perpindahan tenaga kerja, melainkan juga proses sosial yang berkaitan dengan pembentukan identitas, adaptasi budaya, dan interaksi transnasional.

Reproduksi Budaya Pekerja Migran di Media Sosial

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola migrasi kontemporer. Jika pada masa lalu migrasi dipahami sebagai perpindahan fisik dari satu wilayah ke wilayah lain, maka pada era digital migrasi juga berlangsung dalam ruang virtual melalui media sosial. Kehadiran media sosial memungkinkan PMI tetap terhubung dengan keluarga, komunitas, dan budaya asal meskipun berada di negara tujuan. Fenomena ini menunjukkan bahwa migrasi modern tidak lagi bersifat linear antara negara asal dan negara tujuan, melainkan bersifat transnasional dan multidimensional. Dalam konteks reproduksi budaya, media sosial menjadi medium penting dalam mempertahankan identitas nasional. PMI tidak hanya berperan sebagai tenaga kerja dalam sistem ekonomi global, tetapi juga sebagai agen kultural yang merepresentasikan budaya Indonesia di ruang digital. Menurut (Maksum & Surwandono, 2018) media sosial digunakan untuk membangun narasi nasionalisme dan identitas kebangsaan melalui berbagai simbol budaya yang ditampilkan di ruang digital (Wijayanti et al., 2026). Simbol tersebut dapat berupa penggunaan bahasa Indonesia atau bahasa daerah, musik Indonesia, makanan khas, hingga praktik budaya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan

bahwa migrasi tidak selalu menyebabkan pelunturan identitas nasional, melainkan dapat memperkuat kesadaran kebangsaan melalui ekspresi simbolik di media sosial. Dalam penelitian ini, platform media sosial yang menjadi fokus utama adalah TikTok. TikTok dipilih karena menjadi salah satu platform yang banyak digunakan oleh PMI untuk membagikan aktivitas sehari-hari, pengalaman kerja, serta kehidupan mereka di luar negeri. Selain itu, TikTok memiliki karakteristik algoritma yang memungkinkan penyebaran konten secara cepat dan luas melalui fitur For Your Page (FYP). Melalui video pendek, penggunaan lagu populer Indonesia, bahasa daerah, maupun interaksi melalui komentar dan fitur live streaming, TikTok menjadi ruang reproduksi budaya yang berlangsung secara masif dalam ruang digital global (Oktarina et al., 2022).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa migrasi tidak selalu menyebabkan pelunturan identitas nasional, tetapi justru dapat memperkuat kesadaran kebangsaan melalui ekspresi simbolik di media sosial. Dalam perspektif sosiologi migrasi, fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk mobilitas simbolik, yaitu peningkatan status sosial dan pengakuan melalui representasi digital. Dalam (Komunikasi et al., 2026) PMI yang aktif di TikTok tidak hanya memproduksi konten mengenai pekerjaan atau kehidupan sehari-hari, tetapi juga membangun citra diri sebagai individu yang sukses, mandiri, dan memiliki pengalaman global. Namun, reproduksi budaya di media sosial tidak selalu berjalan secara harmonis. Dalam praktiknya, PMI sering menghadapi tuntutan untuk menampilkan citra positif mengenai kehidupan mereka di luar negeri, meskipun realitas kerja yang dialami tidak selalu sesuai dengan representasi yang ditampilkan di media sosial. Selain itu, interaksi dengan audiens juga dapat memunculkan stereotip, ekspektasi sosial, hingga tekanan untuk terus menghasilkan konten yang menarik agar memperoleh perhatian publik. Tidak jarang PMI menerima komentar negatif, stigma sosial, maupun penilaian terhadap pekerjaan dan kehidupan mereka di luar negeri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi budaya, tetapi juga menjadi arena negosiasi identitas dan pengakuan sosial bagi PMI di era digital.

LANDASAN TEORI

Dalam konteks penelitian ini, teori Bourdieu membantu menjelaskan bagaimana pekerja migran Indonesia yang aktif di media sosial dapat mengalami mobilitas sosial simbolik, PMI yang aktif di TikTok dapat mengalami mobilitas sosial simbolik melalui representasi digital. Menurut Bourdieu, individu memiliki berbagai bentuk modal, seperti modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik, yang dapat digunakan untuk memperoleh pengakuan dalam masyarakat. Dalam konteks media sosial, TikTok menjadi ruang bagi PMI untuk membangun citra diri sebagai individu yang sukses, mandiri, dan memiliki pengalaman global meskipun secara struktural mereka masih berada dalam sektor pekerjaan tertentu di luar negeri. Meskipun secara struktural mereka mungkin masih berada dalam sektor pekerjaan tertentu di luar negeri, representasi diri di media sosial memungkinkan mereka membangun citra sebagai individu yang sukses, mandiri, dan memiliki gaya hidup global. Media sosial menjadi ruang di mana modal sosial dan simbolik

dapat dikonstruksi dan dipertukarkan. Selain itu, konsep habitus yang diperkenalkan Bourdieu juga relevan dalam memahami fenomena ini. Habitus merujuk pada sistem disposisi atau pola pikir yang terbentuk dari pengalaman sosial individu (Robin & Marchella, 2024). Pekerja migran membawa habitus yang terbentuk dari budaya Indonesia, tetapi ketika berada di negara tujuan mereka juga berinteraksi dengan nilai, norma, dan praktik sosial yang berbeda. Interaksi ini kemudian menghasilkan proses adaptasi dan transformasi identitas budaya yang tercermin dalam cara mereka berkomunikasi, berpakaian, hingga mempresentasikan diri di media sosial. Teori mobilitas sosial Bourdieu membantu menjelaskan bahwa migrasi tidak hanya menghasilkan perubahan ekonomi, tetapi juga memungkinkan terbentuknya mobilitas sosial simbolik melalui representasi digital, di mana pekerja migran membangun status sosial baru melalui pengakuan di ruang media sosial.

Sementara itu, menurut Castells, perkembangan internet dan media sosial telah menciptakan struktur sosial baru di mana informasi, komunikasi, dan identitas diproduksi serta disebarluaskan melalui jaringan digital (Susanto, 2024). Individu tidak hanya berinteraksi dalam lingkup lokal, tetapi juga terhubung dengan berbagai komunitas lintas negara dalam ruang virtual. Hal ini menyebabkan munculnya fenomena interaksi transnasional, yaitu hubungan sosial yang melampaui batas geografis negara. Teori Network Society menjelaskan bahwa pekerja migran tidak sepenuhnya terputus dari lingkungan sosial di negara asal. Melalui TikTok, PMI dapat membagikan pengalaman kerja, aktivitas sehari-hari, serta praktik budaya Indonesia kepada audiens yang lebih luas. TikTok juga memungkinkan PMI membangun identitas digital dan membentuk komunitas virtual dengan sesama PMI maupun pengguna lain melalui interaksi komentar, fitur live streaming, dan penyebaran konten di ruang digital. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi ruang representasi budaya dan pengakuan sosial bagi PMI di era digital.

Dengan demikian, teori Bourdieu dan teori Network Society Castells saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana PMI memanfaatkan TikTok sebagai ruang reproduksi budaya sekaligus sarana membangun mobilitas sosial simbolik di era digital. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan dan komunikasi, tetapi juga menjadi arena pembentukan identitas, negosiasi sosial, serta representasi budaya Indonesia dalam ruang digital global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan individu atau kelompok terhadap suatu persoalan sosial. Dalam penelitian ini berfokus kepada penggalian makna secara mendalam terkait fenomena Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang aktif di media sosial. Penelitian kualitatif dipahami sebagai upaya untuk memahami berbagai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian,

seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan lainnya, secara menyeluruh (Alaslan et al., 2024). Pemahaman tersebut dilakukan dengan cara mendeskripsikannya dalam konteks khusus serta memanfaatkan metode yang bersifat alamiah (Nasution, 2023). Lokasi penelitian ini secara daring melalui media google meet. Lokasi penelitian tersebut dipilih karena mempertimbangkan topik penelitian berkaitan dengan Pekerja Migran Indonesia (PMI), sehingga narasumber berada di negara penempatan masing-masing. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang, dua diantaranya PMI dari Jepang, satu orang dari Brunei, dan dua lainnya pekerja dalam negeri. Pemilihan informan tersebut dipilih untuk memperoleh gambaran komperatif mengenai budaya kerja dan kebiasaan yang diterapkan di lingkungan kerja luar negeri dan dalam negeri. Pengumpulan data secara daring memungkinkan untuk menjangkau seluruh informan secara efektif meskipun berada di lokasi geografis yang berbeda.

Fokus kajian penelitian ini melihat fenomena Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang aktif menggunakan media sosial dimana ini menjadi ruang mobilitas sosial dan transformasi budaya dikarenakan setiap negara memiliki nilai kebudayaan masing-masing. Melihat perbedaan budaya ini objek kajian yang dianalisis adalah ruang digital yang menjadi media transformasi budaya tersebut dengan mudah dan cepat. Sehingga interaksi lintas budaya menjadi bagian penting dalam proses tersebut. Perbedaan budaya ini dianalisis melalui ruang digital sebagai media yang memungkinkan terjadinya transformasi budaya secara cepat dan luas. Adapun beberapa teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data pertama 1) menggunakan kajian literatur dengan menggunakan artikel, buku, majalah, berita, penelitian terdahulu sekurang-kurangnya 10 tahun kebelakang agar menjaga validitas yang relevan dengan kajian analisisnya, kedua 2) menggunakan wawancara mendalam Pekerja Migran Indonesia di beberapa negara yang aktif dalam menggunakan media sosial dengan instrumen pertanyaan yang dibuat sesuai dengan rumusan masalah yang dicari dan pekerja dalam negeri sebagai informan pendukung untuk menganalisis perbandingan budaya, ketiga 3) analisis dokumen dengan fakta yang tersimpan dalam bentuk arsip foto, jurnal kegiatan, catatan harian, dan sebagainya.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui uji kredibilitas. Uji kredibilitas berkaitan dengan uji nilai kebenaran data penelitian yang dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain meningkatkan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, menggunakan bahan referensi, serta *member check* (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari lima narasumber yang terdiri atas tiga Pekerja Migran Indonesia (PMI) yang berada di luar negeri dan dua pekerja di dalam negeri, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perbedaan budaya kerja dan kebiasaan. Selain itu, *member check* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan guna memastikan data sesuai dengan pengaman yang disampaikan oleh masing-masing informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena migrasi Pekerja Migran Indonesia (PMI) dalam konteks global tidak hanya berkaitan dengan perpindahan tenaga kerja untuk tujuan ekonomi, tetapi juga mencerminkan proses perubahan sosial yang kompleks, khususnya dalam hal mobilitas sosial simbolik dan transformasi identitas budaya. Migrasi internasional memungkinkan individu memperoleh peluang ekonomi yang lebih baik, namun sekaligus mempertemukan mereka dengan sistem nilai, norma, serta budaya kerja yang berbeda dengan negara asal. Perbedaan ini mendorong terjadinya proses adaptasi sosial yang tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga menyentuh aspek identitas, pola pikir, dan cara individu merepresentasikan dirinya dalam ruang sosial global. Selain itu, perkembangan media sosial turut memperluas ruang interaksi, di mana pekerja migran tidak hanya beradaptasi secara langsung di lingkungan kerja, tetapi juga membangun citra diri dan identitas budaya melalui representasi digital. Pembahasan ini difokuskan pada perubahan budaya kerja, tantangan adaptasi, serta proses negosiasi identitas budaya yang di alami PMI.

Budaya Kerja dan Adaptasi Sosial

Berdasarkan hasil wawancara, pengalaman PMI di Brunei Darussalam dan Jepang menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam struktur sosial dan budaya kerja dibandingkan dengan Indonesia. GM, salah satu PMI di Brunei Darussalam, menyatakan bahwa,

“lingkungan sosial cenderung individualis dan saya harus mengikuti aturan yang sangat ketat” (GM, wawancara, 20 Februari 2026).

Kondisi tersebut mendorongnya menyesuaikan diri dengan berbagai regulasi hingga secara bertahap membentuk pola hidup yang lebih disiplin. Hal serupa disampaikan oleh DF, PMI di Jepang, yang menjelaskan bahwa,

“masyarakat di sini sangat disiplin dan menghargai pekerjaan orang lain” (DF, wawancara, 21 Februari 2026).

Setiap individu berusaha menjalankan tugasnya dengan baik bahkan hingga usia lanjut. BR juga mengungkapkan bahwa lingkungan sosial di Jepang sangat tertib, bersih, dan menjunjung tinggi kedisiplinan. Meskipun menghadapi kesulitan pada tahap awal, terutama terkait bahasa dan penyesuaian makanan halal, informan kemudian mengadopsi kebiasaan baru seperti disiplin waktu, menjaga kebersihan, dan mematuhi aturan di ruang publik. Bahkan, pengalaman tersebut mengubah perilakunya menjadi lebih teratur dan meninggalkan kebiasaan merokok sembarangan karena ketatnya regulasi di Jepang.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa proses migrasi tidak hanya mengubah kondisi ekonomi PMI, tetapi juga mentransformasikan praktik sosial dan pola perilaku sehari-hari. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, perubahan tersebut dapat dipahami sebagai proses penyesuaian habitus ketika individu memasuki arena sosial yang memiliki aturan dan nilai yang berbeda. Habitus yang sebelumnya dibentuk oleh budaya kerja Indonesia yang lebih paternalistik dan dipengaruhi relasi hierarkis mengalami negosiasi dengan

arena kerja di Jepang maupun Brunei yang menekankan disiplin, profesionalisme, efisiensi, dan kepatuhan terhadap aturan formal. Dengan demikian, perubahan perilaku yang dialami para informan bukan sekadar bentuk adaptasi individual, melainkan hasil interaksi antara disposisi yang telah dimiliki dengan struktur sosial baru yang mereka hadapi.

Interpretasi ini sejalan dengan penelitian Athallah & Dharma (2024) yang menunjukkan bahwa pekerja migran Indonesia di Jepang harus menyesuaikan diri dengan standar profesional dan budaya kerja yang sangat disiplin sehingga membentuk pola perilaku baru. Namun, temuan penelitian ini memperluas kajian tersebut dengan menunjukkan bahwa adaptasi tidak hanya terjadi di lingkungan kerja, tetapi juga tercermin dalam perubahan kebiasaan sehari-hari, seperti pengelolaan waktu, kepatuhan terhadap aturan publik, hingga perubahan gaya hidup. Dengan kata lain, transformasi habitus berlangsung secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan sosial pekerja migran.

Hasil penelitian ini juga menguatkan temuan Zariah et al., (2026) yang menyatakan bahwa adaptasi terhadap norma sosial, bahasa, dan budaya di negara tujuan berkontribusi pada pembentukan identitas sosial baru bagi pekerja migran. Akan tetapi, penelitian ini menunjukkan dimensi tambahan, yaitu peran media sosial sebagai ruang yang memungkinkan PMI menegosiasikan identitas tersebut secara transnasional. Berdasarkan wawancara, media sosial tidak hanya dimanfaatkan untuk dokumentasi pribadi atau hiburan, tetapi juga menjadi sarana berbagi pengalaman, mempertahankan keterikatan dengan budaya Indonesia, sekaligus membangun citra diri di hadapan audiens digital. Dalam kerangka Bourdieu, media sosial dapat dipahami sebagai arena baru tempat PMI mengakumulasi dan mempertukarkan modal sosial serta modal simbolik melalui representasi diri yang mereka tampilkan.

Sebaliknya, hasil wawancara dengan pekerja di Indonesia menunjukkan kondisi yang berbeda. Salah satu narasumber menyampaikan bahwa,

"jam kerja sering melebihi batas, bahkan bisa lebih dari sepuluh jam per hari tanpa kejelasan upah lembur" (AP, wawancara, 22 Februari 2026).

Sementara narasumber lain menegaskan bahwa budaya kerja di Indonesia masih dipengaruhi oleh rasa sungkan dan hierarki sehingga pekerja cenderung menerima kondisi yang tidak selalu sesuai dengan aturan (SR, wawancara, 22 Februari 2026). Perbandingan ini memperlihatkan bahwa arena sosial yang berbeda menghasilkan bentuk habitus yang berbeda pula. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi teori Bourdieu mengenai hubungan antara habitus dan arena, tetapi juga menunjukkan bahwa migrasi menciptakan proses rekonstruksi identitas yang dipengaruhi oleh pengalaman kerja lintas budaya dan diperkuat melalui praktik representasi di media sosial.

Hambatan Migrasi dan Tantangan Adaptasi

Pengalaman migrasi juga diiringi oleh berbagai tantangan, baik secara struktural maupun kultural. Salah satu narasumber PMI di Jepang menyatakan bahwa,

“Adaptasi bahasa dan aturan seperti pemilahan sampah cukup sulit di awal, tetapi lama-kelamaan menjadi kebiasaan” (DF, wawancara, 21 Februari 2026).

Temuan ini menunjukkan bahwa proses adaptasi tidak terjadi secara instan, melainkan melalui pembelajaran dan pembiasaan terhadap norma yang berlaku di negara tujuan. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, perubahan tersebut dapat dipahami sebagai proses transformasi habitus, ketika disposisi yang telah dibentuk di lingkungan asal mengalami penyesuaian dengan arena sosial baru yang memiliki aturan dan nilai yang berbeda. Kebiasaan baru yang akhirnya dijalankan oleh PMI merupakan hasil interaksi antara pengalaman individu dan struktur sosial di lingkungan migrasi.

Selain hambatan budaya, narasumber juga mengungkapkan bahwa tekanan mental akibat jarak dengan keluarga menjadi tantangan tersendiri selama bekerja di luar negeri. Untuk mengurangi beban emosional tersebut, para informan berupaya membangun dan memanfaatkan dukungan dari teman maupun keluarga. Temuan ini sejalan dengan penelitian Darthayasa et al., (2019) yang menyebutkan bahwa pencarian dukungan sosial merupakan salah satu strategi utama PMI dalam menghadapi tekanan migrasi. Namun, penelitian ini menunjukkan dimensi yang lebih luas, yaitu bahwa dukungan sosial tidak hanya diperoleh melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui media sosial yang memungkinkan pekerja migran tetap menjaga hubungan emosional dengan keluarga dan komunitas di Indonesia. Dalam kerangka Bourdieu, jaringan tersebut dapat dipahami sebagai bentuk modal sosial yang membantu individu beradaptasi dan mempertahankan posisinya di arena sosial baru.

Dalam konteks media sosial, pengalaman adaptasi para pekerja migran banyak dibagikan kepada publik sebagai bentuk representasi kehidupan mereka di luar negeri. Salah satu narasumber menyatakan,

“Hal itu tidak masalah karena bisa menjadi motivasi dan memberi gambaran tentang kehidupan PMI di luar negeri. Banyak orang jadi mengetahui perjuangan dan pengalaman bekerja di Jepang melalui media sosial” (DF, wawancara, 21 Februari 2026).

Pernyataan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai arena untuk membangun makna dan citra mengenai kehidupan pekerja migran. Dalam perspektif Bourdieu, praktik tersebut dapat dipahami sebagai upaya memperoleh modal simbolik melalui pengakuan dan apresiasi dari audiens digital atas pengalaman yang dibagikan.

Namun demikian, informan juga menegaskan pentingnya memperhatikan etika dan norma budaya setempat, terutama terkait penghormatan terhadap privasi di Jepang yang melarang pengambilan atau penyebaran gambar orang lain tanpa izin. Temuan ini memperlihatkan bahwa representasi diri di media sosial merupakan hasil negosiasi antara keinginan memperoleh pengakuan sosial dengan tuntutan untuk mematuhi nilai dan aturan dalam arena tempat mereka berada. Hasil ini melengkapi penelitian terdahulu yang

lebih banyak menyoroti fungsi media sosial sebagai sarana komunikasi, dengan menunjukkan bahwa media sosial juga menjadi ruang reproduksi budaya sekaligus arena negosiasi identitas yang dipengaruhi oleh norma lokal. Media sosial tidak hanya menjadi tempat berbagi pengalaman, tetapi juga menjadi medium di mana pekerja migran membangun identitas, mereproduksi budaya Indonesia, dan menyesuaikan representasi dirinya dengan konteks sosial negara tujuan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian Al et al., (2025) yang menyatakan bahwa tantangan adaptasi pada awal migrasi justru menjadi pintu masuk bagi terciptanya hubungan yang harmonis antara pekerja migran dan masyarakat setempat. Namun, temuan penelitian ini memperluas hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa proses adaptasi tidak hanya menghasilkan integrasi sosial, tetapi juga membentuk perubahan perilaku sehari-hari yang kemudian menjadi bagian dari habitus baru pekerja migran. Hal ini terlihat dari kemampuan informan untuk menjadikan aturan pemilahan sampah, kedisiplinan, dan kepatuhan terhadap norma sebagai kebiasaan yang dilakukan secara otomatis.

Sejalan dengan penelitian Hafidz et al. (2018), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aturan sosial di Jepang berakar pada nilai budaya yang telah berkembang dalam waktu yang panjang sehingga memerlukan proses penyesuaian bagi para pendatang. Akan tetapi, berdasarkan pengalaman informan, adaptasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan terhadap aturan formal, melainkan juga melibatkan internalisasi nilai-nilai budaya masyarakat Jepang dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, pekerja migran tidak sekadar mematuhi aturan karena kewajiban, tetapi secara bertahap mengadopsinya sebagai bagian dari cara hidup baru yang membentuk identitas mereka di lingkungan transnasional.

Transportasi dan Negosiasi Identitas Budaya

Dalam konteks identitas budaya, salah satu narasumber menyatakan bahwa, *"saya tetap menjalankan puasa dan memperkenalkan budaya Indonesia kepada teman-teman di sini,"* (BR, Wawancara, 18 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa migrasi tidak menyebabkan hilangnya identitas budaya asal, melainkan mendorong individu untuk menyesuaikan sekaligus mempertahankan praktik-praktik budaya yang dianggap penting di lingkungan baru. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, kondisi ini dapat dipahami sebagai proses negosiasi habitus, yaitu ketika disposisi budaya yang telah terbentuk sejak di Indonesia berinteraksi dengan arena sosial baru di negara tujuan tanpa harus menghilangkan identitas asal. Habitus tersebut justru mengalami penyesuaian sehingga mampu berfungsi dalam konteks budaya yang berbeda sambil tetap mempertahankan nilai-nilai yang dianggap esensial.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sulistyowati, (2019) yang menunjukkan bahwa identitas nasional dan budaya asal pekerja migran tetap dipertahankan melalui praktik sosial, aktivitas komunitas diaspora, serta interaksi dengan sesama warga negara di luar negeri. Namun, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih luas dengan

menunjukkan bahwa pelestarian identitas budaya tidak hanya dilakukan melalui komunitas diaspora, tetapi juga melalui interaksi sehari-hari dengan masyarakat lokal, seperti memperkenalkan tradisi Indonesia kepada rekan kerja atau teman di negara tujuan. Identitas budaya tidak bersifat statis, melainkan terus direproduksi dan dinegosiasikan dalam hubungan sosial lintas budaya.

Di sisi lain, hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa upaya mempertahankan identitas budaya berlangsung bersamaan dengan proses adaptasi terhadap nilai dan norma masyarakat setempat. Kondisi tersebut menunjukkan adanya hubungan yang dinamis antara pelestarian identitas asal dan penerimaan terhadap budaya baru. Dalam kerangka Bourdieu, proses ini mencerminkan kemampuan individu untuk menyesuaikan praktik sosialnya dengan tuntutan arena tanpa sepenuhnya meninggalkan modal budaya yang telah dimiliki sebelumnya. Dengan kata lain, identitas budaya PMI dibentuk melalui proses adaptasi dan reproduksi budaya secara simultan.

Transformasi budaya melalui media digital semakin memperkuat proses tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, PMI memanfaatkan media sosial tidak hanya untuk membagikan pengalaman bekerja di luar negeri, tetapi juga untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada audiens yang lebih luas. Temuan ini memperluas hasil penelitian Hadiniyati et al., (2023) yang menyoroti media digital sebagai sarana penyebaran budaya global dan perubahan cara pandang masyarakat terhadap gaya hidup serta sistem nilai. Penelitian ini menunjukkan bahwa arus budaya melalui media sosial tidak berlangsung satu arah menuju globalisasi, tetapi juga memungkinkan PMI menjadi aktor yang secara aktif mereproduksi dan mempromosikan budaya Indonesia di ruang digital. Media sosial berfungsi sebagai arena tempat berlangsungnya pertukaran budaya sekaligus pembentukan identitas transnasional.

Namun demikian, penggunaan media sosial juga menghadirkan tantangan berupa potensi pergeseran nilai akibat paparan budaya global. Putri & Nabila, (2022) menjelaskan bahwa transformasi budaya melalui media sosial dapat mengubah pola interaksi sosial dan kebebasan berekspresi yang terkadang bertentangan dengan nilai-nilai tradisional. Temuan penelitian ini tidak sepenuhnya menunjukkan pergeseran tersebut sebagai proses yang menghilangkan identitas lokal, melainkan memperlihatkan bahwa PMI justru melakukan proses seleksi dan negosiasi terhadap nilai-nilai yang mereka temui. Informan tetap mempertahankan praktik budaya Indonesia, seperti menjalankan ibadah dan memperkenalkan tradisi kepada orang lain, sambil mengadopsi nilai-nilai positif dari masyarakat setempat seperti disiplin dan profesionalisme. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi budaya lebih bersifat adaptif daripada asimilatif.

Lebih lanjut, penelitian Anjani et al., (2025) menempatkan anak-anak pekerja migran sebagai agen pelestarian budaya di tengah arus globalisasi. Temuan penelitian ini melengkapi pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa peran sebagai agen pelestarian budaya sebenarnya telah dimulai sejak generasi pekerja migran itu sendiri melalui praktik representasi budaya di media sosial dan kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, pelestarian identitas budaya tidak hanya bergantung pada komunitas diaspora

atau generasi berikutnya, tetapi juga pada bagaimana PMI secara aktif mereproduksi nilai, tradisi, dan identitas Indonesia dalam interaksi sosial maupun ruang digital.

Media Sosial dan Mobilitas Simbolik

Fenomena yang menarik dari hasil wawancara adalah munculnya Pekerja Migran Indonesia (PMI) sebagai content creator di media sosial. Baik PMI maupun pekerja di Indonesia memandang aktivitas tersebut sebagai sesuatu yang positif selama dilakukan secara jujur dan bertanggung jawab. Salah satu narasumber di Brunei Darussalam menyatakan bahwa,

“media sosial menjadi tempat untuk berbagi pengalaman kerja dan kehidupan di luar negeri” (GM, wawancara, 20 Februari 2026).

Sementara itu, narasumber lain yang bekerja di Jepang menilai bahwa konten yang dibuat PMI dapat memberikan motivasi sekaligus gambaran nyata mengenai kehidupan dan perjuangan pekerja migran kepada masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun citra diri, membagikan pengalaman lintas budaya, dan memperluas pengaruh sosial di ruang digital.

Dalam perspektif Pierre Bourdieu, fenomena tersebut dapat dipahami sebagai strategi akumulasi modal simbolik melalui pemanfaatan arena digital. Media sosial menjadi arena baru tempat PMI mengubah pengalaman kerja dan kehidupan di luar negeri menjadi sumber pengakuan sosial. Dengan menampilkan aktivitas sehari-hari, budaya negara tujuan, maupun proses adaptasi yang mereka alami, PMI tidak lagi dipandang semata-mata sebagai pekerja migran, tetapi juga sebagai individu yang memiliki pengetahuan, pengalaman internasional, dan kemampuan untuk memengaruhi audiens. Pengakuan yang diperoleh melalui jumlah pengikut, interaksi, maupun apresiasi publik dapat meningkatkan posisi sosial mereka secara simbolik, sehingga mobilitas yang terjadi tidak hanya bersifat ekonomi tetapi juga sosial dan kultural.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mughiroh, (2025) yang menjelaskan bahwa produksi konten di media sosial tidak hanya merupakan bentuk ekspresi diri, tetapi juga melibatkan pengelolaan konten yang terencana untuk mencapai tujuan tertentu. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa bagi PMI, produksi konten tidak hanya menjadi strategi personal branding, tetapi juga menjadi sarana berbagi pengalaman migrasi, memperkenalkan budaya negara tujuan, serta membangun narasi mengenai kehidupan pekerja migran kepada masyarakat Indonesia. Media sosial berfungsi sebagai ruang representasi yang mempertemukan kepentingan individu dan fungsi edukatif bagi publik.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa representasi diri yang dibangun PMI melalui media sosial berkaitan dengan pembentukan identitas di ruang digital. Dalam teori Bourdieu, identitas tersebut tidak terbentuk secara alami, melainkan merupakan hasil dari praktik sosial yang berlangsung di dalam arena tertentu dan dipengaruhi oleh kepemilikan modal yang dimiliki individu. Melalui konten yang diunggah

secara konsisten, PMI membangun citra sebagai individu yang berpengalaman, adaptif, dan memiliki wawasan global sehingga memperoleh legitimasi sosial dari audiens digital.

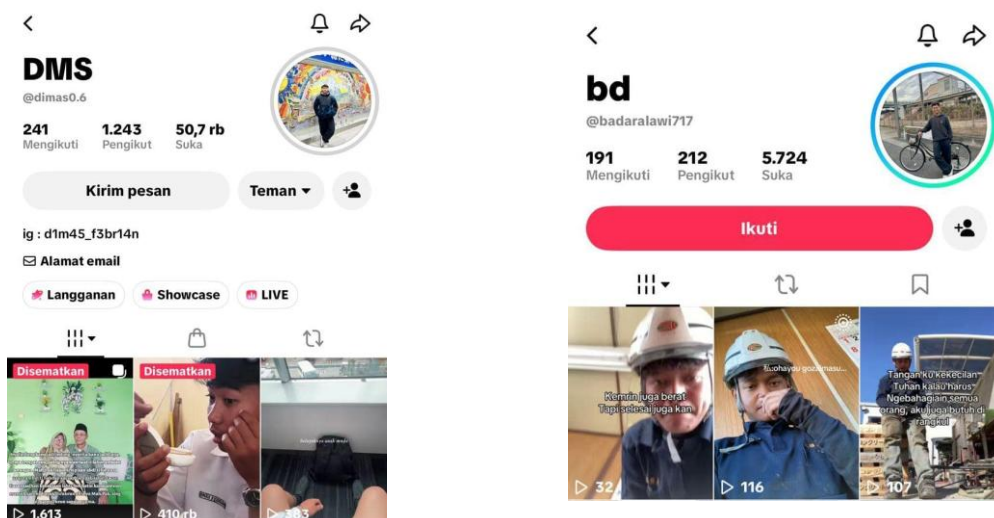
Interpretasi tersebut selaras dengan penelitian Eka M. Taufani et al. (2025) yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan individu membangun personal branding dan merepresentasikan identitas diri kepada publik melalui strategi penyajian konten. Akan tetapi, temuan penelitian ini menunjukkan dimensi yang lebih spesifik, yaitu bahwa personal branding PMI tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan popularitas pribadi, tetapi juga menjadi media penyebaran informasi mengenai budaya kerja, kehidupan sosial, dan realitas migrasi di negara tujuan. Identitas digital yang dibangun memiliki fungsi sosial yang lebih luas dibandingkan sekadar pencitraan individu.

Pengalaman budaya yang disampaikan oleh narasumber di Jepang semakin memperlihatkan bagaimana proses adaptasi membentuk identitas pekerja migran. BR menjelaskan bahwa,

“lingkungan tempat tinggal di Jepang sangat tertata rapi, penggunaan batu kerikil di halaman rumah membuat lingkungan terlihat bersih, serta masyarakat sangat tertib di jalan raya dengan menghargai pejalan kaki dan pesepeda” (BR, wawancara, 18 Mei 2026).

Informan juga mengungkapkan bahwa pada awal kedatangannya mengalami kesulitan mencari makanan halal dan memahami bahasa sehari-hari, tetapi kemudian mulai terbiasa dan mengikuti kebiasaan masyarakat Jepang yang disiplin dan tertib. Bahkan, pengalaman tersebut membuatnya menjadi lebih disiplin terhadap waktu, menjaga kebersihan, dan hidup lebih teratur.

Gambar 1. Akun Media Sosial Narasumber PMI



Sumber: Tiktok (2026)

Dalam perspektif Bourdieu, pengalaman tersebut menunjukkan proses transformasi habitus ketika individu memasuki arena sosial yang baru. Habitus yang sebelumnya dibentuk oleh lingkungan asal mengalami penyesuaian melalui interaksi

berulang dengan norma dan praktik sosial masyarakat Jepang hingga melahirkan pola perilaku baru. Perubahan tersebut tidak berarti menghilangkan identitas asal, melainkan menunjukkan kemampuan habitus untuk beradaptasi dengan struktur sosial yang berbeda sambil tetap mempertahankan nilai-nilai yang dianggap penting.

Temuan ini memperkuat penelitian Fadiyah & Simorangkir, (2021) yang menyatakan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk identitas dan citra diri individu di ruang publik digital. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa identitas digital PMI tidak dapat dipisahkan dari pengalaman adaptasi budaya yang mereka alami secara langsung. Citra yang ditampilkan di media sosial merupakan hasil dari proses negosiasi antara habitus asal dengan pengalaman hidup di negara tujuan, sehingga representasi diri yang muncul tidak hanya mencerminkan strategi pencitraan, tetapi juga transformasi sosial yang dialami pekerja migran. Lebih lanjut, hasil wawancara menunjukkan bahwa tantangan terbesar yang dihadapi PMI di Jepang adalah tekanan kerja yang tinggi, penyesuaian jadwal ibadah, serta tuntutan untuk terus belajar dan beradaptasi. BR menegaskan bahwa,

“kita harus memiliki mental yang kuat, mampu mengatur waktu dengan baik, dan terus belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar agar dapat bertahan dan bekerja dengan nyaman di negara tujuan” (BR, wawancara, 18 Mei 2026).

Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan adaptasi tidak hanya bergantung pada kemampuan teknis, tetapi juga pada kemampuan individu mengembangkan strategi sosial dan budaya dalam menghadapi arena baru. Oleh karena itu, media sosial dan pengalaman migrasi saling berkaitan dalam membentuk identitas, memperluas modal simbolik, serta mereproduksi nilai-nilai budaya yang kemudian menjadi bagian dari kehidupan transnasional PMI.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa migrasi Pekerja Migran Indonesia (PMI) tidak hanya merupakan strategi untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, tetapi juga menjadi proses sosial yang melibatkan adaptasi budaya, negosiasi identitas, dan reproduksi budaya dalam ruang transnasional. Perbedaan budaya kerja dan struktur sosial di negara tujuan, khususnya Jepang dan Brunei Darussalam, mendorong PMI untuk menyesuaikan habitus yang telah terbentuk di Indonesia dengan nilai-nilai baru seperti disiplin, profesionalisme, dan kepatuhan terhadap aturan. Di sisi lain, media sosial berperan sebagai ruang yang memungkinkan PMI mempertahankan identitas budaya Indonesia, membangun relasi sosial lintas negara, serta memperoleh pengakuan sosial melalui representasi diri di ruang digital. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena reproduksi budaya dan mobilitas sosial simbolik bagi pekerja migran.

Implikasi kebijakan dari penelitian ini adalah perlunya pemerintah, lembaga

pelindungan PMI, dan organisasi pendamping migran mengintegrasikan materi literasi digital, komunikasi lintas budaya, dan pengelolaan identitas digital ke dalam program pembekalan prakeberangkatan. Selain itu, perlu dikembangkan program edukasi yang mendorong pemanfaatan media sosial secara bertanggung jawab sebagai sarana berbagi pengalaman, promosi budaya Indonesia, dan pembangunan citra diri yang autentik tanpa mengabaikan norma sosial di negara tujuan. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah informan yang terbatas menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh PMI yang bekerja di berbagai negara tujuan dengan karakteristik budaya yang berbeda. Kedua, penelitian ini lebih berfokus pada pengalaman PMI yang aktif menggunakan media sosial sehingga belum sepenuhnya menggambarkan pengalaman pekerja migran dengan tingkat aktivitas digital yang rendah. Ketiga, penelitian ini belum menganalisis secara khusus perbedaan karakteristik antarplatform media sosial yang dapat menghasilkan bentuk representasi identitas yang beragam.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas cakupan informan dengan melibatkan PMI dari berbagai negara tujuan, sektor pekerjaan, dan tingkat penggunaan media sosial yang berbeda agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk mengkaji secara spesifik platform tertentu, seperti TikTok, Instagram, atau Facebook, guna menganalisis perbedaan pola representasi identitas, reproduksi budaya, dan mobilitas sosial simbolik yang muncul pada masing-masing platform. Selain itu, pendekatan longitudinal dapat digunakan untuk memahami perubahan identitas dan praktik budaya PMI seiring berjalannya waktu sehingga dapat memperkaya kajian mengenai migrasi transnasional di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Al, M., Dan, S., & Heriyanti, L. (2025). Kajian Perubahan Struktur Sosial Pekerja Migran Di Pabrik Kerupuk Dua Ikan Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Idea*, 3(2), 118–126.
- Alaslan, A., Amane, A. P. O., Suharti, B., Laxmi, Rustandi, N., Rahmi, S., Darmadi, & Richway. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 2).
- Anjani, M., Yulianie, P., Karlioni, E., Triyani, & Cionita, T. (2025). Identitas Nasional Anak Pekerja Migran Di Sb Ppwni Klang Selangor, Malaysia, Indonesia, Bugis ? 5(1), 52–61.
- Athallah, M. A., & Dharma, F. A. (2024). Strategi Komunikasi Pekerja Migran Indonesia dalam Mengatasi Culture Shock Selama Bekerja di Jepang. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 5(1), 81–104. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v5i1.9603>
- Darthayasa, I. N., Winarni, I., & Lestari, R. (n.d.). *Pengalaman Pekerja Migran Indonesia (PMI) Yang Mengalami Abuse*. (2), 145–160.
- Eka. M. Taufani, Ardiyansyah, & Al Hafizh, M. (2025). Digital Media and Emotional Communication for Indonesian Migrant Workers (PMIs): A Uses and Gratifications Analysis. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 781–796. <https://doi.org/10.18326/inject.v10i1.4524>
- Fadiyah, D., & Simorangkir, J. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Positif Presiden Joko Widodo pada Pilpres 2019. *Journal of Political Issues*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/jpi.v3i1.48>
- Hadiniyati, G., Annisa, D. T., Nugroho, C., & Lestari, D. M. (2023). Gegar Budaya Mahasiswa Indonesia dalam Komunikasi Antarbudaya di Luar Negeri. *Jurnal Pekommas*, 8(2), 217–230.

- <https://doi.org/10.56873/jpkm.v8i2.5090>
- Hafidz, S., Rizal, A. S., & Budiyantri, N. (2018). Analisis Tradisi Oosouji Jepang dalam Perspektif Islam. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 8(2), 173–197. <https://japanesestation.com/culture/tradition/oosouji-kebiasaan-bersih-bersih-akhir-tahun-di-jepan>
- Husnah, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Migrasi Seumur Hidup Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(2), 331–340.
- Maksum, A., & Surwandono, S. (2018). Nasionalisme Pekerja Migran Indonesia (PMI) Di Malaysia dalam Narasi Media Sosial. *Nation State: Journal of International Studies*, 1(2), 159–179. <https://doi.org/10.24076/nsjis.2018v1i2.124>
- Mughiroh, A. F. (2025). Pelatihan Pemanfaatan dan Strategi Manajemen Media Sosial Sebagai Media Kreator. 6(4), 3084–3093.
- Mujiburrahmad, Hamid, A. H., & Nufus, T. (2021). Pola Migrasi Dan Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Migrasi Penduduk Di Kecamatan Padang Tiji. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 10(3), 419–429.
- Muzaf, I., & Putri, D. F. (2026). Dampak Migrasi Terhadap Sosial Budaya di Kota Batam. 1424–1433.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Oktarina, O., Sarmiati, S., & Asrinaldi, A. (2022). Globalisasi Dan Identitas Budaya Indonesia Melalui Aplikasi Tiktok. 7(2), 277–281.
- Putra, I. G. A. A., & Yulianti, N. P. R. (2022). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Para Pekerja Migran Indonesia (PMI) Di Luar Negeri Dalam Perspektif Hukum Internasional I. *Jurnal Komunikasi Hukum*, 8, 698–708.
- Putri, A. F. H., & Nabila, A. P. (2022). Transformasi Budaya Dalam Media Sosial: Pengaruh Terhadap Identitas Generasi Muda. 02(05), 14–21.
- Robin, P., & Marchella, C. (2024). Habitus, Arena, dan Modal dalam Feminist Mobile Dating App Bumble: Analisis dengan Perspektif Pierre Bourdieu dan Implikasinya terhadap Pendidikan Kewarganegaraan. *Jurnal Citizenship Virtues*, 4(2), 750–759. <https://doi.org/10.37640/jcv.v4i2.2052>
- Sulistiyowati, T. (2019). Model Adaptasi Pekerja Migran Perempuan Dalam Mengkonstruksi Identitas Sosial Di Negara Tujuan. *Jurnal Perempuan Dan Anak*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.22219/jpa.v2i1.5633>
- Susanto, G. A. (2024). Tinjauan Kritis atas Berkembangnya Media Sosial dan Ancaman Terhadap Media Mainstream Menurut Manuel Castells. *Dekonstruksi*, 11(01), 6–16. <https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v11i01.288>
- Tarigan, T. M. (2020). Permasalahan PMI Di Luar Negeri Dan Sejenisnya. *Journal of Gender and Social Inclusion in Muslim Societies*, 70–85.
- Widiyanti, R. Y., Yuniarti, D., & Marwanto, A. D. (2025). Determinan Migrasi Pekerja Migran Indonesia (PMI) ke Luar Negeri Periode 2010-2019. *Jurnal Ilmiah Multidisipin*, 3(3), 77–85. <https://doi.org/10.60126/jim.v3i3.845>
- Zariah, A., Zulaikha, & Maella, N. F. S. (2026). Rekonstruksi Citra Pekerja Migran Indonesia Studi Personal Branding PMI Sebagai Content Creator Tiktok dan Implikasinya pada Persepsi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 3(1 Januari 2026).

Sumber wawancara pribadi

- DF. (2026, Februari 21). Wawancara pribadi. Bandung.
- GM. (2026, Februari 20). Wawancara pribadi. Bandung.
- SR. (2026, Februari 22). Wawancara pribadi. Bandung.
- AP. (2026, Februari 22). Wawancara pribadi. Bandung.
- BR. (2026, Mei 18). Wawancara Pribadi. Bandung.

Sumber lainnya

Tiktok (2026)