

**REALITAS YANG DIRASAKAN DICIPTAKAN DI MEDIA SOSIAL YANG  
MENYEBABKAN MIGRASI BURUH YANG DIINDUKSI  
(KASUS PELATIHAN INTERNAL TEKNIS INDONESIA DI JEPANG)**

**Jeremy Ivander<sup>1</sup>, Kurniawaty Iskandar<sup>2</sup>, Frichicilia Grace Stahlumb<sup>3</sup>**

Universitas Indonesia<sup>1,2,3</sup>

[jeremy.ivander@ui.ac.id](mailto:jeremy.ivander@ui.ac.id)<sup>1</sup>

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini mengeksplorasi fenomena migrasi tenaga kerja terinduksi ke Jepang dengan memeriksa bagaimana beberapa organisasi Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) memanipulasi media untuk membentuk persepsi positif tentang kualitas hidup pekerja asing. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menemukan bahwa media memiliki pengaruh terhadap penilaian individu peserta magang teknis Indonesia dalam membuat keputusan untuk bermigrasi ke Jepang. Peserta magang teknis Indonesia yang tidak mendapatkan informasi komprehensif tentang realitas pekerja asing di Jepang akan mendapatkan informasi yang menjanjikan tanpa kepastian tentang realitas sebenarnya. Manipulasi informasi melalui media untuk memancing calon peserta magang ke Jepang membentuk persepsi positif dari peserta melalui pembentukan 'realitas yang menjanjikan' tentang kehidupan sebagai pekerja di Jepang, tetapi kenyataan dari peserta tidak sesuai dengan yang diharapkan dan digambarkan oleh LPK di media sosial. Simpulan penelitian ini bahwa selain media sosial, hubungan peserta magang juga memainkan peran sebagai penyaring informasi dalam proses pengambilan keputusan.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Migrasi Tenaga Kerja yang Diinduksi, Pemagang Kerja Indonesia, Penetapan Agenda, Pilihan Rasional.

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to explore the phenomenon of induced labor migration to Japan by examining how several Job Training Institute (LPK) organizations manipulate the media to form positive perceptions about the quality of life of foreign workers. This study uses a qualitative method. The research results found that the media had an influence on the individual assessment of Indonesian technical intern participants in making the decision to migrate to Japan. Indonesian technical interns who do not receive comprehensive information about the realities of foreign workers in Japan will receive promising information without certainty about the actual reality. Manipulation of information through the media to lure prospective apprentices to Japan forms positive perceptions of participants through the formation of a 'promising reality' about life as a worker in Japan, but the reality of the participants does not match what is expected and depicted by LPK on social media. The conclusion of this research is that apart from social media, interns' relationships also play a role as an information filter in the decision-making process..*

**Keywords:** Agenda Setting, Indonesian Technical Intern Trainees, Induced Labor Migration, Rational Choice, Sosial Media.

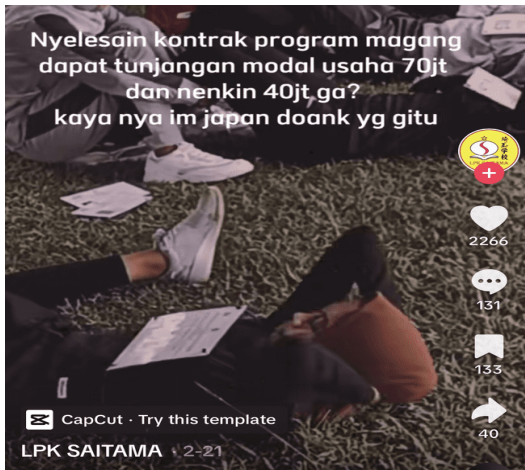
## PENDAHULUAN

Populasi Jepang tumbuh secara signifikan selama setengah abad setelah Perang Dunia II, mencapai 127 juta pada tahun 2000 dari 72 juta pada tahun 1945. Namun, penurunan mulai terjadi pada tahun 2008, dan diperkirakan akan turun menjadi 106 juta pada tahun 2045, sehingga menyebabkan masalah kekurangan tenaga kerja. Masalah ini diperparah dengan keengganan orang Jepang terhadap pekerjaan 3K (kotor, sulit, dan berbahaya) sebagaimana dicatat oleh Mazumi pada tahun 2019. Pekerja Jepang lebih memilih sektor yang lebih baik dengan persaingan yang lebih sedikit. Hal ini memperburuk masalah kekurangan tenaga kerja di Jepang, yang merupakan akibat dari penurunan populasi. Untuk mengatasi tantangan ini, Jepang telah beralih ke Program Pelatihan Magang Teknis (TITP) untuk mengisi kesenjangan tenaga kerja di sektor 3K. TITP, yang dimulai pada tahun 1993, mengundang individu dari negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, untuk memperoleh keterampilan yang relevan dengan industri dan berpotensi menerapkannya di negara asal mereka. Jumlah peserta pelatihan, tidak hanya dari Indonesia tetapi secara global, telah meningkat sejak awal berdirinya.

Ministry of Justice (2020) dalam Tran (2020) menampilkan data peserta pelatihan dari berbagai negara di Jepang pada tahun 2011 hingga 2019. Negara pemasok peserta pelatihan terbesar di Jepang antara lain adalah Thailand, Indonesia, Filipina, Tiongkok, dan Vietnam. Grafik menunjukkan peningkatan yang stabil dalam jumlah peserta pelatihan yang dikirim oleh Thailand, Indonesia, Filipina, dan Vietnam ke Jepang setiap tahunnya. Dari grafik di atas, Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah peserta pelatihan yang dikirim ke Jepang

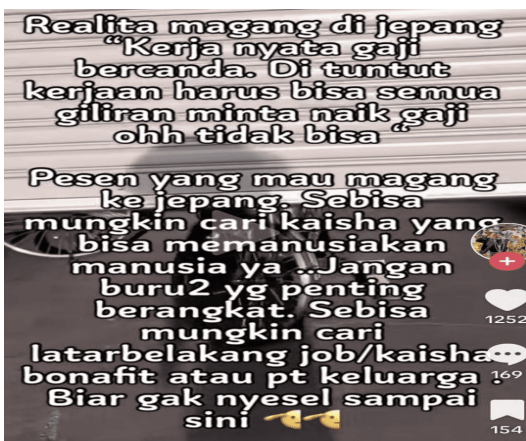
dari 8.181 orang pada tahun 2011 menjadi 35.404 orang pada tahun 2019. Dilaporkan dari Indonesia Research Institute (2023), situs web perusahaan Jepang yang melakukan penelitian di Indonesia, peserta pelatihan asal Indonesia di Jepang bekerja pada berbagai sektor, terbanyak pada sektor konstruksi sebesar 26,6%, disusul teknik mesin sebesar 15,6%, kemudian pertanian sebesar 10,8%, pengolahan makanan sebesar 10,1%, perikanan sebesar 5%, sektor industri yang tidak menjadi sasaran. sektor program pelatihan sebesar 3,5%, tekstil sandang sebesar 1,6%, dan lainnya sebesar 26,9%.

Kekurangan tenaga kerja di Jepang menyebabkan tingginya permintaan akan tenaga kerja asing, termasuk yang berasal dari Indonesia. Menurut situs Kementerian Luar Negeri Indonesia, Indonesia memiliki organisasi pelatihan yang dikenal dengan nama 'Lembaga Pelatihan Kerja' (LPK). Beberapa LPK hanya berfungsi sebagai organisasi pelatihan, sementara yang lain berfungsi sebagai organisasi penyalur tenaga kerja atau organisasi pengirim (SO) dan mempunyai izin untuk mengirimkan pemegang kerja. Dari segi akademis seperti IECs (International Educational Consultancy), organisasi penyalur warga Nepal ke Jepang yang ditulis oleh Kharel (2022) dalam jurnalnya tentang migrasi pelajar Nepal ke Jepang. Mereka menawarkan manfaat menarik bagi individu yang tertarik untuk berpartisipasi dalam program pelatihan. LPK, yang berfungsi sebagai saluran bagi pemegang kerja Indonesia untuk bekerja di luar negeri, sering mempromosikan program pelatihan mereka di internet dan platform media sosial.



**Gambar 1.** Promosi tentang Bekerja di Jepang.

<https://vt.tiktok.com/ZSLRNWxDN>



**Gambar 2.** Konten Media Sosial tentang Realitas Bekerja di Jepang.

<https://vt.tiktok.com/ZSLRFa7hh/>

Pada gambar pertama (kanan) merupakan screenshot video yang diunggah akun LPK dari TikTok. Dalam video tersebut terlihat keuntungan mengikuti program pelatihan, seperti mendapat tunjangan modal usaha sebesar 70 juta dan nenkin (pensiun) sebesar 40 juta setelah menyelesaikan kontrak program pelatihan. Dari dua contoh promosi program pelatihan ke Jepang di atas, yang ingin disampaikan LPK kepada pengguna media sosial adalah dengan mengikuti program pelatihan di Jepang, peserta pelatihan dapat meraih kesuksesan di usia muda. Namun, tidak semua yang terlihat di

media sosial seperti yang digambarkan.

Terkadang setelah trainee memutuskan untuk merantau ke Jepang, ada di antara mereka yang menyadari bahwa kehidupan yang tergambar di media sosial tidak seindah kenyataan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya postingan media sosial tentang pengalaman peserta pelatihan bekerja di Jepang. Gambar kedua (kiri) diambil dari salah satu postingan mantan trainee di Jepang. Dalam video tersebut, ia menulis tentang kenyataan yang dialaminya selama menjadi trainee di Jepang. Dikutip dari video, "Kerja keras dengan gaji yang bercanda. Mereka menuntut kami untuk bisa melakukan segalanya tapi ketika kami meminta kenaikan gaji, oh tentu saja tidak bisa", tulisnya kekesalannya dengan kenyataan gaji di Jepang. Selain itu, beliau juga berpesan untuk tidak terburu-buru dalam mencari perusahaan dan mencari tahu terlebih dahulu latar belakang perusahaan tersebut. Ia pun mengungkapkan penyesalannya mengikuti program tersebut. Ada kekecewaan di kalangan peserta pelatihan setelah ekspektasi mereka terhadap gaji di Jepang tidak sesuai dengan kenyataan.

Terkadang peserta pelatihan terkejut karena gaji yang diberikan tidak sebesar yang diiklankan akibat pemotongan pajak. Namun terkadang juga karena adanya pelanggaran besaran upah yang dilakukan perusahaan Jepang terhadap peserta pelatihan asal Indonesia. Tidak hanya pelanggaran jumlah upah saja, namun juga pelanggaran jam kerja bahkan dalam kasus ekstrim terjadi kekerasan fisik. Beberapa peserta pelatihan yang tidak tahan dengan situasi ini memilih melarikan diri dari perusahaannya dan menjadi pekerja ilegal di sana. Menurut Muhammad Reza Rustam (2022), peneliti tenaga kerja Indonesia di Jepang

dan salah satu pendiri RUMI Jepang, sebuah organisasi yang memberikan perlindungan bagi pekerja Indonesia di Jepang, dalam disertasinya menyebutkan bahwa salah satu pilihan bagi pekerja yang tidak dapat menerima

perlakuan tersebut adalah dengan melarikan diri dari perusahaan. Di bawah ini adalah data buronan peserta pelatihan yang diambil dari Kementerian Kehakiman (2023).

**Tabel 1.** Tabel Kategorisasi Data yang Diperoleh dari Wawancara.

S	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	3566	4847	5803	5058	7089	9052	8796	5885	7167	9006
Vietnam	828	1022	1705	2025	3751	5801	6105	3741	4772	6016
China	2313	3065	3116	1987	1594	1537	1330	964	896	922
Cambodia	-	-	58	284	656	758	462	494	667	829
Myanmar	7	107	336	216	446	345	347	250	227	607
Indonesia	114	276	252	200	242	339	307	240	208	367
Others	304	377	336	346	400	272	245	196	177	265

(Sumber: Data Diolah oleh Penulis Berdasarkan Kementerian Kehakiman (2023))

Tabel di atas menunjukkan jumlah peserta pelatihan yang kabur dari perusahaannya pada tahun 2012 hingga tahun 2021. Jumlah peserta pelatihan yang melarikan diri terus meningkat setiap tahunnya dan menurun pada tahun 2020 ketika jumlah peserta pelatihan yang dikirim dibatasi karena pandemi COVID-19, namun setelah pandemi berakhir pada tahun 2022, angkanya mencapai angka tertinggi sepanjang

masa di hampir setiap negara. Termasuk peserta pelatihan asal Indonesia yang mencapai angka tertinggi sepanjang masa pada tahun 2022. disertasinya juga menyajikan data jenis pelanggaran yang dilakukan perusahaan Jepang, jumlah perusahaan yang melakukan pelanggaran, dan jumlah TKI yang melarikan diri, yang diambil dari Kementerian Kehakiman. (2019).

**Tabel 2.** Tabel Kategorisasi data yang Diperoleh dari Wawancara.

No	Jenis Pelanggaran	Nomor (Peserta Pelatihan )	Nomor (Perusahaan)
1	Pelanggaran upah minimum	57	51
2	Pelanggaran upah kontrak	64	61
3	Pemotongan gaji yang tidak pantas	92	86
4	Tidak dibayarnya upah tambahan untuk kerja lembur, dll.	176	156
5	Jam lembur yang tidak sesuai, dll.	223	189
8	Pelanggaran hak asasi manusia lainnya	30	23
7	Dokumen yang sangat tidak mencukupi	222	195
8	Dokumen kecil yang tidak lengkap	2060	1788
9	Aktivitas penipuan lainnya, dll.	29	25

(Sumber: Data Diolah oleh Penulis berdasarkan Kementerian Kehakiman (2019))

Tabel di atas menunjukkan jenis pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan Jepang serta jumlah perusahaan yang melanggar dan jumlah peserta pelatihan yang melarikan diri. Hal-hal negatif tersebut tidak hanya terlihat pada konten postingan atau iklan LPK saja, namun juga tidak pada materi yang diajarkan di LPK. Sehingga ketidaktahuan tersebut menimbulkan perasaan kaget dan terkejut karena para pemegang tidak diberitahu sebelumnya mengenai hal tersebut.

Periklanan merupakan suatu bentuk komunikasi non-pribadi yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang teridentifikasi dengan jelas untuk mempengaruhi masyarakat agar membeli produk dengan membayar media yang digunakan (Kriyantono, 2008). Oleh karena itu, biasanya perusahaan hanya fokus pada aspek positif dari produknya dan tidak menyebutkan kekurangannya. Terkadang kita melihat iklan di internet atau di televisi yang sangat menggiurkan, dan ketika kita membeli produk tersebut ternyata berbeda dari yang kita bayangkan, dan pada akhirnya kita harus menerima bahwa kita mungkin kehilangan uang. Namun, berbeda dengan membeli barang, permasalahan utama di sini menyangkut nyawa seseorang; mereka tidak hanya kehilangan sejumlah uang, namun juga sejumlah besar uang dan waktu. Hak konsumen diatur oleh pemerintah Indonesia dalam UU Perlindungan Konsumen Pasal 4C: “hak atas informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai keadaan dan jaminan barang dan/atau jasa” dan juga kewajiban pelaku usaha pada Pasal 7B: “memberikan keterangan yang akurat, jelas, dan jujur mengenai keadaan dan jaminan suatu barang dan/atau jasa serta menjelaskan kegunaan, perbaikan, dan pemeliharannya.” Melihat latar

belakang permasalahan di atas, kami merasa perlu untuk mendeskripsikan dan mengungkap bagaimana beberapa Lembaga Pelatihan (LPK) memanfaatkan media sosial untuk menciptakan citra subjektif positif Jepang guna menarik individu untuk berpartisipasi dalam program mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini kami menggunakan pendekatan metode wawancara mendalam kualitatif. Wawancara dilakukan dengan peserta pelatihan saat ini dan mantan peserta pelatihan. Wawancara ini akan mengeksplorasi persepsi peserta pelatihan mengenai Jepang sebagai tujuan migrasi yang diinginkan, motivasi mereka untuk bermigrasi ke Jepang, dan pengalaman mereka di Jepang. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang fenomena migrasi yang dipicu ke Jepang dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan peserta pelatihan untuk bermigrasi ke Jepang serta kenyataan setelah tiba di Jepang. Kami melakukan wawancara mendalam terhadap 5 orang Indonesia Technical Intern Trainee yang saat ini bekerja di Jepang dan atau pernah bekerja di Jepang. Selain itu, kami juga melakukan wawancara kepada pegawai LPK untuk memperkuat pernyataan dan memberikan bukti bahwa LPK membuat konten promosi yang hanya menampilkan sisi positif Jepang untuk memikat peserta pelatihan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini akan menganalisis pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi seseorang terhadap gambaran kualitas hidup di Jepang yang kemudian menjadi faktor keputusan seseorang untuk bermigrasi ke Jepang. Kemudian akan dikaji pula apakah terdapat perbedaan antara

gambaran dan kenyataan yang dialami seseorang di Jepang. Untuk memperoleh data penelitian, kami melakukan wawancara mendalam kepada informan yang pernah menjadi peserta pelatihan. Untuk melakukan wawancara, kami telah merancang pertanyaan wawancara. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dirancang untuk memperoleh informasi yang relevan dan cukup mengenai topik

yang diteliti. Pertanyaan wawancara dirumuskan berdasarkan tujuan penelitian serta teori yang digunakan dalam penelitian. Data yang diperoleh dari wawancara kemudian disaring, dikategorikan, dan dikelompokkan untuk memudahkan analisis data nantinya. Berikut dibawah ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara yang telah diberi label dan dikelompokkan:

**Tabel 3.** Tabel Kategorisasi Data yang Diperoleh dari Wawancara.

Kategori		Daftar Jawaban yang Dikumpulkan dari Wawancara
Kategori alasan merantau dan meninggalkan Indonesia		Ingin bekerja di luar negeri dengan gaji lebih tinggi dari Indonesia; Ingin bekerja di negara dengan program keamanan dan kesehatan yang baik tidak seperti Indonesia; Bisa menikmati 4 musim berbeda dengan Indonesia, ingin meningkatkan status sosial dengan bekerja di luar negeri.
Kategori asal informasi tentang Jepang dan negara alternatif lainnya		Dari media sosial dan dari koneksi yang bekerja di luar negeri.
kategori harapan informan terhadap kehidupan di Jepang	Dari Media Sosial	Gaji tinggi; Orang-orang yang ramah; Budaya yang menarik; Jumlah lowongan kerja; Masyarakat menggunakan transportasi umum; Keamanan tinggi; Infrastruktur kota yang baik; Program kesehatan yang baik; Pendidikan yang baik; Budaya yang menarik; Teknologi modern; Bisa jalan-jalan; Kualitas hidup yang tinggi; Dapat menikmati 4 musim.
	Dari Internet	Gaji tinggi; Program keselamatan dan kesehatan yang baik; Kualitas hidup yang tinggi; Budaya yang menarik; Bisa berlatih bahasa Jepang; Dapat meningkatkan status sosial.
Kategori realitas informan ketika merantau ke Jepang		Masyarakat cenderung menggunakan transportasi umum; Keamanan tinggi; Infrastruktur kota yang baik; Program kesehatan yang baik; Pendidikan yang baik; Budaya yang menarik; Teknologi canggih; Akan bisa jalan-jalan; Kualitas hidup yang tinggi; Akan dapat menikmati 4 musim; Gaji tinggi tetapi akan dipotong pajak yang tinggi dan biaya hidup yang tinggi; Ada diskriminasi terhadap orang asing; Ada banyak lowongan untuk melakukan pekerjaan 3D; Ada orang yang memperlakukan trainee dengan buruk tapi tidak semuanya, ada juga yang ramah; Bisa berlatih bahasa Jepang; Dapat meningkatkan status sosial.
Kategori untuk negara alternatif		Jepang; Jerman; Korea Selatan; Turki
Kategori alasan memilih negara alternatif		Gaji tinggi; Program keselamatan dan kesehatan yang baik; Kualitas hidup yang tinggi; Dapat menikmati 4 musim; Budaya yang menarik.
Kategori alasan untuk tidak memilih negara alternatif		Terlalu jauh dari Indonesia; Budayanya terlalu berbeda dengan Indonesia.

Untuk menguji bagaimana LPK menggunakan media sosial untuk menciptakan realitas kualitas hidup di

Jepang, kami menggunakan teori Agenda Setting dan Teori Pilihan Rasional. McCombs (2016) dalam jurnalnya

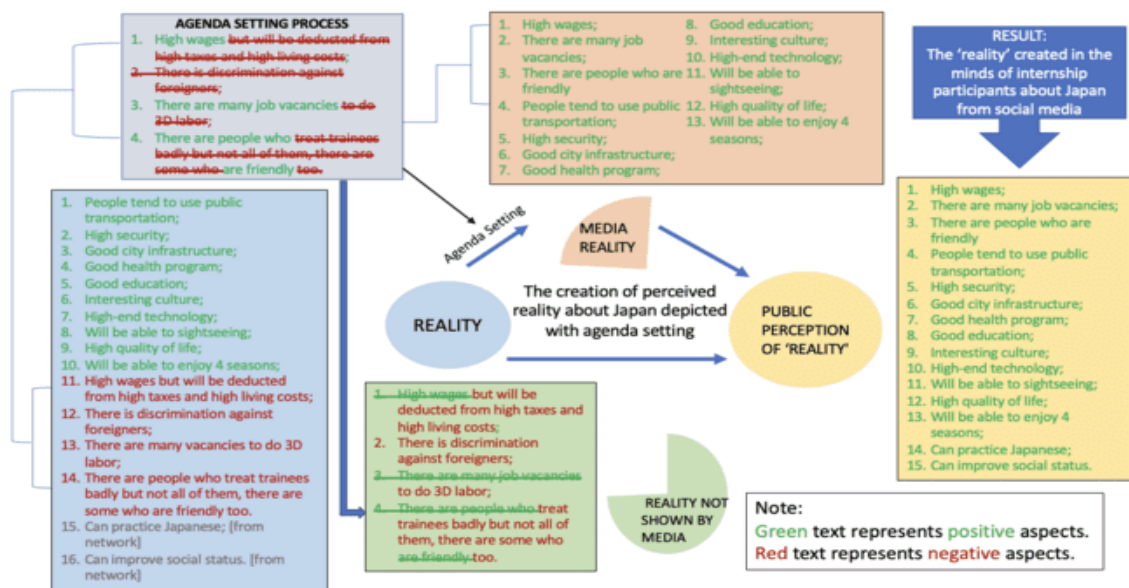


menjelaskan bahwa teori ini berkaitan dengan kekuatan media massa dalam memilih dan menentukan isu-isu yang menjadi prioritas masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa media massa tidak hanya memberikan informasi mengenai suatu topik tertentu, namun juga mempengaruhi seberapa penting topik tersebut bagi masyarakat. Dalam konteks ini, media massa berperan penting dalam membentuk persepsi dan pemahaman masyarakat terhadap berbagai permasalahan sosial, politik, dan ekonomi. Yoshimichi Sato (2013), sosiolog dari Tohoku University Jepang berpendapat bahwa teori pilihan rasional adalah kerangka kerja yang digunakan untuk menjelaskan fenomena sosial dengan mengasumsikan bahwa individu membuat pilihan rasional berdasarkan preferensi dan batasan subjektifnya. Teori ini mempertimbangkan lima elemen penting: kendala, pilihan yang tersedia (alternatif), hasil dari pilihan, manfaat yang diharapkan, dan keyakinan. Teori ini juga menekankan peran informasi yang tidak sempurna dan tidak lengkap, karena individu memegang keyakinan tentang dunia dan

memperbarui keyakinan tersebut berdasarkan informasi baru.

### Realitas yang Dirasakan Dibentuk oleh Agenda Setting LPK.

Pertama, kami mengkaji bagaimana proses media sosial mempengaruhi persepsi peserta pelatihan Indonesia mengenai Jepang. Persepsi ini, pada gilirannya, berdampak pada proses pengambilan keputusan bagi peserta pelatihan yang mempertimbangkan untuk bermigrasi ke Jepang. LPK yang menggunakan media sebagai alat untuk membentuk persepsi dapat dianalisis melalui kacamata teori agenda setting. Penetapan agenda adalah proses di mana media massa memilih, menyajikan, dan mengatur isu-isu yang dianggap penting bagi publik. Penetapan agenda melalui media sosial dapat memainkan peran penting dalam menarik masyarakat Indonesia untuk mempertimbangkan migrasi ke Jepang. Ketika kami mengadaptasi teori agenda setting ini dengan pengalaman para informan kami, maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:



**Gambar 3.** Model Agenda Setting Menggunakan Data yang Diperoleh dari Wawancara.

Gambar 3 adalah representasi skematis dari penciptaan realitas yang dirasakan tentang Jepang menggunakan media sosial, memanfaatkan teori agenda setting. Skema ini dibangun berdasarkan hasil yang diperoleh dari wawancara. Hasil tersebut berupa perbandingan antara variabel “kategori realitas informan ketika bermigrasi ke Jepang” dan “kategori ekspektasi informan terhadap kehidupan di Jepang melalui media sosial”.

Pada skema ini, bagian realitas diisi dengan “kategori realitas informan ketika mereka bermigrasi ke Jepang dari media sosial”, yaitu: “Masyarakat cenderung menggunakan transportasi umum; Keamanan tinggi; Infrastruktur kota yang baik; Program kesehatan yang baik; Pendidikan yang baik; Budaya yang menarik; Teknologi canggih; Akan bisa jalan-jalan; Kualitas hidup yang tinggi; Akan dapat menikmati 4 musim; Gaji tinggi tetapi akan dipotong pajak yang tinggi dan biaya hidup yang tinggi; Ada diskriminasi terhadap orang asing; Ada banyak lowongan untuk melakukan pekerjaan 3D; Ada orang yang memperlakukan trainee dengan buruk tapi tidak semuanya, ada juga yang ramah; Bisa berlatih bahasa Jepang; Dapat meningkatkan status sosial”. Bagian realitas media diisi dengan “kategori harapan hidup informan di Jepang dari media sosial”, yaitu: “Upah tinggi; Orang-orang yang ramah; Budaya yang menarik; Jumlah lowongan kerja; Masyarakat menggunakan transportasi umum; Keamanan tinggi; Infrastruktur kota yang baik; Program kesehatan yang baik; Pendidikan yang baik; Budaya yang menarik; Teknologi modern; Bisa jalan-jalan; Kualitas hidup yang tinggi; Dapat menikmati 4 musim”. Melalui perbandingan ini, kita bisa menganalisis apa yang disembunyikan media. Untuk memudahkan analisa, kami menuliskan variabelnya menjadi dua warna. Variabel

yang ditulis dengan warna hijau melambangkan hal positif, sedangkan variabel yang ditulis dengan warna merah melambangkan hal negatif. Dalam proses penetapan agenda, media memilah apa yang perlu dibagikan kepada publik.

Setelah membandingkan kenyataan di Jepang dengan ekspektasi media, LPK hanya menunjukkan sisi positif Jepang. Hal-hal negatif dipotong dan dimodifikasi menjadi positif, misalnya variabel negatif “Upah tinggi tetapi akan dipotong pajak tinggi dan biaya hidup tinggi” dimodifikasi menjadi “upah tinggi” positif. Selain itu, bahkan ada variabel yang diputuskan untuk tidak ditampilkan sama sekali yaitu variabel “Ada Diskriminasi Terhadap Orang Asing”. Hal ini menyisakan kenyataan yang terpotong dan tidak diperlihatkan oleh media. Realitas tersebut termasuk dalam bagian “Realitas yang tidak ditampilkan oleh media”, yaitu: “Upah akan dikenakan pajak, dan biaya hidup mahal; Ada orang yang memperlakukan peserta pelatihan dengan buruk; Ada diskriminasi terhadap orang asing; kerja 3D”. Dengan adanya agenda media setting, pandangan informan terhadap Jepang juga ikut terpengaruh sehingga tercipta persepsi realitas Jepang yang berisi hal-hal positif yang dibentuk melalui media. Pandangan para informan terhadap Jepang dimasukkan dalam “bagian persepsi masyarakat terhadap realitas”, yaitu: “Upah tinggi; Orang-orang yang ramah; Budaya yang menarik; Jumlah lowongan kerja; Masyarakat menggunakan transportasi umum; Keamanan tinggi; Infrastruktur kota yang baik; Program kesehatan yang baik; Pendidikan yang baik; Budaya yang menarik; Teknologi modern; Bisa jalan-jalan; Kualitas hidup yang tinggi; Dapat menikmati 4 musim”.

Agar pernyataan-pernyataan di atas tidak terkesan subjektif dan menuduh, maka kami perkuat bukti apakah benar



beberapa LPK melakukan agenda setting dengan cara menutup fakta-fakta negatif dan menanamkan image positif Jepang kepada peserta pelatihan, dengan melakukan wawancara kepada tiga informan yang merupakan pekerja atau mantan pekerja di LPK yang bersedia diwawancarai mengenai hal tersebut. Pernyataan ketiga informan dapat dilihat pada tabel berikut: *“Ya, mereka hanya menampilkan hal-hal yang baik dan menutupi hal-hal negatif. Mereka hanya menjual mimpi. Jadi, mereka hanya menulis tentang hal-hal yang baik saja, seperti bagaimana orang bisa bekerja di Jepang atau mendapat gaji yang tinggi, tapi sebenarnya yang didapat tidak sesuai dengan janji. Seikatsuhi (biaya hidup) juga tinggi di Jepang, jadi kalau dihitung-hitung, hampir sama dengan di Indonesia.”*

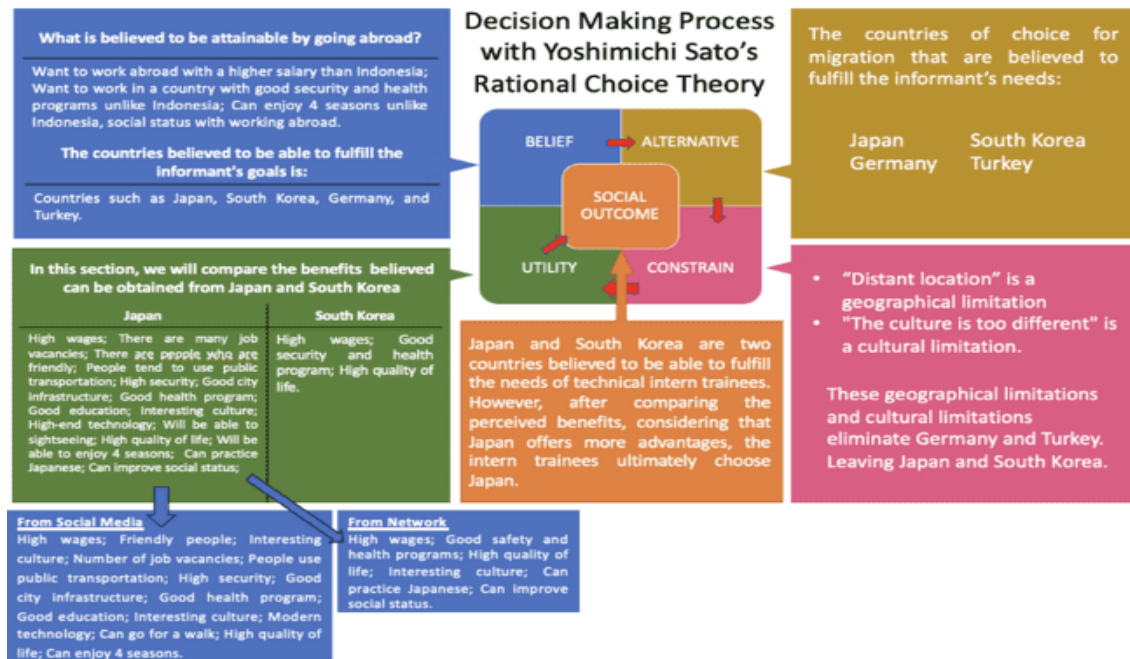
*“Betul (mereka hanya menampilkan yang bagus dan menutupi yang negatif). Kalau soal periklanan, mereka tidak akan menampilkan sesuatu yang negatif, bukan? Selain itu, hal-hal seperti kekerasan atau diskriminasi terjadi di mana-mana. Semua orang pasti sudah mengetahuinya.”*

Pernyataan di atas merupakan hasil wawancara dengan pegawai LPK. LPK sengaja hanya menampilkan sisi positif dari program pelatihan ke Jepang dan menyembunyikan sisi negatifnya untuk menarik perhatian peserta pelatihan. Jika dilihat dari hasil analisis agenda setting sebelumnya, dapat dikatakan bahwa LPK berhasil menanamkan citra positif Jepang kepada para peserta pelatihan. Alhasil, dengan informasi yang ditanamkan, terbentuklah realitas yang dirasakan di kepala peserta pelatihan tentang Jepang.

### **Media sebagai Bagian dari Pengambilan Keputusan Migrasi**

Berdasarkan gambaran Jepang yang telah terbentuk oleh media sebelumnya, bagaimana proses pengambilan keputusan para informan hingga mengambil keputusan untuk bermigrasi ke Jepang, apakah ada faktor lain yang menjadi pertimbangan, dan apakah ada alternatif negara lain. daripada Jepang yang akan kita bahas kali ini. Untuk menganalisa hal ini, kita akan menggunakan Teori Pilihan Rasional.

Teori Pilihan Rasional dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena sosial dengan mengasumsikan bahwa individu membuat pilihan rasional berdasarkan preferensi dan batasan subjektif mereka. Teori ini mempertimbangkan lima elemen penting: kendala, pilihan yang tersedia (alternatif), hasil dari pilihan tersebut, manfaat yang diharapkan, dan keyakinan. Batasan mempengaruhi pilihan dengan membuat beberapa alternatif menjadi tidak relevan. Kendala subjektif, yang dipengaruhi oleh sumber daya sosial dan interaksi dengan orang lain, membentuk pilihan individu. Dengan analisis ini, kami ingin mengetahui bagaimana alur pertimbangan dan proses pengambilan keputusan para informan bermigrasi ke Jepang dibandingkan ke negara lain. Analisis akan dilakukan dengan memasukkan variabel-variabel dari kategori alternatif pilihan negara, kategori alasan memilih negara dalam kategori alternatif, kategori alasan tidak memilih negara dalam kategori alternatif dan kategori harapan informan terhadap gambaran negara. kehidupan di Jepang dalam model Teori Pilihan Rasional. Hasil analisis dapat dilihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Proses Pengambilan Keputusan dengan Teori Pilihan Rasional Yoshimichi Sato.

Gambar 4 merupakan skema model Teori Pilihan Rasional. Setelah memasukkan data yang diperoleh dari wawancara terhadap lima informan, data tersebut dimasukkan ke dalam skema Teori Pilihan Rasional. Skema model Teori Pilihan Rasional ini didasarkan pada 5 komponen terpenting yang disebutkan Yoshimichi Sato dalam jurnalnya, yaitu keyakinan, alternatif, kendala, utilitas, dan hasil sosial.

Pada bagian keyakinan disertakan "kategori tujuan migrasi dan keluar Indonesia". Kategori inilah yang diyakini para informan dapat mereka peroleh dengan bermigrasi ke luar negeri. Kemudian pada bagian kepercayaan dimasukkan negara pilihan informan yaitu: Jepang, Jerman, Korea Selatan, dan Turki. Ini adalah negara-negara yang menurut informan dapat memenuhi tujuan yang telah disebutkan sebelumnya. Dengan keyakinan tersebut, informan menjadikan keempat negara tersebut sebagai pilihan negara tujuan migrasi pada bagian alternatif. Pada bagian kendala terdapat batasan yang diambil dari "kategori alasan tidak

memilih negara alternatif", seperti "terlalu jauh dari Indonesia" (keterbatasan geografis) dan "kebudayaan terlalu berbeda" (keterbatasan budaya). Kemudian berdasarkan informan, pembatasan tersebut menghilangkan Jerman dan Turki, menyisakan dua negara yaitu Jepang dan Korea Selatan.

Selanjutnya, dua negara yang tersisa digambarkan sebagai keuntungan atau keuntungan yang dapat diperoleh dengan bermigrasi ke negara-negara tersebut pada bagian utilitas. Informasi informan tentang apa yang mereka yakini dapat diperoleh di Jepang terbentuk dari gambaran-gambaran yang terbentuk dari media (hasil agenda setting sebelumnya) dan hasil informasi yang diperoleh dari jaringan informan. Sehingga setelah digabungkan, informasi informan tentang Jepang adalah: "Upah tinggi; Orang-orang yang ramah; Budaya yang menarik; Jumlah lowongan kerja; Masyarakat menggunakan transportasi umum; Keamanan tinggi; Infrastruktur kota yang baik; Program kesehatan yang baik; Pendidikan yang baik; Budaya yang

menarik; Teknologi modern; Bisa jalan-jalan; Kualitas hidup yang tinggi; Dapat menikmati 4 musim”. Pengetahuan informan tentang Jepang lebih luas dan baik, sehingga setelah mempertimbangkan, informan memutuskan untuk memilih Jepang sebagai negara tujuan migrasi.

Dengan banyaknya informasi tentang Jepang ini, Trainee akhirnya datang ke Jepang. Namun, ketika mereka tiba di Jepang, terdapat perbedaan antara Jepang dalam kenyataan yang dirasakan di kepala Trainee dan Jepang dalam kenyataan. Ternyata, gaji yang didapat tidak sebesar gaji yang diiklankan setelah dipotong pajak dan biaya hidup yang mahal. Perbedaan ini membuat peserta pelatihan merasa kecewa dan tertipu oleh LPK. Hal ini terlihat dengan lima dari lima informan merasa kecewa setelah tiba di Jepang. Berikut salah satu informan (trainee magang Indonesia) ketika ditanya mengenai kekecewaannya terhadap Jepang.

*“Wah, banyak sekali perbedaannya. Mereka (LPK) tidak pernah menyinggung hal itu di kelas. Saya mendapat banyak pekerjaan kasar. Lalu soal gaji, saya tahu pasti gaji saya akan dipotong pajak, di Indonesia pun sama, tapi saya tidak tahu kalau potongannya lumayan besar juga. Salah saya juga karena tidak mencari tahu lebih lanjut. Lalu biaya hidup juga cukup besar, sehingga sulit untuk bepergian. Orang Jepang itu ramah, sering lihat di TikTok, orang Jepang itu ramah, tapi ternyata ada juga orang yang kasar. Saya juga pernah didiskriminasi di Jepang. Rekan genba (tempat kerja) saya bilang 'Indonesia ni kaere!' (Kembali ke Indonesia!) bagiku. Itu tidak sopan, hahaha.”*

*“Pengalaman yang saya dapatkan selama berlatih di Jepang tidak seperti yang saya bayangkan. Upah yang diperoleh dari bekerja terkesan tinggi,*

*namun jika dihitung termasuk biaya hidup, biaya transportasi, dan potongan pajak, maka upah yang diperoleh tidaklah cukup. Belum lagi pembayaran cicilannya ke LPK. Lalu jika dibandingkan dengan ekspektasi saya terhadap orang Jepang, apa yang saya alami tidak sesuai dengan ekspektasi saya karena yang saya rasakan adalah orang Jepang seolah-olah mendiskriminasi saya karena saya orang Indonesia dan bahasa Jepang kurang lancar, serta warna kulit saya lebih gelap.”*

Setelah menganalisis data yang dikumpulkan, menjadi jelas bahwa media memainkan peran penting dalam menentukan keputusan untuk bermigrasi. Selain media sosial, temuan lain dari penelitian ini adalah bahwa hubungan juga berfungsi sebagai sumber informasi mengenai persepsi Jepang bagi para informan. Hal ini didukung oleh fakta bahwa dua dari lima informan mengungkapkan bahwa mereka memperoleh wawasan tentang kehidupan di Jepang melalui teman atau kenalan yang sebelumnya pernah bekerja di sana. Selain itu, ada juga yang memperoleh informasi ini dari kelompok komunitas pemegang teknik Indonesia.

Terbukti bahwa hubungan juga berperan dalam membentuk pemahaman hidup di Jepang. Peneliti berspekulasi bahwa hal ini dipengaruhi oleh konsep identitas sosial yang menumbuhkan kepercayaan dan kedekatan antar individu yang timbul dari kesamaan tujuan para informan dan hubungan mereka sebagai sesama warga Indonesia yang mencari pekerjaan di Jepang. Dalam konteks ini, teori identitas sosial seperti yang dijelaskan Tajfel sangat relevan. Tajfel (1979) menjelaskan bahwa kelompok (misalnya, kelas sosial, keluarga, tim olahraga, dll.) dimana seseorang menjadi anggotanya merupakan sumber kebanggaan dan

harga diri yang signifikan. Kelompok-kelompok ini memberi kita rasa identitas sosial: perasaan memiliki dalam dunia sosial. Dengan kedekatan yang muncul, pemegang kerja mungkin menaruh kepercayaan pada apa yang disampaikan oleh jaringan mereka, meskipun tidak semua hal yang dibagikan oleh jaringan tersebut akurat dan dapat bervariasi tergantung tempat kerja. Akan sangat menarik bagi penelitian di masa depan untuk menyelidiki lebih jauh fenomena ini.

Lebih lanjut, temuan data juga menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong para informan bermigrasi dari Indonesia dan memilih Jepang sebagai negara tujuan adalah faktor ekonomi. Hal ini terlihat dari konsistennya penyebutan gaji atau upah sebagai faktor penentu oleh empat dari lima informan. Namun selain faktor ekonomi, faktor lain juga memegang peranan penting, terutama faktor status sosial. Dua dari lima informan menyatakan bahwa pertimbangan terkait status sosial juga sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk bermigrasi ke Jepang.

Konsep teori pencapaian status yang awalnya diperkenalkan oleh Duncan menjadi relevan dalam konteks ini. Seperti dijelaskan di situs resmi Ensiklopedia, teori pencapaian status mengacu pada proses di mana individu memperoleh posisi dalam sistem stratifikasi sosial suatu masyarakat, yang dikenal sebagai pencapaian status. Ketika kita memandang stratifikasi sosial sebagai imbalan yang ditawarkan oleh masyarakat dan sumber daya yang digunakan individu untuk memperoleh imbalan tersebut, maka pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan merupakan faktor kuncinya. Bagi para informan, bekerja di Jepang dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan status sosial mereka, selain itu ada persepsi

bahwa masyarakat memandang bekerja di luar negeri sebagai salah satu bentuk kesuksesan.

## SIMPULAN

Dalam kasus migrasi tenaga kerja melalui TITP dari Indonesia ke Jepang, pengaruh media sosial terbukti memberikan dampak yang sangat besar dalam membentuk persepsi peserta migran mengenai Jepang sebagai negara tujuan migrasi. Beberapa LPK di Indonesia berperan dalam penetapan agenda, menyoroti aspek-aspek positif Jepang untuk menarik perhatian dan menanamkan citra positif Jepang di benak peserta pelatihan. Namun dampaknya menciptakan realitas Jepang yang agak ideal dan cenderung positif. Hal ini, pada gilirannya, mempengaruhi keputusan rasional peserta pelatihan dalam memilih untuk bermigrasi, sehingga mengarahkan mereka untuk memutuskan bekerja di Jepang. Namun kenyataannya tidak sejalan dengan dunia ideal yang mereka bayangkan. Hal ini membuat peserta pelatihan merasa kecewa dan tertipu.

Data menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran utama dalam membentuk perspektif peserta pelatihan tentang Jepang. Namun demikian, ditemukan bahwa hubungan atau hubungan antarpribadi juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mereka terhadap Jepang. Diduga rasa percaya tumbuh dalam identitas sosial yang dimiliki oleh peserta pelatihan dan hubungan mereka sebagai sesama warga negara Indonesia yang berminat bekerja di Jepang. Namun, apa yang mereka sampaikan mungkin tidak selalu akurat atau dapat diterapkan pada semua situasi.

Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa meskipun faktor ekonomi tetap menjadi pertimbangan utama peserta pelatihan dalam memilih Jepang sebagai

tujuan migrasi, status sosial juga memainkan peran penting. Masyarakat diduga cenderung memberikan nilai yang lebih tinggi kepada Jepang dan menganggapnya lebih unggul. Oleh karena itu, beberapa peserta pelatihan percaya bahwa bekerja di Jepang dapat meningkatkan status sosial mereka.

Dari penelitian ini disarankan agar:

- (1) Sangat penting bagi masyarakat Indonesia, khususnya calon pemegang kerja untuk lebih memahami situasi ketenagakerjaan di Jepang dan tidak langsung percaya dengan informasi di media sosial dan melakukan crosscheck terlebih dahulu sebelum menjadi besar keputusan.
- (2) LPK harus mampu menjelaskan keadaan sebenarnya di Jepang dan tidak menyembunyikan apapun kepada calon peserta pelatihan.
- (3) LPK harus mampu memberikan pembekalan kepada calon peserta pelatihan tentang apa yang diharapkan di Jepang dan mendidik mereka mengenai hak-hak mereka serta memberikan panduan tentang apa yang harus dilakukan jika terjadi pelanggaran oleh perusahaan tuan rumah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- "Status Attainment." Encyclopedia of Sociology. Retrieved June 14, 2024 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/status-attainment>
- Embassy of the Republic of Indonesia in Tokyo Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. (n.d.). Retrieved November 10, 2023 from: <https://kemlu.go.id/tokyo/en>
- Fukuda, S., & Okumura, K. (2020). Regional Convergence Under Declining Population: The Case of Japan. *Japan and the World Economy*, 55, 101023. <https://doi.org/10.1016/j.japwor.2020.101023>
- Indonesia Research Institute. (2023). 「人材の宝庫インドネシアレポート①」技能自習生の基本情報 路インドネシア人受け入れのメリット [Report on Indonesia, a Treasure Trove of Human Resources ① Basic Information on Technical Intern Trainees and the Benefits of Accepting Indonesians]. Retrieved November 10, 2023 from: <https://www.indonesiasoken.com/news/basic-information-on-technical-intern-trainees-and-benefits-of-accepting-indonesians/>
- Kharel, D. (2022). Student Migration from Nepal to Japan: Factors Behind the Steep Rise. *Asian and Pacific Migration Journal*, 31(1), 26–51. <https://doi.org/10.1177/01171968221085766>
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Mazumi, Y. (2019). What Shapes Local Demand for “Guest Worker” Migrants in Japan? The Case of The Seafood Processing Industry. *Contemporary Japan*, 31(1), 2–20. <https://doi.org/10.1080/18692729.2018.1563346>
- McCombs, M., & Valenzuela, S. (2014). Agenda-Setting Theory. *Oxford Handbooks Online*. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.48>
- Ministry of Justice Japan. (2019). 調査・検討結果報告書 [Report of Survey and Evaluation Results]. Retrieved November 10, 2023 from: Ministry of Justice: <http://www.moj.go.jp/content/001290906.pdf>

- Ministry of Justice Japan. (2023). 技能自習生の失踪者数の推移（平成25年～令和3年） [Number of Missing Technical Intern Trainees (2013-2022)]. Retrieved November 10, 2023 from: Ministry of Justice: <https://www.moj.go.jp/isa/content/001362001.pdf>.
- Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. <https://peraturan.bpk.go.id/Download/33784/UU%20Nomor%208%20Tahun%201999.pdf>
- Rustam, M. R. (2022). Violence, Silence, and Vulnerabilities of Migrant Workers in Japan: Study of Indonesia Technical Intern Trainees in Japan (dissertation). Hiroshima University. Hiroshima
- Sato, Y. (2013). Rational Choice Theory. *Sociopedia*. <https://doi.org/10.1177/205684601372>
- Tajfel, H., & Turner, J.C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In W.G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33-47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tran, B.Q. (2020). Vietnamese Technical Trainees in Japan Voice Concerns Amidst COVID-19. *The Asia-Pacific Journal*, 18(18), 1-15. <https://apjif.org/2020/18/tran>