

## Memilih Menampilkan atau Tidak Menampilkan? Orientasi Masa Depan Pemuda di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dalam Tampilan Instagram

Qonita Luthfia Alimah

Universitas Gadjah Mada

qonita.luthfia.alimah@mail.ugm.ac.id

Submitted: 17 January 2023; Revised: 26 January 2023; Accepted: 31 January 2023

### ABSTRACT

Late modernity has had a major impact on the transition of youth into the world of work. Threats and risks from the existence of technology created a more dynamic labor market. Therefore, it forces youth to develop strategies that are tailored to the orientation of the job in the future. The studies placed more emphasis on strategies carried out by youth. Even in the context of late modernity, youth people also expand the dimensions of their strategy to penetrate the digital world, one of which is by using Instagram. Instagram is used as a medium to show their identity and biography in order to support young people's self-representation toward their future job. The future orientation typology of Ranji Devadason as a tool to analyze the alignment of this strategy with their future job. This study used a narrative method by combining in-depth interviews and social media tours to be able to photograph the existing reality. The findings in this study indicated that youth people constructed their identities and biographies in a Do It Yourself (DIY) way on Instagram as an effort to reach their dream job and support the work that is currently being carried out.

**KEYWORDS** Youth | Late Modernity | Individualization | Future Orientation | Instagram

### PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat secara global kini mengarah pada fase baru yaitu modernitas lanjut yang berdampak pada munculnya krisis, transformasi, dan perubahan-perubahan yang mulai muncul secara radikal di masyarakat (Beck, Bonss, dan Lau 2003). Perubahan yang terjadi turut mengubah cara pandang akan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tidak serta merta dilihat sebagai satu-satunya solusi, melainkan juga turut menjadi sumber krisis dan ancaman yang dapat memunculkan risiko bagi masyarakat (Rasborg 2012). Keberadaan risiko ini pada akhirnya memaksa setiap individu untuk mampu mengambil keputusan hidup mereka secara mandiri dengan lebih cepat dan sigap dalam merespon segala perubahan yang ada (Sorensen and Christiansen 2013).

Jika membicarakan mengenai modernitas lanjut, maka teknologi dan digitalisasi menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Teknologi pada era ini dianggap sebagai bagian dari risiko salah satunya dalam ranah pasar ketenagakerjaan karena lahirnya pekerjaan-pekerjaan baru. Pekerjaan baru ini dianggap memunculkan persaingan baru bagi manusia di mana manusia tidak lagi bersaing dengan sesamanya, melainkan juga bersaing dengan perkembangan teknologi agar dirinya tetap diterima dalam pasar ketenagakerjaan (Kasali 2017). Kondisi di atas turut mengancam pemuda yang dalam prosesnya menuju kedewasaan perlu melakukan transisi pada dimensi ketenagakerjaan. Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), persentase angkatan kerja dari kelompok pemuda di tahun

2021 sebesar 23.24% dari total keseluruhan angkatan kerja. Namun, hal yang cukup mengejutkan adalah Tingkat Pengangguran Usia Muda (TPUM) di DIY yang berada pada angka 6,39% di mana nilai tersebut lebih besar dari Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) secara umum yang berada di angka 4,57% (Badan Pusat Statistik 2021). Data di atas menunjukkan adanya permasalahan pada transisi pemuda di DIY.

Di sisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi menyebabkan perluasan pada dunia sosial (Witteborn 2019). Alih-alih hanya memandangnya sebagai risiko yang menyebabkan keterbatasan, pemuda saat ini mencoba untuk memperluas cakupan strategi dalam aspirasi masa depannya yang merambah pada dunia digital. Kondisi ini dapat diperkuat melihat adanya peran dari teknologi dalam bentuk media sosial yang mampu mendukung pemuda dalam transisi menuju dunia kerja seperti media untuk mengonstruksi identitas (Morioka, Ellison, dan Brown 2016; Uhls, Ellison, dan Subrahmanyam 2017; Vanden Abeele 2016), menentukan posisi diri dalam dinamika struktur sosial masyarakat saat ini (Mutsvauro dan Wasserman 2016; Zhou 2011), dan turut andil dalam penyesuaian serta pengembangan jaringan sosial yang berpotensi untuk menjadi pengganda peluang di pasar ketenagakerjaan (Neves et al. 2019; Cuzzocrea dan Collins 2020). Bahkan media sosial juga ditemukan berperan positif dalam memberikan dukungan sosial kepada pemuda dalam proses transisinya menuju kedewasaan (Stockdale dan Coyne 2020). Salah satu media sosial yang digunakan sebagai strategi untuk menggapai aspirasi masa depan dalam dimensi kerja adalah Instagram. Instagram dipilih sebagai platform untuk melakukan berbagai strategi mengingat kelebihannya dalam citra visual dan jumlah penggunaanya yang cukup besar di Indonesia. Instagram digunakan untuk menunjukkan berbagai gelar, pencapaian, dan aktivitas yang menunjang orientasi masa depan pemuda.

Penelitian yang ada saat ini menunjukkan adanya keterbatasan pembahasan menge-

nai penggunaan teknologi dalam aspirasi masa depan pemuda. Studi terdahulu lebih berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi aspirasi pemuda, seperti penelitian Toreev (2016) yang mengungkapkan bahwa pendidikan dijadikan sebagai faktor utama sebagai strategi untuk mendapatkan pekerjaan yang tepat. Faktor lainnya yang turut mempengaruhi strategi tersebut adalah kesehatan, lingkungan sosial, pola asuh, kualitas karakter bawaan, dan lingkungan kelembagaan. Penelitian Rojewski dan Kim (2003) juga menunjukkan adanya faktor status sosial ekonomi (SSE) yang mempengaruhi status transisi pasca sekolah, aspirasi pekerjaan, dan pengambilan keputusan dalam menentukan jenjang kerja di masa depan. Bahkan intervensi berbasis sekolah atau pendidikan sekalipun tidak mampu mengurangi dampak negatif dari pengaruh SSE terhadap upaya pemuda dalam menyusun strategi. Hal ini juga diperkuat oleh temuan Keshavarzi et al. (2022) yang menunjukkan bahwa aspirasi pemuda dari keluarga yang berpenghasilan rendah cenderung lebih sulit untuk diakses. Penelitian ini juga menambahkan gender sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan realisasi dari aspirasi pemuda. Selain itu, faktor sosial seperti rasisme juga turut mempengaruhi penyusunan aspirasi masa depan pemuda terhadap pekerjaan yang mereka impikan (Behnke dan Piercy 2004).

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini berfokus pada aspirasi pemuda yang dituangkan dalam media sosial Instagram. Strategi yang diamati tidak lagi berfokus pada dunia nyata, melainkan juga terhadap pengalaman pemuda dalam menggunakan Instagram. Hal inilah yang menjadi kebaruan yang ditawarkan dalam penelitian ini mengingat masih terdapat keterbatasan studi yang melihat dunia digital dalam aspirasi ataupun orientasi masa depan pemuda padahal perkembangan dunia digital terus berkembang dengan pesat dan merasuk pada seluk beluk kehidupan pemuda.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan naratif yang menekankan pada eksplorasi, sudut pandang, dan penggalian makna yang dikonstruksikan oleh individu terhadap pengalaman hidup yang mereka jalani (Lichtman 2014). Penelitian naratif berakar dari epistemologi postmodern yang menghargai dan menghormati relativitas. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pada keunikan cerita yang dimiliki individu yang berasal dari konteks sosial, ekonomi, dan budaya. Genre penelitian naratif yang digunakan adalah *life history* yang menekankan pada keterkaitan antara pengalaman individu dengan konteks masyarakat di mana ia tinggal. Keterkaitan tersebut pada akhirnya turut membentuk praktik sosial tertentu sebagai respon dari konteks yang ada (Jeong-Hee 2016).

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berdasarkan dari hasil wawancara mendalam, observasi secara langsung dan observasi media sosial Instagram, dan dokumentasi. Data sekunder didapatkan dari publikasi statistik, buku, dan juga artikel jurnal ilmiah. Pada proses wawancara, subjek pada penelitian ini telah dibatasi melalui beberapa kriteria seperti usia subjek berkisar 16-30 tahun yang dikategorikan sebagai kelompok pemuda, domisili dari lima kabupaten dan kota di DIY, pengguna Instagram aktif untuk kebutuhan pribadi, dan pola penggunaan Instagram sebagai *branding* diri. DIY dipilih sebagai lokasi riset mengingat terdapat 104 perguruan tinggi di provinsi ini (LLDIKTI 2021). Namun, di satu sisi Tingkat Pengangguran Usia Muda (TPUM) pada Februari 2021 sebesar 6,39% yang jauh lebih tinggi bila dibandingkan dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) secara umum yang berada di angka 4,57% (Badan Pusat Statistik 2021). Hal ini menunjukkan adanya proses transisi yang tidak mudah dilakukan oleh pemuda di DIY sehingga pengalaman mereka dalam melalui proses ini menarik untuk dikaji secara lebih mendalam. Terdapat lima

informan dalam penelitian ini yang namanya diberikan inisial untuk menjaga informasi pribadi. Kelima informan tersebut yaitu IA, NI, LA, AM, dan SK. Jumlah informan dipilih sesuai saran dari Brinkmann and Kvale (1999) yang merekomendasikan untuk melakukan minimal tiga wawancara mengenai kisah hidup secara mendalam ketika melakukan penelitian naratif.

Data diperoleh lewat wawancara secara mendalam yang ditujukan untuk mengetahui sudut pandang pemuda mengenai pemaknaan mereka akan pengalaman yang mereka jalani dan perasaan yang mereka rasakan (Jeong-Hee 2016). Observasi dilakukan secara langsung dan observasi media sosial Instagram untuk mengumpulkan foto, video, maupun teks yang mampu menunjang penelitian. Data yang dikumpulkan lalu diberi kode dan dikelompokkan sesuai dengan tema yang selaras dengan penelitian. Pada tahap ini, secara bersamaan akan dilakukan reduksi data yang tidak digunakan dalam penelitian. Selanjutnya data dideskripsikan dan diabstraksikan dengan kerangka teori yang digunakan. Tahap terakhir adalah membangun narasi yang mampu menjelaskan pengalaman individu yang telah dikontekstualisasikan dengan teori yang digunakan dan dikombinasikan dengan visualisasi data untuk mempermudah penyajian data. Penelitian ini juga melakukan triangulasi sumber data untuk menguji validitas informasi yang didapatkan selama penelitian.

## KERANGKA KONSEPTUAL

### A. Teori Individualisasi Ulrich Beck

Individualisasi dapat dipahami sebagai suatu upaya perencanaan yang dilakukan oleh individu dalam kehidupan sehari-harinya secara kreatif dengan mengambil beberapa pilihan yang ada untuk kepentingan dirinya sendiri (Mythen 2005). Individualisasi merupakan proses makro struktural di mana individu diberikan kebebasan untuk mengambil pilihan di dalam hidupnya, namun pilihan-pilihan yang ada

dibatasi oleh struktur sosial dan juga posisi sosial yang ia tempati (Hustinx 2010). Pada akhirnya ketika individu melakukan individualisasi, maka ia akan secara mandiri merencanakan proyek biografi mengenai identitas diri mereka, melakukan berbagai strategi adaptasi dan improvisasi terhadap perubahan yang terjadi, mengidentifikasi rintangan, memahami dan menerima kekalahan, hingga mencoba berbagai strategi baru (Beck and Beck-Gernsheim 2001). Individualisasi perlu dipahami secara bertingkat, di mana terdapat diferensiasi dalam aspek kemampuan dan kepemilikan kapital dari setiap individu yang mempengaruhi proses individualisasi yang terjadi (Rasborg 2017), yang pada akhirnya menentukan pengambilan keputusan yang berbeda-beda pula (Dawson 2010). Pemuda dalam proses transisi menuju kedewasaan juga melakukan proses individualisasi dalam kehidupan mereka, di mana terdapat tiga dimensi dalam konsep transisi ini yaitu pendidikan, pekerjaan, dan perkawinan. Pada penelitian ini, dimensi yang akan menjadi pembahasan utama adalah dimensi pekerjaan yang menjadi bagian penting dalam identitas pemuda saat ini.

Salah satu proyek biografi dalam individualisasi adalah konstruksi identitas secara *Do It Yourself* (DIY) yang dapat disusun berdasarkan dari kondisi sosial ekonomi, kualifikasi pendidikan yang sedang atau telah dijalankan, tahapan kehidupan yang dilalui, hingga latar belakang dan situasi keluarga (Beck and Beck-Gernsheim 2001). Pada penelitian ini, konstruksi identitas dan biografi akan

diamati dalam pola penggunaan Instagram pemuda sebagai bentuk strategi yang disusun dengan berorientasikan masa depan. Tampilan Instagram berupa *bio* dan *headline* yang dituliskan serta konten yang diunggah akan dianalisis sebagai bagian dari strategi tersebut.

### B. Konsep Tipologi Orientasi Masa Depan Ranji Devadason

Orientasi memiliki kesamaan arti dengan aspirasi yang diinginkan oleh pemuda dalam berbagai hal seputar kehidupannya seperti cita-cita atau harapan. Orientasi dapat menjadi pengarah bagi pemuda untuk membangun strategi untuk menggapai keinginan yang impikan di masa depan. Orientasi merupakan "*draft*" yang bersifat sementara dan dapat direvisi sesuai dengan kondisi individu atau disesuaikan dengan kondisi yang sedang terjadi (Ansell et al. 2022). Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi penyusunan orientasi masa depan pemuda, seperti kapasitas dan tingkat pendidikan (Naafs 2018) serta aspek lainnya seperti interseksionalitas, marginalisasi, dan juga migrasi yang dilakukan oleh individu (Ansell et al. 2022). Orientasi tidak hanya mencakup keyakinan yang nantinya berusaha diwujudkan di masa depan, tetapi juga berkaitan dengan tindakan representasi identitas yang digunakan sebagai petunjuk arah untuk menggapai keinginannya (Witteborn 2019).

Devadason (2008) dalam penelitiannya yang berjudul "*To Plan or Not to Plan?: Young Adult Future Orientations in Two European*

**Tabel 1.** Tipologi Orientasi Masa Depan Dewasa

		Hubungan Strategi dengan Pekerjaan Impian	
		Tidak Selaras	Sejajar
Gambaran Orientasi Masa Depan	Tidak Jelas	Harapan ( <i>Wish</i> )	Harapan ( <i>Hope</i> )
	Terperinci	Rencana Langit Biru ( <i>Blue Sky Plan</i> )	Rencana yang Tetap ( <i>Precise Plan</i> )

Sumber: *To Plan or Not to Plan?: Young Adult Future Orientations in Two European Cities* (Devadason 2008)

*Cities*” membuat suatu tipologi dari orientasi masa depan dewasa muda yang ia analisis berdasarkan gambaran dari strategi yang dilakukan dan hubungannya dengan pekerjaan yang mereka impikan. Berdasarkan pengelompokan yang dilakukan, terdapat empat elemen dari tipologi orientasi masa depan bagi dewasa muda yaitu Harapan (*Wish*), Harapan (*Hope*), Rencana Langit Biru (*Blue Sky Plan*), dan Rencana yang Tetap (*Precise Plan*). Pada tipologi Harapan (*Wish*), dapat dilihat bahwa individu muda tidak memiliki orientasi pekerjaan yang ia impikan di masa depan dan strategi-strategi yang dilakukannya pun juga tidak selaras dan tanpa arah. *Wish* menunjukkan adanya harapan yang terbilang sulit atau mustahil untuk terjadi karena tujuan yang tidak jelas yang diiringi dengan strategi yang tidak selaras pula. Tipologi kedua yaitu harapan (*hope*) yang mengarah pada suatu orientasi pekerjaan masa depan yang tidak jelas atau belum terbayangkan, namun strategi-strategi yang dibuat oleh individu tersebut sudah mulai diselaraskan dengan orientasi atau tujuan yang ia kejar. Tipologi ini menunjukkan bahwa masih ada kemungkinan untuk merealisasikan tujuan yang ada walaupun ketidakjelasan orientasi dan tujuan dalam konteks pekerjaan impian yang berubah-ubah dapat berimplikasi pada strategi yang perlu disesuaikan pula. Tipologi selanjutnya adalah Rencana Langit Biru (*Blue Sky Plan*) yang menunjukkan orientasi yang disusun secara detail dan terperinci, akan tetapi strategi-strategi yang dilakukan oleh individu tersebut tidak selaras dan sejajar dengan orientasi yang ia susun. Tipologi yang terakhir adalah Rencana yang Tetap (*Precise Plan*) di mana individu telah memiliki orientasi dan tujuan masa depan yang jelas serta terperinci yang diikuti dengan strategi-strategi yang selaras dengan orientasi tersebut. Tipologi ini disebut dengan rencana yang tetap (*precise plan*) karena terdapat tujuan dan strategi yang telah terorganisir dengan rapi dan sistematis.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### A. Kekhawatiran Pemuda dalam Era Modernitas Lanjut

Kondisi masyarakat di era modernitas lanjut memunculkan perasaan keterasingan bagi individu, tetapi secara bersamaan juga mengalami ketergantungan global (Rasborg 2012). Perubahan yang terjadi secara terus menerus menyebabkan kekacauan pada proses transisi pemuda (Gifford, Mycock, dan Murakami 2014). Individualisasi merupakan respon dari modernitas lanjut yang memberikan kebebasan kepada pemuda dalam mengambil keputusan dari pilihan-pilihan yang ada. Akan tetapi, kebebasan tersebut tidak dapat diamati sebagai keuntungan bagi pemuda mengingat kebebasan yang ditawarkan justru menjadi bagian dari keterasingan yang sengaja dibentuk dan keputusan terhadap kepastian dari kehidupan individu (Mythen 2005). Hal ini tentu saja memunculkan berbagai respon bagi pemuda seperti kekhawatiran akan diri mereka di masa depan baik dari sisi makro maupun dalam sisi mikro.

Kekhawatiran dalam konteks makro mencakup seputar dinamika pasar ketenagakerjaan dan persaingan yang ada di dalamnya. IA yang berstatus *fresh graduate* bercerita bahwa dirinya terkejut melihat dinamika pasar ketenagakerjaan yang menurutnya seperti hutan rimba yang terdapat banyak persaingan di dalamnya. Selama duduk di bangku kuliah, IA telah mempersiapkan dirinya dengan mengikuti berbagai kegiatan seperti mengikuti organisasi, menjadi *volunteer*, magang, dan juga membangun konstruksi identitas di LinkedIn dan Instagram. Akan tetapi, dirinya tetap khawatir untuk mampu mendapatkan pekerjaannya sebagai *Human Resources* dan *Community Capital Development* (wawancara mendalam dengan IA, pada 8 September 2022). Di sisi lain, SK mengaku bahwa dirinya merasa khawatir dengan adanya persaingan yang muncul dengan lebih ketat karena saat ini Indonesia mengalami peningkatan angka partisipasi

pendidikan.

*"[...] kita semakin ke sini ya mungkin kita semakin jadi kaum intelektual dengan banyak yang sekolah. Ya tapi tadi persaingan kerja makin banyak. Jadi kalo khawatir itu ya pasti ada (Wawancara mendalam dengan SK, pada 14 September 2022)"*

Temuan di atas sesuai dengan data dari Direktorat Statistik Kesejahteraan Rakyat (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat kenaikan pada rata-rata lama sekolah dari penduduk Indonesia dari tahun 2018 hingga 2021. Di tahun 2018, rata-rata lama sekolah berkisar di angka 8,58 lalu meningkat di tahun 2019 menjadi 8,75. Tahun 2020 angka tersebut naik kembali menjadi 8,90 dan terakhir di tahun 2021 rata-rata lama sekolah penduduk Indonesia di angka 8,97. Jika data tersebut diinterpretasikan maka dapat dipahami bahwa rata-rata lama sekolah penduduk di Indonesia berada pada tingkat kedua (2) Sekolah Menengah Pertama (SMP). Namun, pada dasarnya di era modernitas lanjut ini tidak ada hal yang benar-benar memberikan jaminan akan kesuksesan pemuda dalam transisi menuju dunia kerja. Hal ini selaras dengan penelitian Sutopo and Meiji (2014) yang menunjukkan fakta bahwa tingkat pendidikan yang tinggi sekalipun bukanlah menjadi suatu tolak ukur dari pemuda ketika berada dalam pasar ketenagakerjaan. Pemuda dengan pendidikan tinggi pun juga tetap berada dalam ancaman ketidakpastian kerja dan pengangguran.

Modernitas lanjut turut mengubah cara pandang individu terhadap teknologi dan ilmu pengetahuan yang dianggap sebagai ancaman dan sumber krisis yang menimbulkan kekhawatiran bagi pemuda. LA bercerita bahwa dirinya merasa kebingungan akan perkembangan pekerjaan yang ada saat ini karena teknologi berkembang dengan pesat sehingga muncul banyak pekerjaan baru (wawancara mendalam dengan LA, pada 12 September 2022). Apa yang dikhawatirkan oleh LA sebenarnya selaras dengan temuan Nilsen (1999) di mana ia memaparkan bahwa pilihan-pilihan pekerjaan yang beragam saat ini justru menye-

babkan kebingungan dan kekhawatiran karena individu perlu melakukan penyesuaian terhadap identitas, pendidikan, perjalanan karir di masa depan, dan strategi-strategi dalam mendapatkan pekerjaan yang ada. Dampak lain dari modernitas lanjut adalah perkembangan ilmu pengetahuan yang justru memberikan hambatan bagi pemuda dalam mendapatkan pekerjaan.

*"Sebenarnya aku juga sekarang jadi bertanya-tanya gitu loh, apakah jurusan aku dibutuhkan itu. Mungkin iya dibutuhkan, tapi sampai kamu bisa dibidang sangat dibutuhkan itu susah. Karena ilmunya kaya bakal tinggi banget gitu loh. Kaya sertifikasi di Indonesia itu ada 7 biar sampai ke ASAI. Nah ada lagi di atasnya itu AFAI dan itu kamu harus nyampe di ASAI tadi baru nambah 3 mata uji lagi untuk mencapai ke FSAL. Nah tapi sayangnya juga dua gelar ini itu nggak bisa diakui semua negara. Nggak semua negara mau ngakui gelar itu gitu kalo misalkan mau yang internasional ya bakal ada lagi ujiannya jadi ribet banget. Aku sih ngerasanya kaya nggak praktis ya, apakah emang ilmunya sesusah itu? atau gimana? kaya gitu." (Wawancara Mendalam dengan NI, pada 15 September 2022)"*

Kutipan wawancara di atas menunjukkan bahwa ilmu pengetahuan justru memunculkan risiko tersendiri bagi pemuda dalam transisi menuju dunia kerja. Hal ini tampak dari sistem dan struktur yang memiliki banyak jenjang serta tingkatan di mana bahkan tidak ada suatu standar yang diakui secara internasional sehingga dapat memunculkan hambatan struktural yang menghalangi pemuda dalam berkembang. Kondisi di atas menunjukkan ciri modernitas lanjut di mana risiko yang ada justru diproduksi dengan cara yang lebih sistematis oleh industri kapitalistik modern. Risiko-risiko yang ada pada akhirnya memunculkan pandangan yang tidak lagi menganggap ilmu pengetahuan sebagai penyelamat bagi kehidupan individu, akan tetapi justru dipandang sebagai ketakutan dan ancaman tersendiri bagi dirinya (Rasborg 2012).

Kekhawatiran dalam konteks mikro dapat diamati sebagai kekhawatiran yang berasal dari dalam diri pemuda, salah satunya adalah kapasitas diri yang digunakan sebagai modal dalam bersaing di dunia kerja. LA menuturkan bahwa dirinya merasakan takut dirinya tertinggal dari teman-temannya dalam pengetahuan dan keterampilan digital yang saat ini berkembang dengan cepat. Hal ini dikarenakan perkembangan dalam kompetensi dan sertifikasi tidak lagi memerlukan pertemuan secara tatap muka langsung, tetapi dapat ditempuh secara daring dengan media pembelajaran asinkronus yang lebih mudah dan efisien untuk dilakukan (wawancara mendalam dengan LA, pada 12 September 2022). Pengetahuan dan keterampilan digital memiliki andil besar dalam persaingan kerja di era modernitas lanjut di mana teknologi berkembang dengan sangat pesat. Pasalnya, pengetahuan dan keterampilan berimplikasi pada pengambilan manfaat dari dunia digital ke dunia nyata yang memerlukan modal digital sebagai modal jembatan (Ragnedda, Addeo, and Ruiu 2022). Berangkat dari kekhawatiran yang terjadi sebagai dampak dari modernitas lanjut, maka pemuda berusaha melakukan berbagai upaya dan strategi dalam individualisasi.

### B. Strategi *Do It Yourself* (DIY) Pemuda dalam Transisi Menuju Dunia Kerja melalui Instagram

Strategi *Do It Yourself* (DIY) dilakukan oleh pemuda dalam melakukan konstruksi identitas yang mereka lakukan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang digunakan dalam melakukan strategi ini karena terdapat kelebihan berupa citra visual yang ditawarkan. Identitas yang berusaha ditampilkan dalam profil Instagram dapat berupa konten-konten yang berkaitan dengan pekerjaan impian mereka di masa depan maupun aktivitas-aktivitas yang saat ini dapat memberikan keuntungan bagi pemuda. Dalam proses konstruksi identitas ini, pemuda berusaha menggunakan segala hal yang dimilikinya untuk dapat mendukung strategi ini, yang mana konteksnya adalah penggunaan fitur dan *tools* di

Instagram seperti Instagram Story, Instagram Reels, bio Instagram, *hashtag*, *headline*, serta berbagai alat lainnya. Konstruksi identitas dilakukan oleh pemuda agar dapat tampak di Instagram sehingga dapat meningkatkan probabilitas untuk muncul di halaman *explore* pengguna Instagram lainnya. Harapan lain dari adanya strategi ini adalah adanya elemen penguat yang diberikan oleh citra visual ini dalam menunjang identitas yang telah dikonstruksikan sebelumnya dalam dunia nyata.

IA membangun citra visualnya sebagai seorang pemuda yang aktif dalam kegiatan pengembangan masyarakat dan isu di bidang pariwisata. Oleh karenanya dalam beberapa konten yang diunggah oleh IA, dirinya banyak membagikan konten seputar isu pariwisata berupa kegiatan (*event*), promosi, dan juga pengenalan mengenai destinasi wisata yang ada di DIY. IA melakukan hal tersebut karena tanggung jawabnya sebagai Duta Pariwisata dan sebagai usaha untuk meraih pekerjaan impiannya sebagai *Human Resources Development dan Community Development*. Oleh karenanya, konten-konten seperti foto dan videonya diharapkan dapat memperkuat citra visual dan identitas yang dibangunnya agar dapat meyakinkan publik di Instagram.

NI menggunakan Instagramnya sebagai media untuk memproyeksikan identitasnya sebagai “Seorang anak muda yang biasa”. Identitas tersebut ia tunjukkan dari konten-konten yang diunggahnya di mana ia menceritakan pengalamannya sehari-hari sebagai seorang pemuda yang sedang sibuk berkuliah. NI juga tidak jarang menceritakan aktivitasnya di luar perkuliahan seperti nongkrong di cafe, berbelanja kebutuhan sehari-hari, dan juga kegiatannya bersama keluarga. Tanpa disadari, konten-konten yang ia unggah mendapatkan respon yang positif dari orang lain yang menyukai kontennya sehingga saat ini ia dikenal sebagai *influencer* atau *micro-celebrity*. Hal ini membuatnya mengembangkan potensi ini dengan terus mengembangkan kontennya baik dari segi kualitas maupun jenisnya. Akan tetapi, NI hingga saat ini belum memiliki pekerjaan impiannya karena dirinya

bahkan saat ini merasakan salah masuk jurusan. Hal ini karena jurusan yang ditempuhnya saat ini berbeda dengan kesibukan yang saat ini ia tempuh. Pada akhirnya, identitas yang ditampilkan oleh NI bukanlah mengenai pekerjaan impian, melainkan lebih mengarah pada pekerjaan yang saat ini sedang digelutinya di mana pekerjaan tersebut sudah dapat memberikan keuntungan ekonomi bagi dirinya.

LA saat ini aktif sebagai pekerja lepas (*freelancer*) model di mana ia menggunakan Instagram sebagai media untuk membangun portofolio dan katalog digital. Kedua hal tersebut lumrah untuk dilakukan para model agar dapat menunjukkan dirinya di hadapan publik Instagram dan dapat memberikan gambaran akan pekerjaan model yang saat ini sedang digeluti. LA yang adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi telah memiliki pekerjaan impiannya di bidang *Public Relations* (PR). Akan tetapi hingga saat ini dirinya belum berani untuk menunjukkan identitas dari profesi impiannya sehingga identitas yang ditunjukkan di Instagram miliknya masih seputar aktivitasnya sebagai seorang model. Identitasnya sebagai seorang model pada akhirnya juga dapat memberikan keuntungan bagi LA karena dirinya dapat dikenal di hadapan publik dan menunjukkan kemampuan *modelling* yang ia miliki. Saat ini dirinya mendapatkan panggilan model dan juga *endorsement* di Instagram yang mana penghasilan tersebut cukup untuk menambah uang jajannya.

AM juga tidak berbeda jauh dari LA karena mereka berdua memiliki pekerjaan sebagai model. Akan tetapi, AM secara spesifik menunjukkan dirinya sebagai seorang seniman. Seniman merupakan pekerjaan impian AM yang saat ini sudah mampu ia capai. AM mengidentifikasi dirinya sebagai seorang seniman karena ia tumbuh di keluarga yang menyukai dunia seni sehingga dirinya sudah mengenal dunia seni sejak kecil. AM menunjukkan identitas tersebut lewat konten bermusiknya dan juga konten seputar kegiatannya sebagai model. Dalam dinamikanya sebagai seorang model, AM diminta oleh manajernya untuk menggunakan

Instagram sebagai media untuk menampilkan portofolio dan juga katalog digital. Pada akhirnya, AM mengikuti arahan tersebut dan berusaha menyesuaikan dirinya dengan ekspektasi publik dan juga kebiasaan dari pekerja model lainnya ketika menggunakan Instagram. Hasilnya, AM tidak hanya mendapatkan tawaran foto model, tetapi juga mendapatkan tawaran *endorsement* yang menghasilkan keuntungan.

SK mengidentifikasikan dirinya sebagai “Seorang Perempuan yang Suka Cerita” karena ia besar dalam keluarga yang suka bercerita. Lambat laun, hal tersebut turut mempengaruhinya cara hidupnya dan bahkan juga mengarah pada pola penggunaan Instagramnya. SK kini menjadikan Instagramnya sebagai media untuk menceritakan aktivitas dirinya. Bahkan identitasnya sebagai “Seorang Perempuan yang Suka Cerita” juga ditunjukkan dalam bio Instagram pribadinya. Pekerjaan impiannya sebagai pengusaha di bidang *bakery* dan produksi peternakan juga ditunjukkan oleh SK dalam konten-konten yang ada di Instagram pribadinya. SK bahkan menggunakan strategi *brand story* untuk membantu promosi produk yang dijual di Instagram. Pada akhirnya, lewat promosi secara lembut lewat cerita-cerita dari brand –*brand story*– yang dimiliki SK seperti proses pembuatan, proses branding, hingga proses pemasaran yang ia lalui membuatnya lebih mudah dalam memasarkan produknya baik dari kalangan pengikutnya maupun dari pengguna lain di Instagram. SK bercerita bahwa dengan menggunakan strategi *brand story*, para pengikutnya merasa dekat dengan produk yang ia jual dan bahkan memberikan dampak pada hasil penjualannya.

Kelima informan menunjukkan bahwa pemuda memiliki identitas tertentu yang coba dikonstruksikan dan ditunjukkan di Instagram miliknya. Identitas tersebut ditunjukkan sebagai upaya untuk menceritakan perjalanan hidupnya yang tanpa disadari juga turut menampilkan biografi dari hidup pemuda tersebut. Keberadaan identitas dan biografi di Instagram ternyata digunakan oleh pemuda sebagai salah satu strategi untuk menggapai pekerjaan

impian lewat strategi *personal branding*. Salah satu implikasi dari adanya identitas dan biografi yang ditampilkan di Instagram adalah munculnya ciri khas dan keunikan dari citra visual pemuda di Instagram yang pada akhirnya membuat publik menjadi penasaran dan tertarik akan hal tersebut. Tanpa disadari, kondisi ini turut memberikan manfaat bagi mereka berupa pemberian kerja seperti foto model dan juga *endorsement*.

### C. Orientasi Masa Depan dalam Tampilan Instagram Pemuda

Strategi yang digunakan oleh pemuda di era modernitas lanjut kini merambah pada konteks digital, salah satunya dengan menggunakan Instagram. Instagram digunakan sebagai media untuk membangun biografi dan identitas pemuda dengan harapan untuk mendapatkan pekerjaan

impian di masa depan dan mendukung pekerjaan saat ini. Keberadaan pekerjaan impian yang menjadi target dan cita-cita pemuda diharapkan mampu melengkapi identitas pemuda sehingga keberadaannya kian menempati posisi yang penting dalam kehidupannya saat ini (Devadason 2008). Di sisi lain, keberadaan pekerjaan impian juga menjadi pengarah (*guideline*) bagi pemuda dalam menyusun strategi-strategi yang mereka lakukan. Hal ini dilakukan agar pekerjaan impian tersebut dapat selaras dengan strategi yang disusun dan memberikan keuntungan bagi pemuda dalam menggapai pekerjaannya.

Jika dikaitkan dengan tipologi orientasi masa depan dari Devadason (2008), maka informan dalam penelitian ini memiliki perbedaan pola yang beragam yaitu sebagai berikut;

**Tabel 2.** Analisis Tipologi Orientasi Masa Depan terhadap Informan Penelitian

Informan	Pekerjaan Idaman	Tipologi Orientasi Masa Depan
IA	<i>Human Resources dan Community Capital Development</i>	Rencana Tetap ( <i>Precise Plan</i> )
NI	Belum ada	Tidak Teridentifikasi ( <i>Undefined</i> )
LA	<i>Public Relations (PR)</i>	Rencana Langit Biru ( <i>Blue Sky Plan</i> )
AM	Seniman	Rencana Tetap ( <i>Precise Plan</i> )
SK	Pengusaha di Bidang Bakery dan Peternakan	Rencana Tetap ( <i>Precise Plan</i> )

**Sumber:** Data Primer

Tiga dari lima informan memiliki tipologi orientasi masa depan berupa Rencana yang Tetap (*Precise Plan*). Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang mereka susun telah selaras dengan orientasi dan tujuan mereka di masa depan, salah satunya dalam aspek pekerjaan impian. Strategi IA untuk mendapatkan pekerjaan impiannya sebagai *Human Resources dan Community Capital Development* tidak hanya ia wujudkan dalam strategi di dunia nyata saja, melainkan juga diarahkan pada konstruksi identitas dan

biografi yang ia tunjukkan di Instagram. IA yang merupakan Duta Pariwisata dan aktif dalam kegiatan pendampingan masyarakat serta pengembangan pariwisata juga memperkuat posisi sosialnya di Instagram. Hal tersebut ia lakukan dengan menggunakan bio berupa "*part of @dimasdiajeng @dimjengsleman Capturing moment on #dimasjalanjalan*" yang menunjukkan adanya pembedaan dirinya dengan orang lain. Kini walaupun IA belum bekerja di bidang yang ia inginkan, ia sudah memiliki dasar pengetahuan

dan keterampilan di bidang pariwisata yang bahkan sudah terlegitimasi melalui gelar-gelar yang IA dapatkan seperti Dimas Sleman, Dimas D.I. Yogyakarta, dan Finalis Duta Wisata Indonesia. IA juga beberapa kali diundang sebagai pembicara maupun narasumber yang membahas mengenai isu pariwisata dan juga komunitas. Hal ini tentu saja memberikan keuntungan tersendiri bagi IA baik dari keuntungan ekonomi maupun sosial.

Selain IA, AM juga telah memiliki gambaran yang jelas akan pekerjaan impiannya yaitu seniman. Keinginan untuk menjadi seniman telah ia miliki sejak kecil karena keluarganya memiliki ketertarikan yang sama di bidang tersebut. Bahkan, AM telah aktif bermain musik sejak kecil dan orang tuanya juga mendukung hal tersebut dengan memilikinya sekolah yang mampu mendukung eksplorasi terhadap minat dan bakat dari peserta didiknya. Hal ini pada akhirnya tertanam dalam alam bawah sadar AM sebagai habitus primernya di mana hingga saat ini AM mengidentifikasi dirinya sebagai seorang seniman. Hal ini ditunjukkan AM dalam *headline* Instagram miliknya dan juga beberapa konten yang diunggah oleh dirinya yang bergelut di bidang seni musik dan juga tata busana.

*“Anak band dulu keluarga itu support banget untuk di band. Jadinya nyari sekolah yang support untuk izin ngeband. makanya nyarinya swasta biar diizinin kalo emang nyari prestasi-prestasi di luar akademik gitu”.* (Wawancara mendalam dengan AM, pada 16 September 2022)

Selain mendapatkan keuntungan berupa pendidikan di sekolah swasta sehingga dapat mendukung pengembangan diri AM di dunia musik, orang tuanya juga membebaskan pilihan dalam membangun rencana masa depan. Melihat adanya kebebasan yang ditawarkan oleh orang tuanya, AM pada akhirnya memilih untuk berfokus pada dunia musik dengan mendirikan sekolah musik di DIY. Pada perjalanan hidup AM, dapat diamati bahwa terdapat strategi-strategi yang didukung oleh orang tuanya baik dari segi

ekonomi, sosial, hingga emosional. AM tumbuh dengan menjadi individu yang memiliki strategi yang terperinci dan juga linear dengan pekerjaan impiannya. Keberadaan dukungan dari orang tua membuatnya dapat menggapai pekerjaan impiannya tersebut di usia yang masih terbilang belia untuk seorang anak lulusan SMA. Strategi yang jelas, terperinci, dan terakomodasi secara ekonomi –mengingat bisnis sekolah musik membutuhkan modal ekonomi yang besar— membuat pekerjaan impian AM dapat terealisasi. Saat ini, AM bergelut dalam dunia seni seperti menjadi musisi dan pemilik usaha sekolah musik serta bekerja sebagai model dari pakaian muslim dan batik. AM menggunakan Instagram sebagai portofolio dan katalog digitalnya sebagai salah satu strateginya dalam bersaing di arena Instagram untuk mengakumulasi modal yang lebih besar.

SK juga menunjukkan adanya pola tipologi orientasi yang mengarah pada Rencana yang Tetap (*Precise Plan*). Pada awal penyusunan strategi menuju masa depan dan pekerjaan impiannya, ia secara tidak sengaja menemukan ketertarikan yang besar dalam dunia bisnis. Hal ini nampak dari usaha bisnis yang ia rintis sejak Sekolah Dasar (SD), beberapa organisasi, kesukarelawanan, dan kepanitiaan yang ia ikuti, hingga tanpa sadar juga mengarah pada perlombaan yang ia pilih secara tidak langsung mengarah pada hal-hal yang berhubungan dengan bisnis. Selain itu, SK juga membaca buku-buku berbau bisnis yang tanpa ia sadari selalu menjadi penyemangatnya ketika sedang jenuh. SK memiliki keinginan menjadi pengusaha di bidang *bakery* yang dilengkapi dengan sistem produksi dari peternakan mandiri yang dimilikinya di masa depan. Keinginan tersebut coba ia realisasikan lewat bisnis *dessert* yang saat ini sedang ia kembangkan. Harapannya, bisnis tersebut mampu berkembang dengan lebih baik dan mendukung dirinya untuk menggapai pekerjaan yang ia impikan. Pekerjaan impian SK ternyata memiliki keselarasan dengan aktivitasnya saat ini seperti peminatan kuliah yang ia ambil di bidang produksi hasil ternak, ketua laboratorium di bidang tersebut, bahkan hingga kegiatan magang di perusahaan pro-

duksi dan pengolah hasil peternakan di Surabaya. Walaupun identitas yang ditampilkan SK di Instagram bukanlah sebagai pengusaha, konten yang ia produksi tetap memberikan dukungan terhadap pekerjaan impiannya tersebut. Konten memasak dan cerita seputar pengembangan bisnis *dessert* miliknya dapat menjadi identitas yang khas dan dapat diarahkan pada pekerjaan impiannya di masa depan. Strategi *brand story* dari bisnis yang dimilikinya juga turut memperkuat temuan bahwa strategi yang SK lakukan saat ini telah sesuai dengan pekerjaan impiannya.

Jika ketiga informan di atas telah memiliki pekerjaan impian yang jelas dan strategi yang dilakukannya pun juga linear, lain halnya dengan LA yang telah memiliki pekerjaan impian yang jelas namun strategi yang dilakukannya saat ini masih belum mengarah pada pekerjaan tersebut. Jika mengamati kondisi di atas maka dapat dikatakan bahwa LA memiliki tipologi orientasi masa depan berupa Rencana Langit Biru (*Blue Sky Plan*). Di masa depan, LA ingin mendedikasikan dirinya dengan bekerja sebagai *Public Relations* (PR) dari suatu institusi. Hal ini sebenarnya telah selaras dengan peminatan yang ia lakukan di perkuliahannya. Akan tetapi, aktivitasnya di luar perkuliahan sebagai seorang model tidak sejalan dengan pekerjaan impiannya tersebut. Hal ini berimplikasi pada strategi yang dilakukan LA dalam menggunakan Instagram di mana ia lebih memilih menggunakan platform tersebut sebagai portofolio dan katalog digitalnya yang mampu mendukung pekerjaannya sebagai seorang model. Strategi konstruksi identitas dan biografi yang LA tampilkan di Instagram juga tidak selaras dengan pekerjaan impiannya sebagai *Public Relations* (PR), tetapi masih berfokus pada portofolio dari pekerjaan modelnya. Hal ini terjadi karena LA belum berani untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan dasar dari *Public Relations* (PR) menyebabkan dirinya masih terjebak dalam pekerjaan lain yang belum selaras dengan apa yang ia impikan.

“Penanya: “Berarti sejauh ini kamu PR (*Public Relations*) kamu nggak menunjukkan aktivitasnya?”

LA: “Belum karena aku nggak PD (*percaya diri*) an orangnya kalo jadi MC atau apa. Belum PD (*percaya diri*)”.

(Wawancara mendalam dengan LA, pada 12 September 2022)

Jika keempat informan di atas telah mengidentifikasi pekerjaan impian mereka, maka hal tersebut berbeda dengan NI mengaku bahwa ia belum memiliki gambaran akan pekerjaan yang ia impikan di masa depan. Hal ini dikarenakan ia merasakan terjebak dalam jurusan yang salah, ketidaksesuaian ekspektasi dan realita akan jurusan kuliahnya, materi kuliah yang sulit, hingga banyaknya tingkatan sertifikasi yang harus dimiliki untuk mendapatkan jenjang karir yang baik. Sulitnya mendapatkan kepastian kerja yang layak membuat NI merasakan perasaan yang tidak aman. Oleh karenanya, NI belum memiliki pekerjaan impian sehingga identitas yang dikonstruksikan di Instagram pun tidak dikaitkan dengan proses transisi dirinya menuju dunia kerja. NI yang saat ini berkecimpung sebagai influencer lebih memilih untuk menggunakan identitas “Seorang Pemuda yang Biasa Saja” dalam memproduksi kontennya yang ternyata justru menghasilkan keuntungan yang besar. Saat ini, NI bahkan dapat membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT) sendiri. Kondisi yang NI hadapi berupa ketidak-tahuan pekerjaan impian dan strategi yang acak pun tidak dapat didefinisikan dalam tipologi orientasi masa depan yang disusun oleh Devadason (2008). Oleh karenanya, NI dimasukkan dalam kategori “tidak terdefiniskan”.

Kekhawatiran pemuda dalam transisi menuju dunia kerja menyebabkan adanya upaya individualisasi yang dilakukan melalui konstruksi identitas dan biografi di Instagram. Identitas dan biografi yang disusun pun berbeda sesuai dengan kebutuhan dari setiap individu. Mereka yang memiliki pekerjaan impian dan bersungguh-sungguh untuk menggapai

pekerjaan tersebut berusaha untuk menjadikan Instagram sebagai media *personal branding*-nya. Aktivitas yang selaras dengan pekerjaan impiannya diunggah sebagai konten-konten yang diharapkan mampu memperkuat citra mereka sehingga mendukung branding yang disusun. Di sisi lain, pemuda yang belum memiliki pekerjaan impian atau belum berani menunjukkan pekerjaan impian mereka melalui citra Instagram lebih memilih untuk mengunggah konten yang selaras dengan pekerjaan mereka saat ini, misalnya NI yang belum memiliki pekerjaan impian dan LA yang saat ini belum percaya diri untuk menunjukkan pekerjaan impiannya sebagai *Public Relations* di Instagram. Keberadaan Instagram tetap dijadikan sebagai media untuk mendulang keuntungan misalnya dengan menjadikannya sebagai portofolio dan katalog digital bagi para model serta menjadi media promosi atau *endorsement* yang menghasilkan keuntungan ekonomi.

Oleh karenanya dapat diamati bahwa terdapat perbedaan pada penggambaran diri mengenai aspirasi masa depan pemuda di Instagram. Hal ini disesuaikan dengan tujuan yang dikejar oleh pemuda dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Pada kasus tujuan jangka panjang dapat dilihat dari pekerjaan impian yang dikonstruksikan yang relatif belum memberikan keuntungan secara langsung kepada pemuda, sedangkan tujuan jangka pendek lebih difokuskan pada keuntungan yang diperoleh secara langsung. Oleh karenanya, dapat disimpulkan bahwa individualisasi yang dilakukan oleh pemuda tidak dapat dilihat sebagai suatu hal yang sama dan setara. Individualisasi perlu dipahami secara bertingkat dengan mempertimbangkan kemampuan dan kondisi yang dihadapi oleh pemuda (Rasborg 2017).

## KESIMPULAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan masyarakat kini berada dalam konteks modernitas lanjut yang kental akan gempuran krisis dan risiko. Kondisi ini tidak boleh dipandang sebagai titik untuk menyalahkan keadaan meng-

ingat kini tidak lagi ada jejaring yang mampu memberikan jaminan kesuksesan dan kesejahteraan kepada pemuda. Pada akhirnya, risiko yang ada perlu dilihat sebagai keuntungan dan nilai lebih yang dapat bermanfaat bagi dirinya, salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai strategi untuk mendukung kelangsungan hidup pemuda. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media untuk konstruksi identitas dan biografi secara *Do It Yourself* (DIY) yang dilakukan secara mandiri oleh pemuda. Hal ini dilakukan dengan menunjukkan gelar, pencapaian, dan aktivitas pemuda yang relevan dengan pekerjaan impian mereka dan pekerjaan yang saat ini sedang digelutinya. Orientasi masa depan pemuda kini mulai ditampilkan dalam citra visual Instagram. Akan tetapi, tidak semua pemuda dapat melakukan hal tersebut mengingat terdapat perbedaan latar belakang sosial ekonomi, kepemilikan modal, hingga kepercayaan diri yang mereka miliki. Oleh karenanya, pemuda harus dapat mengukur dirinya sendiri ketika menyusun strategi representasi agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Hal ini menjadi penting untuk dipertimbangkan mengingat perlu ada kesinambungan dari strategi yang disusun dengan tujuan akhir agar dapat meminimalkan “ongkos” yang perlu dikeluarkan dalam berjuang di era modernitas lanjut yang penuh dengan ketidakpastian ini.

Artikel ini telah berusaha mengelaborasi pengalaman pemuda, pemaknaan mereka, dan juga representasi diri mereka di Instagram. Akan tetapi, dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan seperti latar belakang informan yang berasal dari kelompok kelas menengah ke atas dan kelas atas serta berpendidikan tinggi di Universitas. Selain itu, domisili informan masih terpusat pada dua daerah yaitu Sleman dan Bantul. Ke depannya, penelitian ini masih dapat dikembangkan untuk memotret orientasi masa depan pemuda di dunia digital dengan memperhatikan latar belakang yang lebih heterogen baik dari sisi sosial, ekonomi, hingga geografi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansell, Nicola, Peggy Froerer, and Roy Huijsmans. 2022. "Young People's Aspirations in an Uncertain World: Taking Control of the Future?" *Sociological Research Online* 27:795–802.
- Badan Pusat Statistik, eds. 2021. *Statistik Ketenagakerjaan Daerah Istimewa Yogyakarta 2020-2021*. Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta: Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. Retrieved February 13, 2022. (<https://yogyakarta.bps.go.id/publication/2021/07/30/84ef-c2092758cbaca6327293/statistik-ketenagakerjaan-daerah-istimewa-yogyakarta-2020-2021.html>).
- Beck, Ulrich and Elisabeth Beck-Gernsheim. 2002. *Individualization: Institutionalized Individualism and Its Social and Political Consequences*. London, UK: SAGE Publications Ltd.
- Beck Ulrich, Wolfgang Bonss, and Christoph Lau. 2003. "The Theory of Reflexive Modernization: Problematic, Hypotheses and Research Programme." *Theory, Culture & Society* 20:1–33.
- Behnke, Andrew O. and Kathleen W. Piercy. 2004. "Educational and Occupational Aspirations of Latino Youth and Their Parents." *Hispanic: Journal of Behavioral Sciences* 26(1):16–35.
- Brinkmann, Svend and Steinar Kvale, ed. *Interviews*. 3rd ed. London: SAGE Publications, Inc.
- Cuzzocrea, Valentina and Rebecca Collins. 2020. "Youth Transitions as 'Wiki-Transitions' in Youth Policies Platforms." *European Societies* 22(4):411–32.
- Dawson, Matt. 2010. "Bauman, Beck, Giddens and Our Understanding of Politics in Late Modernity." *Journal of Power* 3:189–207.
- Devadason, Ranji. 2008. "To Plan or Not to Plan?: Young Adult Future Orientations in Two European Cities." *Sociology* 42:1127–45.
- Direktorat Statistik Kesejahteraan Rakyat. eds. 2021. *Statistik Pendidikan 2021*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Retrieved February 13, 2022 (<https://www.bps.go.id/publication/2021/11/26/d077e67ada9a93c-99131bcde/statistik-pendidikan-2021.html>).
- Gifford, Christopher, Andrew Mycock, and Junichi Murakami. 2014. "Becoming Citizens in Late Modernity: A Global-National Comparison of Young People in Japan and the UK." *Citizenship Studies* 18:81–98.
- Hustinx, Lesley. 2010. "Institutionally Individualized Volunteering: Towards a Late Modern Re-Construction." *Journal of Civil Society* 6:165–79.
- Jeong-Hee, Kim. 2016. *Understanding Narrative Inquiry The Crafting and Analysis of Stories as Research*. London, UK: SAGE Publications, Inc.
- Kasali, Rhenald. 2017. *Disruption*. Jakarta: Gramedia.
- Keshavarzi, Saeed, Abbas Askari-nodoushan, Ali Ruhani, and Huseyin Cakal. 2022. "From Dreams to Possibilities : The Role of Gender and Family Income in Aspirations among Youth in the City of Yazd." *Journal of Youth Studies* 0:1–20.
- Lichtman, Marilyn. 2014. "Ethical Issues in Qualitative Research." Pp. 53–80 in *Qualitative Research for Social Science*. London, UK: SAGE Publications Inc.
- "LLDIKTI:Daftar Alamat Perguruan Tinggi." 2021. LLDIKTI. Retrieved October 28, 2022 (<https://lldikti5.id/evira/frontpage/alamatpt>).
- Morioka, Tsubasa, Nicole B. Ellison, and Michael Brown. 2016. "Identity Work on Social Media Sites: Disadvantaged College Students' First Year College Transition." Pp. 846–859 in *Computer Supported Collaborative Work 2016*. New York: Association for Computing Machinery.
- Mutsvairo, Bruce and Herman Wasserman. 2016. "Critical Reflections on Emerging Trends in Sub-Saharan Africa." Pp. 1–341 in *Digital Activism in the Social Media Era*. London: Palgrave Macmillan, Cham.
- Mythen, Gabe. 2005. "Employment, Individualization and Insecurity: Rethinking the Risk

- Society Perspective." *Sociological Review* 53:129–49.
- Naafs, Suzanne. 2018. "Youth Aspirations and Employment in Provincial Indonesia: A View from the Lower Middle Classes." *Children's Geographies* 16:53–65.
- Neves, Barbara Barbosa, Diana Dias de Carvalho, Fernando Serra, Anália Torres, and Silvia Fraga. 2019. "Social Capital in Transition(s) to Early Adulthood: A Longitudinal and Mixed-Methods Approach." *Journal of Adolescent Research* 34:85–112.
- Nilsen, A. 1999. "Where Is the Future? Time and Space as Categories in Analyses of Young People's Images of the Future." *Innovation* 12:175–94.
- Ragnedda, Massimo, Felice Addeo, and Maria Laura Ruiu. 2022. "How Offline Backgrounds Interact with Digital Capital." *New Media and Society* 0:1–23.
- Rasborg, Klaus. 2012. "'(World) Risk Society' or 'New Rationalities of Risk'? A Critical Discussion of Ulrich Beck's Theory of Reflexive Modernity." *Thesis Eleven* 108:3–25.
- Rasborg, Klaus. 2017. "From Class Society to the Individualized Society? A Critical Reassessment of Individualization and Class." *Irish Journal of Sociology* 25:229–49.
- Rojewski, Jay W. and Heeja Kim. 2003. "Career Choice Patterns and Behavior of Work-Bound Youth During Early Adolescence." *Journal of Career* 30(2):89–108.
- Sorensen, Mads P. and Allan Christiansen. 2013. *Ulrich Beck: An Introduction to the Theory of Second Modernity and the Risk Society*. New York: Routledge.
- Stockdale, Laura A. and Sarah M. Coyne. 2020. "Bored and Online: Reasons for Using Social Media, Problematic Social Networking Site Use, and Behavioral Outcomes across the Transition from Adolescence to Emerging Adulthood." *Journal of Adolescence* 79(0):173–83.
- Sutopo, Oki Rahadianto. and Nanda Harda Pratama Meiji. 2014. "Transisi Pemuda dalam Masyarakat Risiko: Antara Aspirasi, Hambatan dan Ketidakpastian." *Jurnal Universitas Paramadina* 11(3):1–23.
- Toreev, V. B. 2016. "Youth Employment Strategies." *Sociological Research* 55:138–47.
- Uhls, Yalda T, Nicole B. Ellison, and Kaveri Subrahmanyam. 2017. "Benefits and Costs of Social Media in Adolescence." *Pediatrics* 140:S67–70.
- Vanden Abeele and Mariek M. P. 2016. "Mobile Youth Culture: A Conceptual Development." *Mobile Media and Communication* 4(1):85–101.
- Witteborn, Saskia. 2019. "The Digital Gift and Aspirational Mobility." *International Journal of Cultural Studies* 22:754–69.
- Zhou, Baohua. 2011. "New Media Use and Subjective Social Status." *Asian Journal of Communication* 21:133–49.