



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Isu mengenai *Omnibus Law* khususnya UU Cipta Kerja telah menjadi perbincangan hangat yang kerap menghiasi judul ataupun *headline* media massa. Reaksi pro dan kontra masyarakat mengenai *omnibus law* menjadi pembahasan yang sangat diminati oleh banyak orang. Dilansir dari salah satu artikel dalam *Kompas.com*, dijelaskan bahwa terminologi *omnibus law* sendiri berasal dari bahasa latin yang berarti untuk semuanya. Namun, dalam konteks hukum *omnibus law* merupakan metode atau konsep hukum yang dapat menggabungkan beberapa undang-undang yang memiliki substansi pengaturan berbeda menjadi suatu peraturan besar yang juga berfungsi sebagai payung hukum. *omnibus law* memiliki tiga bagian UU yang siap diundangkan yaitu UU mengenai ketentuan dan fasilitas perpajakan, UU mengenai cipta kerja, dan UU mengenai pengembangan penguatan sektor keuangan. UU Cipta Kerja yang menjadi salah satu bagian dari *omnibus law* berhasil menjadi sorotan utama dari masyarakat (Idris, 2020, para. 6-8).

Gagasan mengenai *omnibus law* ini secara gamblang disampaikan oleh Presiden Jokowi pada Oktober 2019. Ia menyampaikan gagasan ini dalam pidato pelantikannya pada sidang paripurna MPR RI dengan mengatakan bahwa pemerintah bersama DPR akan menerbitkan UU Cipta Lapangan Kerja untuk merevisi berbagai UU yang menghambat penciptaan lapangan kerja dan pengembangan UMKM. UU Cipta Kerja ini memiliki 11 klaster, yaitu, penyederhanaan perizinan, pemberdayaan dan perlindungan UMKM, persyaratan investasi, ketenagakerjaan, kemudahan berusaha, administrasi pemerintahan, pengadaan lahan, kemudahan investasi dan proyek pemerintah, dukungan riset dan inovasi, penelehan sanksi, serta kawasan ekonomi khusus (Idris, 2020, par. 11).

Proses perencanaan untuk menyusun undang-undang di Indonesia tidak luput dari hambatan dan kritik. Dengan adanya berbagai faktor, proses pengesahan

UU Cipta Kerja menjadi sangat kontroversial di tengah masyarakat. Berbagai penolakan kerap muncul dari masyarakat hingga membuat berbagai gerakan seperti gerakan penolakan Rancangan Kitab Undang Undang Hukum Pidana (RKHUHP). Aksi demonstrasi masyarakat juga terjadi di berbagai daerah dengan tujuan untuk menolak pembuatan dan pengesahan *omnibus law* khususnya UU Cipta Kerja.

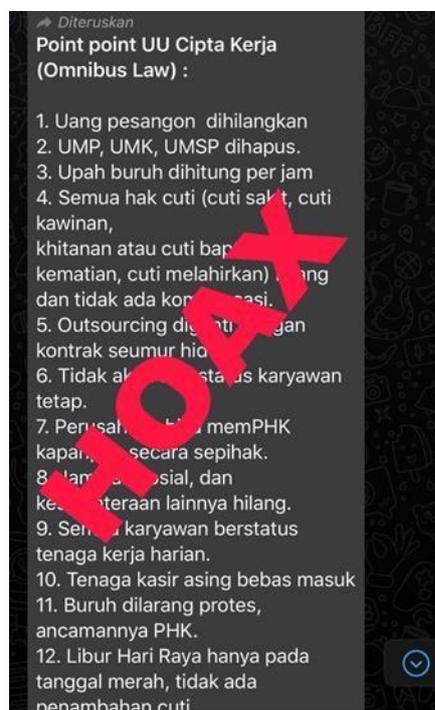
Kontroversi ini dimulai dari proses penyelesaian *omnibus law* yang dianggap kejar tayang. Dari rekam jejak yang telah dirangkum dalam infografik *Kompas.com* (Tamtomo dalam Kompas, 2020), seluruh rancangan undang-undang *omnibus law* yang memiliki tebal lebih dari 900 halaman hanya dilakukan dalam waktu kurang dari satu tahun. Terhitung dari 20 Oktober 2019 sampai 3 Oktober 2020, UU Cipta Kerja telah dibahas melalui sekitar 64 kali rapat. Jika dilihat dari rencana awal, sebenarnya pengesahan *omnibus law* menjadi UU seharusnya dilakukan pada 8 Oktober 2020, namun DPR dan pemerintah mempercepat proses pembahasan dan legalitasnya dan mempercepat agenda menjadi 5 Oktober 2020. Seluruh proses yang dilakukan pemerintah dalam membentuk *omnibus law* ini dianggap masyarakat terlalu cepat dan terburu-buru mengingat adanya situasi pandemi COVID-19 yang sedang terjadi. Hal ini menimbulkan banyak pertanyaan mengenai motif pemerintah sebenarnya dalam pembuatan *omnibus law*.

Dengan banyaknya respons dan reaksi dari masyarakat, media sebagai salah satu alat komunikasi massa mulai aktif dalam memberitakan informasi mengenai *omnibus law*. Menurut Undang- Undang No. 40 Tahun 1999 tentang pers, pers memiliki peran untuk memenuhi hak masyarakat dalam mengetahui sebuah informasi, membantu menegakkan nilai- nilai dasar demokrasi, mendorong terwujudnya supremasi hukum dan HAM, menghormati kebhinekaan. melakukan pengawasan, kritik, koreksi dan saran, mengembangkan pendapat umum, serta memperjuangkan keadilan dan kebenaran (Surbakti, 2015, p. 79).

Meningkatnya minat masyarakat untuk mengetahui informasi mengenai *omnibus law* membuat arus informasi sangat meningkat dalam media. Proses digitalisasi yang dialami media ini disebut sebagai media digital (media baru). Media baru sendiri merupakan media yang menggunakan internet atau media *online* berbasis teknologi yang memiliki karakter yang interaktif, fleksibel, dan

dapat berfungsi secara publik ataupun privat (Mondry, 2008, p.18). Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, masyarakat mengandalkan internet sebagai alat untuk mengakses dan menyebarkan informasi.

Dengan demikian, media baru memiliki peran tersendiri untuk menjaga agar tidak terjadinya disinformasi dan penafsiran yang salah terhadap *omnibus law*. Sebelum dokumen resmi UU cipta kerja belum dipublikasikan oleh DPR RI, sudah banyak sekali beredar informasi dan opini mengenai UU Cipta Kerja yang tersebar di internet khususnya di media sosial.



Gambar 1.1 Poin- Poin UU Cipta Kerja Tersebar di Media Sosial

Sumber: Twitter/ @TMCPoldaMetro (2020)

Setelah proses pengesahan *omnibus law* pada 5 Oktober 2020, bermacam-macam informasi tersebar di media sosial. Informasi mengenai UU Cipta Kerja mendapat gelombang reaksi yang sangat tinggi dari masyarakat. Dengan tingginya gelombang reaksi dari masyarakat terhadap isu ini, semakin tinggi juga arus informasi yang ada sehingga muncul banyak informasi tersebar mengenai poin-poin UU Cipta Kerja.

Gambar 1.1 menunjukkan 12 poin UU Cipta Kerja yang saat itu tersebar luas di seluruh media sosial. Poin- poin ini merangkum beberapa pasal dalam UU

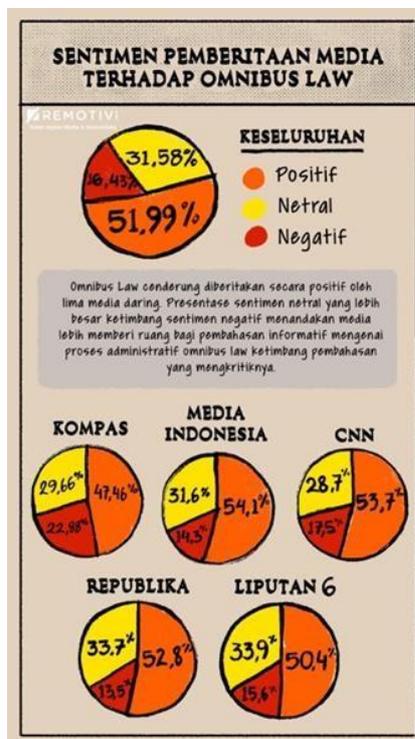
Cipta Kerja yang dianggap merugikan dan menghilangkan beberapa hak para buruh di Indonesia. Jonathan Patrick menulis dalam artikel *CNN* bahwa informasi yang tersebar di media sosial saat itu mendapatkan banyak reaksi negatif dan penolakan keras dari masyarakat. Namun, pemerintah yang mengetahui itu mengatakan bahwa kejadian ini merupakan kesalahan persepsi di media sosial sehingga muncul opini keliru terkait isi draf UU Cipta Kerja saat itu (Patrick, 2020, para. 6-8). Seluruh informasi ini beredar pada saat dokumen resmi UU cipta kerja belum dipublikasi secara resmi oleh DPR RI karena itu 12 poin yang tersebar luas di media sosial merupakan informasi yang mengandung opini dan informasi tidak tepat yang tidak didasarkan naskah resmi UU cipta kerja. Kecepatan informasi di media sosial membuat berbagai hoaks mengenai *omnibus law* menjadi semakin tersebar. Situasi mulai ricuh dan penolakan semakin besar, demonstrasi dan berbagai literasi mulai muncul dari paraburuh, organisasi masyarakat sipil, dan mahasiswa. Dalam artikel *Tagar.id*, pengamat teknologi dan komunikasi, Pratama Persadha mengatakan bahwa tindakan tegas harus dilakukan kepada akun anonim penyebar hoaks *omnibus law* UU Cipta Kerja, baik yang kontra maupun yang pro terhadap UU Cipta Kerja agar situasi tidak semakin memanas. Tak hanya itu, Pratama juga menganjurkan bahwa media massa dapat berperan dalam memberikan informasi yang valid (Pasaribu, 2020, para. 3).

Karena itu dalam situasi ini, media massa memiliki peran sentral dalam memberikan pengetahuan dan informasi yang mendidik masyarakat. Menurut jurnal yang ditulis Khatimah, peran media massa sendiri tidak terlepas dari fungsi yang dimiliki media massa. Berdasarkan UU Nomor 40 tahun 1999 tentang pers, media massa memiliki fungsi untuk memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan melakukan pengawasan sosial (*social control*) perilaku publik dan penguasa. Selain itu, media massa tidak hanya dapat memengaruhi suatu hal yang diketahui oleh seseorang, Tetapi, media massa dapat juga memengaruhi bagaimana seseorang dapat belajar mengenai dunia dan bagaimana cara berinteraksi dengan yang lain (Khatimah, 2018, p. 14).

Media massa khususnya media *online* memungkinkan penyebaran berita

yang lebih cepat dari media konvensional. Dengan cepatnya arus informasi yang beredar di media sosial, media *online* diharapkan dapat menjadi alat untuk memberikan informasi dan mengambil tindakan agar kesalahan penafsiran dan disinformasi terhadap UU Cipta Kerja bisa berkurang. Dalam penelitian ini, penulis memilih *MediaIndonesia.com* sebagai bahan kajian penelitian.

MediaIndonesia.com berawal dari lahirnya surat kabar umum yang terbit pertama kali pada 19 Januari 1970. Saat itu, Media Indonesia hanyaditerbitkan sebanyak empat halaman dengan tiras yang terbatas. Namun, di tahun 1976, Media Indonesia semakin berkembang dan berhasil terbit menjadi delapan halaman. Pada tahun 1987, pendiri Media Indonesia yaitu Teuku Yousli Syah melakukan kerja sama dengan Surya Paloh yang kemudian membuat Media Indonesia di bawah manajemen baru, PT. Citra Media Nusa Purnama. Dengan *tagline* “Jujur Bersuara”, Media Indonesia terus berkembang sesuai zaman dan kemudian mengestensifikasi diri ke dunia media *online* dengan portal *MediaIndonesia.com* dan terverifikasi oleh Dewan Pers pada 6 April 2021 (MediaIndonesia.co, 2020).



Gambar 1.2 Infografis *Remotivi* Terkait Sentimen Media Terhadap Omnibus Law

Sumber: *Remotivi*/dibalikbalik (2020)

Salah satu alasan mengapa penulis memilih Media Indonesia sebagai bahan kajian adalah karena hasil survei yang dilakukan oleh Remotivi pada gambar 1.2. Riset *Remotivi* yang dirilis 20 Maret 2020 mengatakan bahwa media lebih banyak menjadi humas pemerintah. *Remotivi* melakukan riset dan mengamati lima media *online* yang memberitakan omnibus law yaitu *Media Indonesia*, *Kompas*, *CNN*, *Republika*, dan *Liputan6*. Secara keseluruhan, jika setiap media dilihat persentasenya, sekitar 52% cenderung memberitakan *Omnibus Law* secara positif dan dari kelima media hanya satu media *online* yaitu *Kompas.com* yang sedikit lebih banyak memberikan ruang bagi pernyataan-pernyataan yang menolak *omnibus law*. Namun, jika dilihat lebih spesifik, Media Indonesia merupakan media daring yang memiliki persentase tertinggi dalam pemberitaan sentimen positif yaitu mencapai 54% sedangkan pemberitaan bersentimen netral hanya 32% dan sentimen negatif hanya mencapai 14%. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji Media Indonesia agar dapat mengetahui pemaknaan khalayak terhadap salah satu media daring yang paling banyak memiliki pemberitaan bersentimen positif terhadap kebijakan *omnibus law cipta kerja*. (Remotivi.co, 2020).

Sentimen positif ini menggambarkan bahwa media cenderung lebih memberi ruang kepada informasi dan pernyataan yang mendukung *omnibus law*, sedangkan sentimen netral menggambarkan informasi yang bersifat informatif mengenai administratif *omnibus law*, dan sentimen negatif yang mendapat ruang paling kecil adalah informasi dan pernyataan yang menolak atau mengkritik *omnibus law*. Oleh karena itu, *remotivi* mengatakan bahwa media adalah humas pemerintah karena dinilai lebih banyak menggaungkan pesan dan narasi pemerintah dan kurang banyak memberikan ruang bagi kelompok masyarakat lain yang menyuarakan penolakan dan kritiknya (Remotivi.co, 2020).

Hal ini merupakan alasan atas ramainya sosial media dan mengakibatkan beragam informasi yang tidak sesuai kaidah jurnalistik cepat beredar. Menurut hasil penelitian Buchori, kecenderungan yang dimiliki media massa terhadap kubu pro menunjukkan watak dan ciri khas media yang tidak mampu mengakomodasi suara kontra secara berimbang dan hal ini pula yang membuat publik yang merasa

kepentingannya belum terwakilkan dengan maksimal akhirnya menggunakan media digital atau *new media* untuk menyebarkan informasi dan menarik dukungan terhadap pergerakan penolakan RUU Cipta Kerja. (Buchori, 2021, p. 77)

Wisnu Utomo, seorang dosen ilmu komunikasi UGM menulis sebuah artikel *feature* di website *Sindikasi* dan mengatakan bahwa media gagal dalam menjalankan perannya untuk memberikan wadah percakapan publik dalam isu-isu penting seperti *omnibus law*. Utomo menganggap bahwa media tidak menyediakan tempat pertukaran argumentasi yang baik dan sehat. Selain itu, ia mengatakan bahwa terdapat banyak narasi yang salah kaprah dan membahayakan terkait penolakan *omnibus law* di media *online* (Utomo, 2020).

Oleh karena itu, melalui studi ini penulis tertarik untuk mengkaji khalayak media dan mengetahui bagaimana khalayak menerima pemberitaan media *online* khususnya *MediaIndonesia.com* mengenai *omnibus law* UU Cipta Kerja yang pemberitaannya dianggap kurangimbang dan tidak memberikan ruang yang cukup untuk kelompok yang menolak UU Cipta Kerja. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan studi khalayak analisis resepsi untuk mengetahui pemahaman dan makna teks media yang ditulis oleh media dan dibaca oleh khalayak.

Penelitian menggunakan studi khalayak telah dilakukan sejak 1930 dengan meneliti efek isi media massa pada sikap publik. Pada penelitian ini, media massa diketahui merupakan kekuatan besar yang mampu memengaruhi khalayak yang dianggap pasif. Namun, pada 1960, tradisi studi khalayak bergeser menjadi perspektif yang mengedepankan penggunaan media massa oleh khalayak aktif dan pada 1970, terdapat studi budaya yang berhubungan dengan media massa yaitu *reception*, yang memfokuskan hubungan pemaknaan isi media massa dengan khalayak. (Hadi, 2009, p. 2-3).

Dikutip dari jurnal Hadi (Hadi, 2009, p. 3), riset khalayak menurut Stuart Hall adalah analisis media dalam konteks sosial dan politik di mana isi media diproduksi (*encoding*) dan isi media dikonsumsi (*decoding*) dalam konteks kehidupan sehari-hari. Hal ini memiliki fokus terhadap perhatian individu dalam proses *decoding* yaitu proses di mana individu menginterpretasikan isi media dan memberikan makna terhadap isi media. Hal ini berarti suatu individu secara aktif

akan memberikan pemahaman dan makna teks isi media atas pengalamannya dan sesuai dengan apa yang dilihatnya dalam kehidupannya sehari-hari.

Menurut Stuart Hall (Hall, 1973, p. 16-18) proses *decoding* terhadap sebuah pesan atau teks media melalui tiga kemungkinan posisi yaitu pertama, posisi hegemoni dominan di mana situasi khalayak menerima pesan yang disampaikan oleh media dan khalayak menginterpretasikan pesan media sesuai yang dikehendaki media. Yang kedua adalah posisi negosiasi di mana khalayak menerima ideologi dominan yang disampaikan oleh media tetapi masih di dalam posisi penolakan dan pengecualian dalam beberapa penerapannya. Yang ketiga ialah posisi oposisi yaitu posisi di mana khalayak menolak makna pesan yang diberikan media dengan cara menggantikannya dengan cara berpikir dan pemahaman mereka sendiri.

Pada 2021, Komnas HAM menulis dan merilis sebuah penelitian mengenai pencapaian secara progresif dalam *Omnibus Law* Cipta Kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan RUU sampai menjadi UU Cipta Kerja dalam perspektif HAM menunjukkan adanya pemunduran (*regression*). Materi dalam *omnibus law* cipta kerja ini mengindikasikan pelemahan dalam upayaperlindungan bagi buruh dalam hal kondisi kerja yang layak dan adil. Selain itu, UU Cipta Kerja dinilai melonggarkan regulasi yang bersifat restriktif dalam hal upaya perlindungan hak atas lingkungan hidup yang layak (Suntoro, 2021, p.15). Hal ini yang membuat penulis tertarik untuk menelusuri isu mengenai *omnibus law* cipta kerja ini lebih lanjut. Dengan isu *omnibus law* cipta kerja yang dinilai merugikan rakyat dan media yang dinilai cenderung mendukung dan pro terhadap kebijakan cipta kerja, peneliti ingin mengetahui pemahaman serta posisi khalayak dalam isu penting ini.

Dengan penelitian ini, penulis ingin mengungkap pemahaman dan posisi khalayak dalam proses *encoding dan decoding* dalam pemberitaan *omnibus law* khususnya topik UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*. Pengumpulan data akan dilakukan dengan melakukan *in depth interview* dengan beberapa informan yang dapat mewakili posisi subjek yang pro dan kontra terhadap UU Cipta Kerja. Penulis juga akan mempertimbangkan berbagai faktor yang akan memengaruhi

pemahaman informan. Menurut Hadi (Hadi, 2009, p. 6), makna teks media akan dipengaruhi oleh faktor umur, agama, pendidikan, jenis kelamin, kelas, dan sosial budaya.

Dalam jurnal yang ditulis Hadi, ia menjelaskan bahwa yang sebelumnya media hanya menjadi penyalur informasi, maka kini media berperan juga sebagai fasilitator, penyaring, dan pemberi makna dari sebuah informasi (Hadi, 2009, p.3). Oleh karena itu, penulis akan melakukan *in-depth-interview* terhadap penulis atau *encoder* dari *MediaIndonesia.com* untuk mengetahui posisi, pemahaman, dan pemaknaan penulis sebelum menulis dan menyebarkan informasi mengenai UU Cipta Kerja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana resepsi khalayak terhadap pemberitaan mengenai UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*?

1.3 Pertanyaan Penelitian

Untuk menjabarkan rumusan masalah yang disampaikan sebelumnya, terdapat tiga pertanyaan penelitian yang dapat membantu menjawab permasalahan penelitian tersebut.

1. Pesan dan makna apa yang ingin disampaikan oleh penulis berita tentang UU Cipta Kerja terhadap khalayak di *MediaIndonesia.com*?
2. Pesan dan makna seperti apa yang diterima oleh khalayak setelah membaca pemberitaan tentang UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*?
3. Dimana posisi pemaknaan khalayak setelah membaca pemberitaan tentang UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan diuraikannya pertanyaan penelitian di atas, terdapat tiga hal yang dapat dijabarkan menjadi tujuan penelitian.

1. Menganalisis pesan dan makna yang ingin disampaikan oleh penulis berita tentang UU Cipta Kerja terhadap khalayak di *MediaIndonesia.com*.
2. Menganalisis pesan dan makna seperti apa yang diterima oleh khalayak setelah membaca pemberitaan tentang UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*.
3. Menentukan posisi pemaknaan khalayak setelah membaca pemberitaan tentang UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis/Teoritis

Secara akademis, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran terhadap pemberitaan UU Cipta Kerja dalam teks dan mengetahui pemahaman khalayak dalam pemberitaan UU Cipta Kerja khususnya di *MediaIndonesia.com* sesuai dengan konsep analisis resepsi dari Stuart Hall.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi pembaca media *online* untuk mempelajari resepsi atau pemahaman lain dalam pemberitaan mengenai UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com*. selain itu, penelitian ini bisa menjadi bahan masukan bagi penulis media agar dapat memberi ruang yang lebih adil dan netral ke seluruh kelompok masyarakat

1.5.3 Kegunaan Sosial

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk mengetahui dan mempelajari pemahaman dan pemaknaan lain dalam pemberitaan UU Cipta Kerja di *MediaIndonesia.com* yang dapat mengurangi mispersepsi khalayak.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Penulis akan membatasi unit analisis yang menjadi informan dalam proses *encoder* yaitu dua penulis atau jurnalis dari platform media *online MediaIndonesia.com* karena keterbatasan penulis dalam mencari penulis berita yang bersedia dan mampu untuk melakukan *interview* secara mendalam terkait UU Cipta Kerja.