

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dominick dalam Novianto, Tri Lestari, dan Nurfebiaraning (2016) menyatakan bahwa komunikasi massa merupakan proses dari media massa sebagai satu kesatuan yang kompleks yaitu: lebih dari satu mesin yang menghasilkan dan mentransmisi pesan-pesan yang ditujukan pada masyarakat secara *massive* atau dalam jumlah besar, sifatnya heterogen dengan khalayak yang teratur. Dalam komunikasi massa ini, lembaga penyelenggara komunikasi bukanlah perorangan, melainkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks dan pembiayaan yang sangat besar.

Penelitian ini menggunakan metode survey kuantitatif yang berjudul “Pengaruh Terpaan Pemberitaan UU Omnibus Law Ketenagakerjaan Terhadap Opini Masyarakat Indonesia Mengenai Omnibus Law Ketenagakerjaan” dilatarbelakangi karena ketertarikan peneliti yang ingin meneliti isu pemberitaan mengenai Omnibus Law Ketenagakerjaan yang menyebabkan kericuhan hampir diseluruh kota di Indonesia. Kericuhan ini banyak didominasi oleh buruh-buruh di Indonesia dan aktivis lembaga swadaya masyarakat oponent pemerintah.

Selanjutnya, isu mengenai penggantian UU Ketenagakerjaan melalui Omnibus Law Ketenagakerjaan disini menjadi penting karena menimbulkan banyak

sekali pro dan kontra dikalangan masyarakat. Dari sini dapat dilihat bahwa pengaplikasian komunikasi massa melalui media memiliki pengaruh tersendiri baik pada sikap, perilaku bahkan opini.

Kemajuan informasi di Indonesia yang sangat pesat didukung dengan masyarakatnya yang sangat peka dan adaptif terhadap peralihan penyebaran informasi yang bisa mereka dapatkan. Dalam menyebarkan informasi dibutuhkan sebuah lembaga atau komunikator sebagai gudang informasi yang butuh disebarkan kepada komunikan atau dalam hal ini peran media menjadi salah satu yang penting di masyarakat. Ada banyak sekali cara dan jenis media yang dapat digunakan sebagai pilihan komunikator untuk menyampaikan informasi, dimana media massa adalah salah satunya.

Media massa disini terdiri dari media cetak dan media elektronik dimana penyebaran informasinya cukup merata dan dapat diakses oleh mayoritas masyarakat yang fungsinya sebagai lembaga yang mendidik. Mendidik dalam konteks formal maupun informal dimana hal ini pendidik mencoba melanjutkan atau meneruskan satu ilmu pengetahuan, norma, nilai, etika, dan pranata dari satu generasi ke generasi selanjutnya (Nurudin 2007:86).

Menurut McQuail mengatakan bahwa paling tidak ada dua dampak yang dari terpaan media, yang pertama adalah dampak yang sesuai tujuan dan yang kedua adalah dampak yang tidak sesuai tujuan. Media itu sendiri dapat menghasilkan dampak yang bersifat kognitif, dampak kognitif kaitannya dengan pengetahuan individu dan opininya, selanjutnya adalah dampak yang bersifat afektif, dampak

afektif disini berkaitan dengan perasaan dan sikap individu, dan yang terakhir adalah dampak yang bersifat konatif yang berhubungan dengan perilaku individu setelah mendapat terpaan media (Kholisoh, 2018).

Dalam aplikasinya, ternyata komunikasi massa dengan menggunakan media massa dan media *online* dapat menimbulkan opini yang berbeda-beda di masyarakat. Opini yang dibangun cenderung tajam dan berdasarkan pemberitaan yang menimbulkan pro dan kontra. Khususnya dalam hal ini pemberitaan Omnibus Law Ketenagakerjaan yang menimbulkan banyak sekali pro kontra di masyarakat Surabaya.

Gambar 1.1



Sumber : cnindonesia.com

Buruh yang melakukan aksi demo disini menjadi pihak oposisi yang ingin menekankan substansi dari isi UU Omnibus Law Ketenagakerjaan khususnya

mengenai upah minimum, pengurangan pesangon, PKWT, penggunaan tenaga kerja *outsourcing*, dll. Sedangkan dilain sisi dimuat oleh Suara Jatim, ternyata para pengusaha Surabaya menyambut baik keputusan pengurangan pesangon buruh/pekerja yang terkena PHK. Mereka menilai kebijakan tersebut justru dirasa sangat adil, karena dalam kondisi Covid-19 ini perusahaan juga mengalami ketidakpastian dan hanya bisa bertahan semampunya, begitu menurut General Manager Plaza Marina Surabaya.

Gambar 1.2.



Sumber : jatim.suara.com

Gambar 1.3

Pemerintah Harus Ambil Pelajaran Besar dari Aksi Massal Tolak UU Omnibus Law Cipta Kerja

Laporan oleh Muchlis Fadjarudin

Sabtu, 10 Oktober 2020 | 10:55 WIB

Bagikan



Ilustrasi Ribuan massa yang tergabung dalam Gerakan Tolak Omnibus Law (Getol) Jatim, sudah memasuki Frontage Ahmad Yani, Surabaya, sekitar pukul 11.30 WIB, Kamis (8/10/2020). Foto: Dok/Anton suarasurabaya.net

Fahri Hamzah mantan anggota DPR berharap pemerintahan Joko Widodo (Jokowi) Presiden dan Ma'ruf Amin Wakil Presiden bisa mengambil pelajaran besar dari aksi penolakan pengesahan Undang-Undang (UU) Omnibus Law Cipta Kerja secara serentak di Jakarta dan berbagai daerah di Indonesia.

Ternyata maksud dan tujuan baik dari pemerintah untuk membangun perekonomian yang kuat di tengah

Sumber : suarasurabaya.net

Selain itu khususnya sebagai walikota Surabaya, Tri Rismaharini menyampaikan kekecewaan dan kesedihannya terkait respon masyarakat yang melakukan unjuk rasa hingga ricuh dan merusak banyak fasilitas publik. Terlebih lagi ketika diketahui bahwa ternyata para peserta demo tidak paham dengan isu yang sebenarnya diangkat dan hanya terprovokasi dengan oknum-oknum tidak bertanggungjawab

Gambar 1.4



Sumber : Liputan6.com

Gambar 1.5



Sumber : suarabaya.bisnis.com

Secara khusus pengaruh komunikasi yang diberikan media terhadap masyarakat sangat dapat dijelaskan oleh Harold D. Lasswell dalam buku Moerdjati (2016: 91) yang menyebutkan bahwa model komunikasi menurutnya adalah *who, says what, in which channel, to whom, dan with what effect?* Dimana setiap komponennya dapat dijelaskan satu persatu. “Who” disini menjelaskan mengenai penyampai pesan, “says what” menjelaskan mengenai isi pesan yang disampaikan oleh penyampai pesan, “in which channel” menjelaskan mengenai media apa yang digunakan oleh penyampai pesan untuk menyampaikan pesannya, “to whom” menjelaskan kepada siapa pesan itu disampaikan, dan yang terakhir “with what effect”.

Dalam pengkomunikasian suatu informasi melalui media, tentunya sang pemberi informasi berharap bahwa informasinya ini akan menimbulkan efek. Terdapat tiga jenis efek komunikasi massa menurut pendapat Effendy (2006) dalam bukunya, dapat dikategorikan dalam tiga efek komunikasi massa yaitu, Efek Kognitif (Cognitive effect), Efek Afektif (Affective effect), serta Efek Konatif atau sering juga disebut Efek Behavioral (Behavioral effect).

Dalam penelitian ini khususnya, akan berfokus pada efek konatif responden setelah membaca berita mengenai draf Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja pada media *online*, media cetak dan media elektronik. Menurut John R. Bittner dalam Nurudin (2014:211), menyebutkan bahwa fokus utama dari efek konatif ini adalah bukan sekedar tentang bagaimana media dapat mempengaruhi pembaca, namun sampai pada titik bagaimana pembaca memberikan reaksi atau respon-respon tentang

informasi yang sudah didapatkannya. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas mengenai reaksi pembaca berupa opini-opini yang mereka keluarkan setelah membaca berita mengenai Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja pada media *online*, media cetak dan media elektronik.

Menurut Putri dalam jurnalnya (2019) menyebutkan bahwa berdasarkan data terakhir *Internet Worldstats*, Indonesia berada pada urutan ketiga sebagai negara pengakses internet terbanyak di Asia. Data dari Badan Pusat Statistik ditahun 2014, menunjukkan bahwa banyaknya 78,4% masyarakat di Indonesia mengakses internet untuk membaca berita dan sebanyak 50,26% masyarakat Indonesia menggunakan internet bidang sosial-politik untuk membaca berita sosial/ lingkungan.

Penyebaran informasi Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja ini disebarakan melalui berbagai media. Menurut M. Romli (2018: 34) media *online* yang juga disebut media siber, media internet dan media baru dapat didefinisikan sebagai media yang disajikan secara *online* disitus web atau *website* internet. Masih menurut Romli, media *online* merupakan produk jurnalistik *online* atau jurnalistik siber yang bisa diartikan sebagai “peloporan fakta atau kejadian dimana diproduksi dan didistribusikan melalui internet.” *New media* berfokus pada berkembangnya teknologi digital, namun dari sebab itu *new media* bukan serta merta dapat disebut media digital.

Menurut Kriyantono dalam Liana, Armianti dan Ali (2017), terpaan media merupakan kegiatan yang dilakukan individu dalam menggunakan media tidak hanya sekedar mengakses media dan bukan hanya tentang kedektan individu dengan

kehadiran media massa. Tetapi lebih dalam lagi apakah individu tersebut benar-benar terbuka dengan apa yang dibaca dan dilihatnya yang biasanya berisikan pesan-pesan dari media massa terkait. Jadi, terpaan media adalah kurang lebih kegiatan seorang individu atau kelompok yang meliputi melihat, mendengar, dan membaca pesan-pesan yang diampaikan oleh media dan bahkan memiliki pengalaman ataupun perhatian khusus terhadap pesan dari media terkait.

Terdapat keselarasan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang peneliti temukan, yaitu milik Putri Octavia Haliem, Farid dan Budi Utami yang membahas mengenai bagaimana pengaruh terpaan media line webtoon “wonderwall” terhadap opini pembaca mengenai isu kesehatan mental. Dalam penelitian yang sudah dilakukan tersebut, yang dapat disimpulkan adalah ternyata ada pengaruh dari terpaan media line webtoon “wonderwall” dan responden sangat setuju dengan isu kesehatan mental yang masih banyak diderita oleh masyarakat dan belum mendapatkan perhatian sama sekali.

Terdapat keselarasan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang peneliti temukan, yaitu milik Putri Oktavia Haliem, Farid, dan Budi Utami, yang membahas mengenai bagaimana pengaruh terpaan media line webtoon “wonderwall” terhadap opini pembaca mengenai isu kesehatan mental. Dalam penelitian yang sudah dilakukan tersebut, dapat disimpulkan ternyata ada pengaruh dari terpaan media line webtoon “wonderwall” dan responden sangat setuju dengan isu kesehatan mental yang masih banyak diderita masyarakat namun belum mendapat perhatian sama sekali.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh terpaan pemberitaan Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja terhadap masyarakat Surabaya mengenai Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan pengaruh terpaan pemberitaan Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja terhadap opini masyarakat Surabaya.
2. Menjelaskan bagaimana opini masyarakat Surabaya mengenai pemberitaan Omnibus Law Cipta Lapangan Kerja.

1.4. Batasan Masalah

Untuk mengetahui batasan, objek penelitian akan terfokus pada media *online*, media cetak dan media elektronik saja. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan jangkauan *audience* yang luas sehingga dapat mendapatkan hasil yang lebih akurat. Selain itu, untuk hasil yang lebih spesifik lagi, peneliti menggunakan subjek masyarakat Surabaya saja sehingga data yang didapatkan bisa lebih valid.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat teoritis

Peneliti mengharapkan supaya penelitian ini bermanfaat untuk menambah lagi kajian ilmu komunikasi dan dapat memberikan sumbangsih pada penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5.2. Manfaat praktis

Selain manfaat teoritis yang bisa didapatkan, terdapat manfaat praktis lainnya yaitu diharapkan bahwa penelitian ini bisa sedikit memberikan masukan kepada komunikator dalam hal ini para pelaku media sebagai pendidik masyarakat bagaimana sebuah berita dapat mempengaruhi opini yang berkembang di masyarakat mengenai berita yang dipublikasi dan keterkaitan opini masyarakat dengan topik pemberitaan di dalamnya.