

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat berpartisipasi dalam berbagai isu sosial, termasuk perubahan kebijakan pemerintah. Salah satu isu kontroversial yang menjadi perhatian utama masyarakat Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 11 Cipta Kerja Tahun 2020 atau *Omnibus Law*. Peraturan ini berpotensi mengubah lanskap ketenagakerjaan dan hak-hak buruh di Indonesia. Konsep Omnibus Law ini merupakan konsep yang baru digunakan dalam sistem perundang-undangan di Indonesia. Sistem ini biasanya disebut sebagai Undang-Undang sapu jagat karena mampu mengganti beberapa norma undang-undang dalam satu peraturan. Selain itu konsep ini juga dijadikan misi untuk memangkas beberapa norma yang dianggap tidak sesuai dengan perkembangan zaman dan merugikan kepentingan negara (Kurniawan & Dewanto, 2016).

Salah satu yang menjadi permasalahan setelah disahkannya UU Cipta Kerja adalah hak pekerja. Hubungan kerja merupakan suatu hubungan yang timbul akibat dari perjanjian kerja yang dibuat atau disepakati bersama oleh pengusaha dan pekerja/buruh. Berdasarkan Undang - Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan menyatakan mengatur mengenai landasan, asas, dan tujuan pembangunan ketenagakerjaan, kesempatan dan perlakuan yang sama dalam hal ketenagakerjaan, perencanaan tenaga kerja dan informasi ketenagakerjaan, pelatihan kerja, penempatan tenaga kerja, perluasan kesempatan kerja, penggunaan tenaga kerja asing, hubungan kerja, perlindungan, pengupahan, dan kesejahteraan, hubungan industrial, pembinaan, pengawasan, penyidikan, dan ketentuan pidana serta sanksi administratif di bidang ketenagakerjaan. Sanksi pidana menurut UU ini menyebutkan bahwa sanksi pidana penjara, kurungan, dan/atau denda tidak

menghilangkan kewajiban pengusaha membayar hak-hak dan/atau ganti kerugian kepada tenaga kerja atau pekerja/buruh. Bab mengenai PHK kepada pekerja yang mangkir atau melanggar peraturan perusahaan diatur syarat yang cukup ketat.

Namun, berbeda dengan Undang - Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang dimana pengusaha atau perusahaan dapat melakukan pemutusan hubungan kerja dengan berbagai alasan yang tidak objektif. Menurut hukumonline.com salah satu kemudahan yang diberikan UU No.11 Tahun 2020 di bidang ketenagakerjaan yakni mempermudah mekanisme PHK oleh pemberi kerja. UU No.11 Tahun 2020 dan PP No.35 Tahun 2021 tentang Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, Alih Daya, Waktu Kerja dan Waktu Istirahat, dan Pemutusan Hubungan Kerja (PP PKWT-PHK), mengatur pengusaha bisa langsung melakukan PHK dengan cara melayangkan surat pemberitahuan PHK kepada buruh 14 hari kerja sebelum PHK. Pemerintah telah menetapkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja pada tanggal 30 Desember 2022, sebagai pengganti UU No. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang dinyatakan “Inkonstitusional Bersyarat”. Perppu tersebut telah mencabut UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan dinyatakan tidak berlaku. Perppu tersebut perlu mendapat pengesahan DPR untuk dapat ditetapkan sebagai undang-undang, melalui mekanisme persidangan DPR yang diharapkan terlaksana pada masa persidangan Maret 2023. Perppu ini dibentuk dengan tujuan antara lain menciptakan dan meningkatkan lapangan kerja dengan memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan terhadap industri nasional dan perdagangan nasional, termasuk industri pertahanan, serta meningkatkan investasi sebagai salah satu kunci pertumbuhan ekonomi.

Undang-Undang Cipta Kerja memuat harapan akan peningkatan pertumbuhan perekonomian, terciptanya iklim investasi yang kondusif yang dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan penyerapan pekerja, berkurangnya pengangguran dan peningkatan produktivitas kerja. Namun dibalik Undang-Undang Cipta Kerja, masih terdapat berbagai macam penolakan dan perlawanan yang terjadi di kalangan para buruh. Mereka berpendapat bahwa terdapat tujuh isu

yang bermasalah dan menjadi perhatian utama. Ketujuh isu yang ditolak kalangan buruh antara lain: (1) UMK (Upah Minimum Kabupaten/Kota) bersyarat dan UMSK (Upah Minimum Sektoral Kabupaten/Kota) yang dihilangkan, (2) pengurangan nilai pesangon dari 32 bulan diubah menjadi hanya 25 bulan, di mana 19 bulan dibayar pengusaha dan 6 bulan dibayar BPJS Ketenagakerjaan. (3) kontrak seumur hidup atau PKWT (Perjanjian Kerja Waktu Tertentu) menjadi tidak ada batas kontrak, (4) penghilangan *outsourcing* seumur hidup (5) waktu kerja eksploitatif, (6) penghilangan hak cuti dan hak upah atas cuti, (7) serta jaminan kesehatan dan pensiun yang hilang karena karyawan kontrak dan *outsourcing* seumur hidup (Hartanti, 2023).

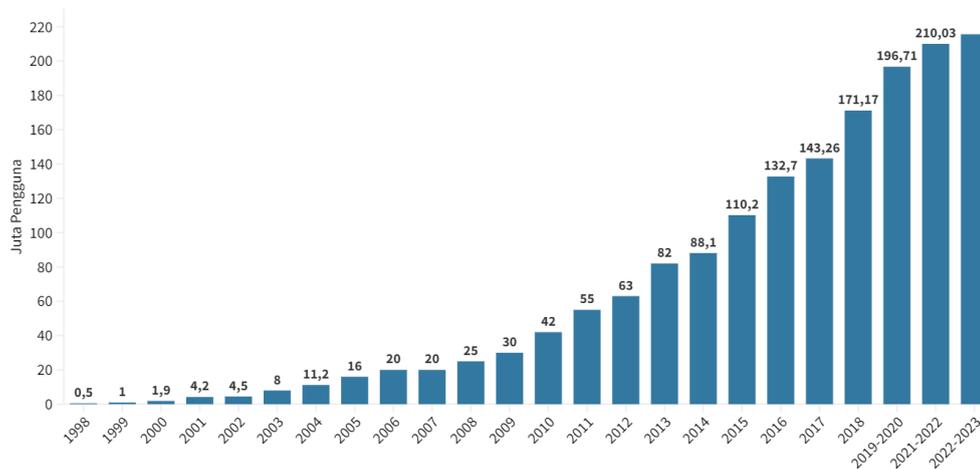
Persoalan – persoalan berkaitan dengan UU Cipta Kerja itu menjadi salah satu dorongan bagi pesan komunikasi di berbagai *platform* media untuk membuat kesepahaman tentang persoalan ini, maka dari itu dibuatlah akun @kolektifa. Manusia selalu mencoba berkomunikasi dan membuat dirinya mengerti perihal segala sesuatu. Oleh karena itu, komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Menurut (Mulyana, 2016) komunikasi merupakan suatu kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Selain itu, komunikasi menjadi bagian penting bagi manusia dalam kehidupan sosialnya. Menurut Rogers, komunikasi yaitu suatu proses menyampaikan gagasan, informasi, dan instruksi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain (Sandjaja, 2014).

Berdasarkan pengertian tersebut, komunikasi merupakan bentuk interaksi yang memiliki fungsi untuk memengaruhi serta menyampaikan informasi, gagasan, instruksi, dan perasaan. Penyampaian informasi dalam proses komunikasi harus bersifat efektif, dimana penerima informasi dapat menerima dan memahami informasi yang disampaikan sesuai dengan maksud dan tujuan pengirim informasi tersebut. Menurut Kelman, apabila dipandang dari komponen komunikasi, komunikasi yang efektif akan terjadi apabila komunikasi mengalami internalisasi, identifikasi diri, dan ketaatan (Hamidi, 2010). Komunikasi akan mengalami ketiga hal tersebut apabila komunikator memiliki ethos, kredibilitas, dan attractiveness, serta memberikan feedback positif pada komunikasi.

Informasi merupakan kebutuhan pokok setiap orang untuk pengembangan pribadi dan lingkungannya. Untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut, manusia menggunakan berbagai media massa sebagai sumber informasi. Media tersebut antara lain radio, televisi, dan surat kabar, serta media *online* dimana masyarakat dapat memperoleh berbagai informasi, seperti informasi terkait lingkungan sekitar, ekonomi, tips kesehatan, dan lain sebagainya. Namun jika dibandingkan dengan media lainnya, media *online* menjadi media yang paling digemari oleh masyarakat.

Laju perkembangan informasi dan teknologi dalam bingkai globalisasi yang semakin pesat turut berpengaruh pada meningkatnya penggunaan media sosial dalam masyarakat. Beberapa media sosial yang berkembang saat ini, seperti facebook, instagram, dan twitter, telah melahirkan gaya hidup baru dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Melalui media sosial, seseorang dapat menjalin pertemanan dan saling berinteraksi dengan siapapun, kapanpun, dan di mana saja (Mansyur, 2018).

Lebih lanjut, merujuk hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Youtube menjadi media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal itu sebagaimana disampaikan oleh 65,41% responden dalam survey APJII pada 10-27 Januari 2023. Facebook menyusul di urutan kedua lantaran digunakan oleh 60,24% responden. Setelahnya ada Instagram dan TikTok yang masing-masing digunakan oleh 30,51% responden dan 26,80% responden, berikut grafik dari data di atas.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (1998 – 2023)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat, informasi semakin mudah di akses dengan media sosial, para penggunanya dapat memperoleh informasi yang diinginkan dan di rasa penting untuk dirinya. Media sosial merupakan media baru yang memiliki karakteristik komunikasi yang lebih interaktif dibandingkan media konvensional. Merujuk pada hasil survey APJII tersebut maka salah satu media sosial yang populer di kalangan masyarakat Indonesia adalah Instagram. Media sosial ini adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Sari, 2018).

Nama instagram sendiri berasal dari insta dan gram, “insta” yang berasal dari kata instant dan “gram” yang berasal dari telegram, dapat disimpulkan dari nama nya yang berarti menginformasikan atau membagikan foto kepada orang lain dengan cepat. Salah satu yang unik dari Instagram adalah foto yang berbentuk persegi, ini terlihat seperti kamera paraloid dan Kodak Instamatic bukan seperti foto umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Instagram dapat diartikan penampilan dan menyampaikan informasi berupa foto atau gambar secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain. Tentunya, agar dapat menggunakan aplikasi Instagram, selain menginstall melalui *Play Store* milik *Google* atau *Apple Store*, harus perlu terhubung terlebih dahulu dengan koneksi internet (Anggraini, 2019).

Dalam sebuah survei DataIndonesia.id, menyebutkan memiliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga akhir 2022. Napoleon Cat (2022) merupakan alat untuk menganalisis kinerja media sosial, melakukan observasi berharga berdasarkan data, dan membuat laporan khusus. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 97,17 juta hingga Desember 2022. Jumlah tersebut naik tipis 0,10% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 97,07 juta pengguna.

Media sosial merupakan bentuk nyata dari media baru (*new media*) berbasis teknologi komunikasi yang didukung oleh informasi dan komunikasi (*Information and communication Technology*). Media sosial dipahami sebagai bentuk baru komunikasi di internet yang ditopang oleh berbagai aplikasi *software*, yang memungkinkan terjadinya interaksi diantara para pengguna. Media sosial memiliki beberapa kelebihan, terutama pada kemampuan dalam komunikasi dua arah yang interaktif dan memudahkan penggunanya untuk mengakses berbagai macam informasi.

Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialoog interaktif. Media sosial “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi Web 4.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Liedfray, 2022).

Instagram tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi berbagi foto atau video pada umumnya, namun juga digunakan untuk menyebarkan berbagai informasi dan media kampanye untuk menyuarakan isu sosial yang sedang terjadi di tengah masyarakat. Tak sedikit pula akun Instagram yang menggunakan media sosial untuk melakukan hal serupa, yang tujuannya mengajak *followers* atau pengikut untuk membentuk sebuah gerakan atau protes terhadap isu yang tengah terjadi. Salah satu akun Instagram yang memanfaatkan hal tersebut yaitu akun yang bernama @kolektifa, akun ini merupakan sebuah akun atau media kampanye untuk menyuarakan isu sosial tentang buruh yang sedang terjadi di tengah masyarakat

Indonesia, akun ini juga kerap mengajak pengikutnya untuk membentuk sebuah gerakan atau protes terhadap isu buruh yang tengah terjadi di Indonesia.

Salah satu isu sosial tentang buruh yang dikampanyekan oleh akun @kolektifa adalah penolakan UU *Omnibus Law* Cipta Kerja. Akun ini per Oktober tahun 2023 memiliki pengikut yang sudah mencapai 207 ribu dan 826 unggahan yang mengunggah beberapa informasi mengenai isu sosial yang tengah terjadi terkait UU Cipta Kerja. Tujuan dibuatnya akun Instagram @kolektifa diharapkan dapat memberikan cara yang mudah dan cepat kepada masyarakat dalam mengakses informasi mengenai isu sosial, serta menstimulasi perhatian *followers*, menimbulkan ketertarikan untuk mengetahui lebih lanjut, keinginan untuk berpartisipasi, serta mengikuti kegiatan kampanye yang diselenggarakan akun @kolektifa, dan mengajak orang lain untuk bergabung.

Kesejahteraan buruh didefinisikan sebagai terpenuhinya semua aspek kesehatan buruh baik secara fisik, mental, emosional, hingga kondisi finansial. Semua hal tersebut dapat terwujud apabila perusahaan mampu menerapkan aturan jam kerja sesuai UU, memberikan gaji yang layak, serta menjamin keselamatan buruh selama bekerja. Terdapat tujuh aspek yang membentuk kesejahteraan buruh. Tujuh aspek tersebut adalah sebagai berikut. (1) Kesehatan fisik buruh, (2) Adanya jenjang karier yang pasti, (3) Kesehatan finansial yang memadai, (4) Keamanan sosial di lingkungan kerja, (5) Komunitas yang saling mendukung, (6) Kesehatan mental/kondisi psikis yang stabil, (7) Punya tujuan tertentu yang melibatkan kesejahteraan individu. Berkaitan dengan hal tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas dari penetrasi pesan akun @kolektifa di Instagram pada penolakan UU Cipta Kerja terhadap kesejahteraan buruh.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Sejauh mana penetrasi pesan akun @kolektifa pada penolakan UU Cipta Kerja terhadap kesejahteraan buruh?
2. Sejauh mana pesan akun @kolektifa berpengaruh terhadap penolakan UU Cipta Kerja?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Untuk mengetahui penetrasi pesan akun @kolektifa pada penolakan UU Cipta Kerja terhadap kesejahteraan buruh.
2. Untuk mengetahui Pengaruh pesan efektivitas akun @kolektifa terhadap penolakan UU Cipta Kerja.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini berguna baik secara akademis dan praktis, Adapun uraiannya sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Hasil penelitian ini diharap dapat memperkaya studi komunikasi, khususnya tentang gerakan sosial terkait efektivitas media sosial Instagram dalam menstimulasi perhatian *followers*, keinginan untuk berpartisipasi, dan dapat digunakan sebagai acuan dasar pengembangan penelitian serupa terkait efektivitas media sosial sebagai media kampanye selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini dapat mengetahui seberapa efektif akun Instagram @kolektifa terhadap kampanye yang dilakukan untuk menggerakkan massa atau pengikut. Hal ini juga berguna bagi pihak terkait akun Instagram @kolektifa untuk mengetahui seberapa evaluasi efektivitas pesan terkait kampanye yang diunggah.