Fenomena Buzzer Dalam Kontroversi Omnibus Law Di Media Sosial

Afifah Qurotul Ain¹

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
6670180061@untirta.ac.id

Khaidar Mirza²

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
6670180072@untirta.ac.id

Muhammad Fajar C³

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
6670180060@untirta.ac.id,

Muhamad Heru F⁴

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
6670180016@untirta.ac.id

E-ISSN 2721-0642

Article Info

Recieved:

July 6 2021

Revised:

November 16 2021

Accepted:

December 12 2021

Doi Number

<https://doi.org/10.37950/ijd.v3i3.97>

Abstract

In modern times like today, the development of information and communication technology is very rapid and cannot be stopped. Without realizing it, this technological development brings changes to human social behavior, technology offers new ways for humans to communicate through various new media (New Media). One of the New Media that is a product of technological developments that greatly affect our daily lives is social media. As time goes by, social media is not only a medium of communication or just spending free time. More than that, social media now has several other roles, one of which is as a means of conveying criticism of the situation created under a state government agency as well as a means of political campaigns for representation from the state government. With the formation of new behaviors in conveying voices in public spaces, many new things are also born, one of which is the buzzer phenomenon. Bauzzer on social media is associated with a party related to increasing trends and discussions on social media, it can be said that the buzzer is a raiser of issues or discussions about something on social media. On this occasion, the researcher will discuss the buzzer phenomenon on the controversial issue of undang-undang cipta kerja or omnibus law

Keywords: social media, buzzer, omnibus law, digital activism.

Abstrak

Pada masa modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangatlah pesat dan tidak bisa di hentikan. Tanpa disadari, perkembangan teknologi ini membawa perubahan pada perilaku sosial manusia, teknologi menawarkan cara baru kepada manusia dalam berkomunikasi melalui berbagai media baru (New Media). Salah satu New Media yang menjadi produk perkembangan teknologi yang sangat berpengaruh pada kehidupan kita sehari-hari adalah media sosial. Seiring berjalannya waktu media sosial tidak hanya sebagai media komunikasi ataupun sekedar menghabiskan waktu luang. Lebih dari itu, media sosial kini telah memiliki beberapa peran lain salah satunya sebagai sarana penyampaian kritik atas situasi yang tercipta dibawah sebuah pemerintahan lembaga negara maupun sarana kampanye politik bagi representasi dari pemerintahan negara. Dengan terbentuknya perilaku baru dalam menyampaikan suara pada ruang publik, banyak hal baru pun ikut terlahir, salah satunya adalah fenomena buzzer. Buzzer di sosial media di kaitkan dengan suatu pihak yang terkait dengan peningkatan trend dan bahasan di sosial media, bisa dikatakan bahwa buzzer merupakan pengangkat isu-isu atau pembahasan mengenai sesuatu di sosial media. Pada kesempatan kali ini peneliti akan membahas mengenai fenomena buzzer pada isu kontroversional UU cipta kerja atau omnibus law

Katakunci: media sosial, buzzer, omnibus law, aktivisme digital.

Pendahuluan

Di era modern sekarang ini, tingkat penggunaan internet telah berada pada titik yang sangat tinggi dan belum pernah terbayangkan sebelumnya. Hal ini membuat keberadaan media sosial menjadi suatu hal lumrah yang dimiliki oleh setiap lapisan masyarakat. Menurut data tren internet dan media sosial yang dirilis oleh hootsuite, pada tahun 2020 pengguna media sosial aktif di indonesia telah mencapai 160 juta jiwa. Dengan jumlah pengguna media sosial yang sedemikian besar, pertukaran arus informasi dapat berjalan begitu cepat. Sehingga proses transformasi pengetahuan menjadi kesadaran dengan memanfaatkan melalui media sosial.

Media sosial merupakan hasil integrasi antara media elektronik dan jaringan sosial yang memiliki karakteristik lengkap, interaktif dan digital. Sejak kemunculannya, media sosial telah mampu mendorong kebebasan dalam hal berekspresi berpendapat bahkan menyampaikan kritik secara terbuka. Potensi ini lah yang kemudian digunakan oleh berbagai macam gerakan rakyat di indonesia dalam memperbesar jangkauannya. Hubungan yang tak terpisahkan antara gerakan rakyat dengan proses mobilisasi massa seperti halnya menghantarkan media sosial sebagai medium alternatif dalam menggalang kekuatan pendukung.

Fenomena-Fenomena yang bermunculan di negara Indonesia beberapa tahun terakhir adalah memanfaatkan media sosial untuk digunakan menghimpun anggota-anggota satu sama lain kedalam suatu gerakan tertentu. Pembangunan gerakan ini diawali

dengan adanya suatu pembentukan berupa komunitas virtual yang didasarkan padakesamaan visi dan tujuan.

Menurut nugroho efektivitas media sosial dalam gerakan sosial dibuktikan dalam waktu yang relatif singkat dapat menghimpun banyak dukungan dari para pengguna media sosial dan gerakan sosial tersebut mampu menghimpun aksi secara offline dan bukan hanya click aktivism (nugroho 2011).

Namun tidak sedikit isu publik yang dilemahkan oleh oknum demi kepentingan kelompoknya, salah satunya dengan adanya fenomena *buzzer* bayaran. Kasus penolakan oleh berbagai elemen masyarakat Indonesia terhadap RUU Cipta Kerja di tahun 2019 menjadi salah satu fenomena gerakan sosial yang cukup besar dan masif. Banyak pakar hukum dan politik yang menganggap bahwa RUU Cipta Kerja akan membawa malapetaka kepada rakyat, karena RUU tersebut hanya menguntungkan kelompok tertentu yang berkuasa di negara Indonesia. Untuk meredakan gejolak penolakan tersebut munculah fenomena *buzzer* bayaran yang lahir dari tokoh berpengaruh seperti, artis, *content creator*, dan penyayi dengan memberikan narasi bahwa RUU Cipta Kerja nantinya akan memberikan dampak yang baik bagi rakyat. Dengan adanya fenomena tersebut timbul kontroversi dari masyarakat Indonesian di berbagai *platform* media sosial.

Kerangka Teori

Gerakan sosial bahwasanya dapat dipahami sebagai fenomena sosial yang dimana bisa dilakukan oleh suatu kelompok komunitas atau suatu kelompok yang terbentuk atas dasar kesamaan tujuan untuk memperjuangkan kepentingannya yang berkaitan dengan isu – isu sosial dan politik yang ada di masyarakat. Anthony Giddens dalam (Putra, 2006) bahwa gerakan sosial merupakan gerakan upaya kolektif yang tujuannya memiliki tujuan dan kepentingan bersama atau gerakan bersama dengan melalui tindakan kolektif baik diluar lingkup lembaga – lembaga (ramma wisnu dewantara dan derajat s widhyharto, 2015). Perlu diingat bahwa gerakan sosial terbentuk tidak hanya sekedar sebuah kelompok kepentingan berdiri akan tetapi bagaimana dengan terbentuknya suatu kelompok kepentingan yang melakukan sebuah gerakan sosial bisa merubah suatu sistem, kebijakan, struktur masyarakat secara fundamental, dan sebagainya. kemunculan suatu gerakan sosial ini menandakan bahwasanya negara kita adalah negara demokratis oleh karena itu masyarakat memiliki hak untuk bertindak guna melakukan perbaikan yang dianggap melenceng atau merugikan pihak masyarakat. Robert Misel (2004) gerakan sosial adalah suatu keyakinan yang menganggap tindakan tidak terlembaga yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk memajukan atau menghalangi suatu perubahan dalam masyarakat. Gerakan sosial merupakan gerakan suatu kelompok yang tergolong besar dan bisa juga terorganisir yang dilakukan manusia yang melawan adanya ketimpangan – ketimpangan atau perubahan – perubahan yang sosial tidak sesuai, dengan menggunakan cara – cara yang tidak konvensional dan tidak berlembaga. Gerakan sosial lahir karena adanya ketidakadilan dan sikap sewenang – wenang oleh pemerintah terhadap masyarakat sehingga menimbulkan reaksi untuk melakukan suatu gerakan yang

menginginkan suatu perubahan, kebijakan, sistem dll yang bisa menyelamatkan masyarakat dalam arti tidak dapat merugikan masyarakat.

Dalam suatu negara demokrasi, hadirnya *public sphere* atau ruang publik merupakan hal yang krusial. Ruang publik di jadikan sebagai sebuah tempat dimana semua individu dapat bertukaran pikiran, ide, dan gagasan tanpa adanya rasa takut ataupun tekanan dari pihak manapun, termasuk penguasa. Ruang ini memberi akses kepada setiap orang dalam suatu negara untuk memiliki peluang akses yang sama untuk dapat berekspresi dan beropini mengenai harapan atas penyelenggaraan tata kelola pemerintahan yang terbuka dan demokratis (Usman, 2014). Mulanya istilah ruang publik di perkenalkan oleh jurgen habermas. Menurutny ruang publik merupakan suatu tempat dilakukannya pertukaran atas ide, gagasan, sosial, politik bahkan ekonomi. Enurutnya ruang publik merupakan sesuatu yang harus bersifat netral dan jauh dari tekanan ataupun dominasi negara, kelompok kepentingan ataupun partai politik, dengan itu maka hasil keputusan di ruang publik akan memihak kepada semua orang (Curran:2000;83).

Dalam konsteks gerakan sosial, ruang publik di jadikan sebagai tempat perjuangan di lakukan dan tempat untuk setiap orang menggantungkan harapannya atas bayangan keadilan. Seiring dengan perkembangan zaman yang mendorong pada kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, ruang publik mengalami perubahan pada apa yang kita sebut sebagai ruang siber/dunia maya (cyberspace). Ruang ini membawa gaya baru pola perilaku dan tindakan kita dalam berinteraksi dan terhubung dengan orang lain, perubahan ini juga menghasilkan suatu gaya baru dalam melakukan gerakan sosial. Dengan kondisi ini, kini gerakan sosial dapat di lakukan dengan melakukan penyebaran informasi di internet, hal ini dapat dilakukan melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan blog dengan gaya gerakan yang berbeda-beda. Hal yang menarik mengenai gerakan sosial yang di lakukan di cyberspace ini adalah, pertama identitas pengguna yang merupakan aktor sosial dalam suatu gerakan tersembunyi, aman, dan arahnya di ruang siber. Kedua, isu-isuyang di perbincangkan di ruang siber ini dapat tersebar dengan sangat cepat dan dapat menjangkau target atau penerima informasi tidak di batasi jarak dan waktu. Ketiga, masyarakat kemudiaan lama kelamaan diarahkan untuk condong untuk memposisikan dirinya dalam suatu jejaring sistem (the network society), sehingga ia sadar bahwa setiap tindakannya akan berdampak pada sesuatu yang lain di dalam sistem tersebut (Lim, 2002).

Pergantian gaya dan ruang gerakan sosial juga berdampak pada munculnya hal-hal baru yang berhubungan dengan gerakan sosial digital di ruang siber (cyberspace), Buzzer misalnya. Buzzer mulanya itu hanya digunakan untuk kepentingan iklan publisitas dari sebuah produk maupun perusahaan, namun sekarang buzzer dikembangkan lagi menjadi sebuah kepentingan individu ataupun kelompok yang mempunyai kekuatan mengembangkan sebuah pesan yang ada berupa perhatian ataupun membuat percakapan dan kecakapan tertentu dengan pengguna media sosiallain yang juga dengan motif atau niat tertentu. Menurut dimedjo dalam Shidiq Sugiono (2020) setelah adanya ledakan globalisasi dan teknologi dari penggunaan media sosial di

Indonesia membuat proses persebaran informasi yang ada itu menjadi lebih cepat bahkan dengan adanya ledakan ini membuat kegiatan dari kepentingan iklan publisitas menjadi lebih mudah untuk dilakukan serta bisa melalui akun pribadi dan bisa juga membantu usaha baik itu kepemilikan pribadi maupun industri perusahaan dalam proses strategi pengiklanan.

Bila dilihat dari asalnya dan awal mulai masuk itu masih berperan positif, namun setelah masuk ke dalam kepentingan politik peran dari buzzer sendiri ini sudah mulai berubah menjadi lebih besar perannya dalam mengatur ataupun mengubah arah dari perpolitikan yang ada di Indonesia. Sebab peran dari buzzer politik ini memiliki tugas untuk menebarkan informasi yang ada ataupun opini-opini yang ada untuk menciptakan sebuah citra berupa citra baik ataupun buruk di masyarakat melalui digital media sosial. Juga buzzer ini bekerja dengan menggunakan hashtag ataupun simbol tertentu yang sudah direncanakan juga keberadaan dari buzzer politik ini terkadang sulit untuk diidentifikasi karena bercampur dengan pendapat atau opini umum yang ada pada media sosial. Hal yang dilakukan oleh buzzer ini juga membuat seluruh masyarakat pengguna media sosial ini kesulitan dikarenakan informasi ini tingkat kredibel masih rendah tetapi untuk masyarakat awam hal seperti ini akan langsung dipercaya dan justru akan sangat berbahaya apabila sampai digunakan untuk sesuatu hal yang tidak begitu penting maupun informasi penting menjadi tertutupi dan berbalik dari yang kebenaran riil menjadi tidak kredibel dikarenakan tingkat massa yang dibentuk dan dibangun lebih rendah dibandingkan oleh mereka yang menjadi buzzer (Sugiono Shiddiq (2020).

Metode Penelitian

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode Penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang dapat digunakan untuk melihat realita sosial yang bersifat holistic, dinamis, dan memiliki makna mendalam. Penelitian kualitatif dapat dikatakan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk dapat memahami sebuah fenomena secara mendalam mengenai subjek penelitian, baik itu persepsi, pola tindakan, serta motivasi subjek penelitian dalam mengambil suatu tindakan. Penjabaran hasil penelitian dilakukan dengan mendeskripsikannya dalam bentuk bahasa, pada suatu konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2016). Penelitian ini menggunakan data sekunder melalui studi literatur yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan buku, artikel, dan jurnal ilmiah.

Penelitian ini bersifat deskriptif, hal ini dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk dapat mendeskripsikan dengan jelas mengenai bagaimana kemitraan pemerintah kota Bekasi dengan PT. Waste4Change dalam menangani masalah sampah di Kota Bekasi. Seperti apa yang dikatakan oleh (Suryabrata, 2014) bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran secara sistematis, akurat, dan sesuai fakta yang ada mengenai fakta dan karakteristik suatu populasi.

Analisis data pada penelitian kali ini adalah analisis deskriptif. Di sini peneliti menjelaskan data penelitian dengan mengurangkan informasi yang diperoleh melalui bahasa yang mudah dijelaskan. Dengan itu maka hasil penelitian akan menjelaskan secara rinci tujuan dari penelitian dilakukan dengan dilakukannya analisis secara mendalam oleh peneliti. Pendekatan induktif dalam menganalisis data akan menghasilkan teori-teori sebagai hasil penelitian kualitatif dari proses pengumpulan data, analisis, samapi pada penarikan kesimpulan (Lexy. J.Moeloeng, 2009:5).

Hasil dan Diskusi

Kronologi UU Cipta Kerja

Bisa diketahui awal mula dari UU Cipta Kerja atau Omnibuslaw ini mengalami beberapa hal yang cukup membuat banyak dari masyarakat yang ada untuk menggelar atau melakukan demonstrasi secara besar-besaran disebabkan beberapa poin atau isi dari Undang-undang tersebut yang dinilai begitu banyaknya kepentingan tertentu dan sangat menyimpang dari tujuan awal dari dasar hukum itu untuk kepentingan seluruh masyarakat indonesia dalam artian demi kebaikan seluruhnya, namun apa yang terjadi pada UU ini cukup meresahkan banyak pihak terutama mereka kaum pekerja dan dari sudut pandang lainnya UU ini diciptakan untuk menarik sebanyak-banyaknya investor yang ada untuk melakukan investasi sebanyak-banyaknya dan sebesar-besarnya kepada negara indonesia dan didalam proses perizinan yang dilaksanakan terdapat beberapa hal yang dinilai cukup berbelit-belit meskipun bila dilihat kembali lebih jelas bahwasanya yang membuat dan mempersulit dari proses pelaksanaan perizinan ini merupakan pemerintah sendiri sedangkan untuk yang dimaksud disini adalah kesulitan sebab masyarakat selalu menghadang atau menghalangi dari proses perizinan yang ada dikarenakan banyaknya lahan atau tempat wilayah yang akan dilakukan pengerjaan atau pabrik itu memasuki lahan hijau bahkan sampai kepada tempat-tempat penting bagi masyarakat seperti lahan untuk pengairan sampai kepada tempat rumah mereka berada bisa diberikan secara mudah kepada merka yang memiliki pemberian dana terbsesar kepada negara. Dan dalam hal ini pemerintah terutama DPR melakukan pemangkasan yang ada dalam proses perizinan tersebut juga demi kebaikan iklim dari berusaha di indonesia yang kemudian juga meningkatkan kegiatan dari prodktifitas para pekerja.

Disebabkan oleh banyaknya perusahaan asing atau investor-investor yang menyuntikan dana kepada negara indonesia mengeluh terhadap kegiatan dari proktifitas yang ada ini dinilai masih rendah atau kurang maksimal dan menilai bahsawanya upah yang diberikan baik upah minimum ataupun upah lainnya ini dalam negara indonesia ini selalu mengalami kenaikan atau peningkatan setiap tahunnya itu tidak sesuai dengan apa yang diberikan karna berdasarkan data survei beberapa perusahaan yang ada itu mengalami penilaian terhadap pekerja yang ada di indonesia masuk kepada ketidakpuasan dan ini cukup membuat pemerintah takut dengan keinginannya untuk melakukan industrialisasi sebesar-besarnya di indonesia. Karena beberapa perusahaan atau investor melakukan publikasi dari penilaian perusahaan

mereka terhadap mereka para pekerja yang ada di Indonesia dan langkah ini akan menghalangi jalan dari industrialisasi yang direncanakan oleh pemerintah akan mengurangi investor yang akan menanamkan dananya kepada negara Indonesia ini dan juga dinilai setelah melakukan kenaikan upah maka secara tidak langsung akan menaikkan biaya dari operasional yang ada pada suatu perusahaan yang secara tidak langsung akan mendorong perusahaan untuk mengurangi jumlah yang ada pekerja dan berakhir banyaknya tenaga kerja yang ada di Indonesia merasa terasingkan dan diisi oleh orang asing. Meskipun pada dasarnya baik itu melakukan kenaikan gaji ataupun tidak perusahaan akan tetap melakukan pengurangan jumlah tenaga kerja yang mungkin disebabkan oleh beberapa hal seperti kenaikan yang terjadi pada bahan baku atau biaya transportasi yang mengalami kenaikan dalam hal bahan bakar.

Bila ditelusuri lebih lanjut juga disini bisa dilihat bahwasanya terdapat beberapa kumpulan individu atau kelompok yang memiliki kepentingan secara pribadi untuk melakukan pengesahan dari UU tersebut sehingga proses dari penyampaian kepada publik dan pengesahannya ini dilakukan secara cepat dan seperti kilat sebab tidak seperti banyaknya UU yang ada dan tidak begitu besar dampak baiknyanya terhadap masyarakat seperti halnya dalam keadaan bencana baik itu dari tingkat nasional hingga kepada bencana terkecil yang sebaliknya tidak begitu diperhatikan oleh pemerintah terutama mereka yang memiliki bagian untuk merumuskan sebuah kebijakan yang ada.

Masalah dan Penolakan Omnibus Law

Omnibus law atau UU cipta kerja merupakan sebuah aturan yang dirancang oleh pemerintah untuk menghadapi masalah-masalah ketenagakerjaan seperti pengangguran, ketersediaan lapangan kerja, jam kerja dll. Tak disangka peraturan yang awalnya bertujuan untuk mengatasi masalah-masalah ketenagakerjaan justru menimbulkan masalah baru, masyarakat serentak menolak di berlakukannya atau di sahkannya UU cipta kerja. Bukan tanpa alasan, penolakan yang dilakukan oleh masyarakat ini dilakukan karena ada beberapa aturan dalam UU cipta kerja yang dinilai sangatlah merugikan kaum pekerja. Terdapat sederet masalah yang ada pada pasal-pasal dalam UU Cipta Kerja, pasal-pasal bermasalah ini meliputi UU Ketenagakerjaan, Lingkungan Hidup, UU Pers dan UU pendidikan.

Pasal-pasal yang bermasalah tersebut diantaranya ada pada bidang ketenagakerjaan. Pertama, pasal 77A. pasal ini memungkinkan perusahaan pada sektor tertentu untuk menambah jam kerja melebihi ketentuan yang ada sesuai dengan pasal 77 ayat 2 untuk jenis pekerjaan pada sektor-sektor tertentu. Pasal ini juga menghapus batas waktu pekerja kontrak dalam pengangkatannya sebagai pegawai tetap, hal ini nantinya akan mengizinkan perusahaan untuk terus mempekerjakan karyawan dalam status kontrak untuk waktu yang tidak ditentukan sehingga tidak ada jaminan pengangkatan pegawai tetap. Kedua adalah pasal 88C yang menghapuskan upah minimum Kota/Kabupaten (UMK) sebagai dasar upah minimum pekerja. Pasal ini merupakan salah satu pasal yang sangat ditentang oleh kaum buruh karena menurut mereka pasal ini

merupakan strategi pemerintah untuk menghapus UMK dan beralih ke upah minimum provinsi. Keputusan itu di tentang karena sudah semestinya pemberian upah harus sesuai dengan kondisi dan kebutuhan setiap buruh karena kebutuhan dan kondisi setiap kotamadya/kabupaten sangatlah berbeda-beda. Selain itu kaum buruh juga menuntut di berlakukannya UMK yang harus di dasari kebutuhan hidup layak (KHL). Selanjutnya adalah masalah pada bidang lingkungan hidup dalam UU cipta kerja. Dimana dalam pasal 88 UU Cipta kerja ini di dinilai melemahkan upaya penghukuman pada pelaku pembakaran hutan dan lahan. Hal ini karena pada UU no 32 tahun 2009 pelaku pembakaran hutan harus menerima hukuman dan konsekuensi kerugian yang di cipatakan atas pembakaran hutan. Sedangkan pada UU cipta kerja ini penindakan terhadap pelaku pembakaran hutan seakan di hambat dengan revisi UU no 32 tahun 2009 dimana kini penindakan terhadap pelaku harus disertai oleh pembuktian unsur kesalahan. Hal ini tentunya bisa menjadi peluang sebuah perusahaan untuk dapat membuka lahan secara efisien dengan membakar hutan dan lahan karena penindakan akan semakin rumit di lakukan pihak terkait. Selain itu, UU cipatkerja ini juga berdampak pada bidang pers dan penyiaran dimana pada pasal 11 terjadi perubahan isi dimana yang tadinya berisi bahwa penanaman modal asing kepada industri dan perusahaan pers dilakukan melalui pasar modal kini berubah menjadi bahwa pemerintah berperan mengembangkan usaha pers melalui penanaman modal asing sesuai dengan aturan perundang-undangan penanaman modal. Perubahan kata yang terlihat simpel ini menurut ketua AJI (Aliansi Jurnalis Independen) Hary Siswoyo sebagai suatu peluang ancaman pembatasan pers oleh pemerintah seperti apa yang terjadi di masa orde baru.

Dengan sederet kontroversi dan masalah yang ada pada UU cipta kerja, respon penolakan terjadi di berbagai daerah di seluruh indonesia, sejak awal bulan oktober tahun 2020. Respon penolakan ini tidak hanya dilakukan leh kaum pekerja dan buruh saja, namun dari seluruh elemen masyarakat. Salah satunya adalah mahasiswa, 7 dan 9 oktober menjadi salah satu puncak pergerakan penolakan omnibus law di oleh mahasiswa di seluruh indonesia. Bahkan pandemi covid-19 tidak menghalangi mahasiswa untuk terjun ke jalan dan ke gedung DPRD di seluruh indonesia untuk mengaspirasikan suara rakyat mengenai penolakan omnibus law. Selain itu aksi penolakan terhadap omnibus law tidak hanya terjadi di “jalan” saja, melainkan juga di jagat maya. kata kunci DPR, Omnibus law, dan beberapa hashtag lainnya menjadi trending topik pembicaraan di Twitter, hastag #mositidakpercaya dan #dprrikhianatirakyat juga termasuk di dalamnya. Selain itu, pembicaraan di dunia maya didominasi oleh komentar dan sentimen negatif kepada DPR selaku legislator. Penolakan atas omnibus law ini terus menerus di lakukan di sosial media sampai mencapai pucaknya pada tanggal 5 oktober 2020 dengan total tweet sebanyak 195 ribuditwitter.

Fenomena Buzzer di Media Sosial

Seiring dengan perkembangan zaman yang mendorong pada kemajuan teknolgi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia

dengan menjadikannya media sosial sebagai bentuk media yang memegang peran penting dalam menyampaikan suatu informasi baik informasi positif maupun negative sehingga menimbulkan gerakan sosial, atau dalam kampanye politik melakukan penyampaian opini publiknya, sehingga membawa gaya baru pola perilaku dan tindakan kita dalam berinteraksi dan terhubung dengan orang lain, perubahan ini juga menghasilkan suatu gaya baru dalam melakukan suatu tindakan untuk menyampaikan informasi atau isu - isu gerakan.

Di era digital sekarang akibat adanya perkembangan zaman membuat masyarakat Indonesia memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu untuk mendapatkan suatu informasi atau menyampaikan informasi ke masyarakat secara luas. Seperti apa yang dikemukakan oleh Safko, 2010 dalam (Mustika, 2019) media sosial merupakan sebuah media untuk bertukar pendapat, informasi, penyampaian informasi, berkomunikasi, berdiskusi, dan sebagainya melalui media sosial. Perkembangan media sosial dimanfaatkan oleh pemerintah namun apakah dalam penggunaan media yang dikonsumsi oleh pemerintah dengan baik, dan media sosial dimanfaatkan bagi kalangan para politisi yang digunakan untuk penyampaian opini publik.

Dengan kondisi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, kini penyebaran informasi terkait isu - isu yang sedang memanas hal ini dapat dilakukan melalui media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dan blog sehingga muncullah netizen, followers, influencer, dan muncul istilah buzzer. Buzzer merupakan sebuah lonceng untuk memberitahu atau peringatan, sedangkan dalam *Oxford Dictionaris* buzzer diartikan sebagai perangkat elektronik yang digunakan untuk menyembunyikan suatu degungan untuk menyebarkan suatu tanda atau sinyal. Sehingga buzzer akan memberikan suatu informasi terkait isu - isu yang sedang memanas. Perkembangan buzzer Dikenal sebagai iklan publisitas dari produk perusahaan berkembang menjadi sebuah kepentingan yang diisi oleh individu ataupun kelompok dalam mengembangkan pesan dengan pengguna media sosial lainnya. Masuk ke dalam politik Buzzer ini mulai mampu berperan sebagai pengatur arah dari perpolitikan dan tugas dari buzzer ini yaitu untuk menyebarkan sebuah informasi tertentu untuk membangun citra tertentu pada target yang telah ditentukan oleh mereka. Juga buzzer ini cukup sulit untuk diidentifikasi karena mereka menggunakan simbol tertentu yang terkadang ikut tercampur juga dengan pendapat, kritik dan saran yang berasal dari masyarakat. Buzzer ini bekerja dengan menggunakan hashtag ataupun simbol tertentu yang sudah direncanakan di media sosial seperti instagram, facebook, twitter mengenai isu - isu terhangat seperti #REFORMASAIKORUPSI, #BATALKANUUCIPTAKERJA, #UUCIPTAKER. Buzzer yang memiliki pengikut atau followers, netizen yang aktif di media sosial yang siap mendukung penyampaian opini atau informasi dari usulan buzzer. Hal yang dilakukan oleh buzzer ini juga membuat seluruh masyarakat pengguna media sosial untuk mengikutinya sehingga kedepannya akan menimbulkan sebuah gerakan sosial atau sebuah gerakan digital.

Buzzer Influencer

Hal yang sering tersoroti akan kehadiran buzzer politik di dunia maya terkhusus media sosial adalah bagaimana kampanye dan pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Kemuncul buzzer juga menajnikkan peluang kerja yang menjanjikan, tetapi belakangan terakhir kampanye dan pesan yang disuarakan oleh buzzer politik cenderung merupakan kampanye yang tidak positif dan menjatuhkan isu atau tokoh tertentu. Jenis kampanye yang negatif ini lah yang dikhawatirkan akan menimbulkan informasi-informasi tidak benar dan menyulut perselisihan. Tindak provokatif juga berpotensi mengeruhkan media sosial karena banyak lahirnya akun media sosial yang bersifat anonim. Seiring berjalannya waktu kata buzzer pun mulai dilebeli oleh masyarakat pengguna media sosial sebagai sebuah konotasi yang negatif yang diakibatkan oleh pesan kampanye yang tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya yang dilakukan oleh buzzer politik profesional.

Apabila dilihat dari klasifikasinya, buzzer mempunyai dua klasifikasi yaitu buzzer secara profesional yang dibayar, dan buzzer secara volunteer. Buzzer profesional memiliki tugas utama untuk menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan membuat hashtag harian dan juga aktivitas retweet hingga nantinya menjadi trending topic dan bisa dilihat dan diperbicarakan oleh masyarakat pengguna media sosial. Berbeda dengan buzzer volunteer, mereka menyebarkan informasi ke masyarakat atas keinginan diri sendiri karena terdapat ideologi yang sama dalam memandang suatu fenomena.

Pada fenomena penolakan sebelum UU Cipta Kerja disahkan karena banyak pakar politik dan hukum mengungkapkan terdapat pasal-pasal yang bermasalah yang merugikan rakyat Indonesia dan dianggap hanya menguntungkan kelompok elit tertentu. Ditengah penolakan UU Cipta Kerja tersebut, berlunculan buzzer politik yang mempresentasikan public figure dan influencer yang berpotensi dalam membentuk opini publik. Seolah berada dibawah satu komando puluhan public figure dan influencer memposting unggahan di media sosial pribadinya dengan hashtag #IndonesiaButuhKerja. Walaupun beberapa tidak meneylipkan kata Omnibus Law Cipta Kerja di dalam postingannya, namun public figure dan influencer tersebut ditengerai tengah menkampanyeka isu yang sedang ditolak oleh banyak rakyat Indonesia. Sebanyak 21 public figure dan influencer yang mengkampanyekan pesan dengan menggunakan hashtag #IndonesiaButuhKerja di postingannya antara lain, Gisella Anastasia, Gading Marten, Tiyo Adji, Cita Citata, Gritte Agatha, Adhito Pramono, Inul Daratista, Gofar Hilman, Fitri Tropica, Aruan Marsha, Siti Badriah, Valentino 'Jevret' Simanjutak, Rigen Rakelna, Boris Bokir, Kim Jeffrey Kurniawa, Gita Bhebbhita, Caesar Guawan, Zahwa Aqilah, Ismed Sofyan, Aisye Fabien, dan Aditya Fadila. Dalam wawancara salah satu public figure pada media Alinea.Id, Tiyo Adji menggunakan hashtag tersebut dalam postingan instagramnya hanya sekedar ikut meramaikan hashtag tersebut tanpa mengetahui terdapat korelasi antara hashtag #IndonesiaButuhKerja dengan Omnibus Law Cipta Kerja dan juga mengakui tidak dibayar pihak siapapun. Berbeda dengan public

figure Ardhito Pramona yang dikenal sebagai penyanyi, ia mengakui bahwa menerima tawaran pekerjaan endorsment dengan bayaran 10 juta rupiah, pihak yang menawarkan pun berjanji bahwa hashtag yang akan dikampanyekan tidak berhubungan dengan Omnibus Law Cipta Kerja. Setelah timbul banyak kontra di media sosial, Ardhito Pramono melakukan klarifikasi dalam akun Twitternya dan mengatakan bahwa dia merasa dibohongi oleh pihak yang membayarnya dan telah mengembalikan upah yang dia dapat.

Terdapat dugaan yang muncul dari Indonesia Corruption Watch (ICW) bahwa dengan adanya aktor-aktor yang berkemungkinan mendanai kampanye #IndoensiaButuhKerja, yaitu pemerintah negara, DPR, dan pengusaha. Ketiga aktor tersebut mempunyai kepentingan supaya Omnibus Law Cipta Kerja pada saat itu dapat segera disahkan. Apabila dugaan tersebut benar, maka menjadi ironi sekali dalam demokrasi negara Indonesia bahwa jika pemerintah atau DPR terlibat dalam kampanye tersebut maka bisa dikatakan sebagai perilaku korup dalam penyusunan undang-undang. Indonesia Corruption Watch (ICW) juga membeberkan data bahwa sedikitnya pemerintah Indonesia mengucurkan dana sebesar Rp1,29 triliun untuk kepentingan aktivitas digital pada periode 2014-2019. Dana tersebut termasuk dalam menyewa jasa para public figure, influencer, content creator, dan pakar ahli.

Kesimpulan

Undang-Undang ini Betul betul mengalami cukup banyak hal yang cukup kontroversial didalamnya, selain dikarenakan beberapa alasan yang dirasa benar oleh pemerintah tetapi tidak menutup kemungkinan bahwasanya apa yang diperjuangkan oleh masyarakat itu merupakan sebuah hak atau sesuatu yang perlu sekali untuk dibangun dalam diri karena mereka disini sangatlah dirugikan tanpa memandang jabatan selama masih sebagai pekerja maka semua golongan yang ada akan terkena dari dampak yang dibuat atau disahkan oleh Undang-undang tersebut karena ini merupakan sebuah produk hukum dan harus ditaati oleh seluruh masyarakat bahkan warga asing selama berada atau menetap bertempat tinggal di negara Indonesia ini.

Dan penggunaan buzzer disertai inovasi dalam tubuh buzzer ini sendiri merupakan langkah yang cukup cermat sekaligus berkepentingan sebab didalam produk hukum atau undang-undang tersebut seperti sedang membagikan sebuah kue atau makanan kepada mereka yang memiliki perusahaan ataupun investor yang menanamkan modalnya di Indonesia sedangkan tenaga kerja yang ada itu di perintahkan untuk bekerja juga diperas tenaganya untuk menggerakkan perusahaan yang memiliki keuntungan tersebut.

Dengan adanya dukungan buzzer dalam bentuk tokoh publik membuat banyaknya masyarakat kebingungan dan terjadi keributan juga sebab, beberapa hal yang terjadi sekarang mereka yang berstatus pekerja tetapi berada pada beberapa tingkat di atas masyarakat pada umumnya ini cenderung menyetujui tanpa memikirkan resiko yang ada dari produk hukum ini yang akan terus berjalan sampai kepada generasi-generasi

selanjutnya dan sewaktu-waktu juga akan dapat dengan mudah digulingkan demi kepentingan dari perusahaan tersebut.

Tentang Penulis

Penulis merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Yang bernama diantaranya yaitu Muhamad Heru Faturohman, Muhammad Fajar C, Afifah Qurotul Ain, dan Khaidar Mirza (6670180072).

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan akal pikiran (ilmu) sehingga penulis dapat menyusun jurnal ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dosen Pengampu Mata Kuliah Gerakan Sosial dan Masyarakat Sipil (M.Dian Hikmawan, M.A) yang telah memberikan bimbingan, arahan serta pembelajaran yang sangat bermanfaat dan bermakna bagi penulis.

References

- Alinea.id (2021) <https://www.alinea.id/politik/blunder-kampanye-buzzer-omnibus-law-ciptaker-b1ZSc9w8O>.
- Debora, Yantina. 2020. Daftar Pasal Bermasalah dan Kontroversi Omnibus Law RUU Cipta Kerja. Diakses di <https://tirto.id/daftar-pasal-bermasalah-dan-kontroversi-omnibus-law-ruu-cipta-kerja-f5AU>.
- Dewantara, Ramma Wisnu & Widhyharto, Derajad S. (2015). Ativisme dan Kesukarelawan dalam Media Sosial Komunikasi Kaum Muda Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19 (1), 40-52.
- Lim, M. (2002). *Cyber-civic space in Indonesia: from panopticon to pandemonium?* International Development and Planning Review (Third World Planning Review). Liverpool University Press. 24 (4), 383-400.
- Sari, D. K., & Siahainenina, R. R. (2015). Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual pada Kasus Satinah.
- Sugiono, Shiddiq. (2020). Fenomena Industri Buzzer di Indonesia: Sebuah Kajian Ekonomi Politik Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 04 No 01 Tahun 2020.
- Tricana, D. W. (2013). Media Massa dan Ruang Publik (Public Sphere), Sebuah Ruang yang Hilang. *ARISTO*, 1(1), 8-13.
- Camp, J. & Chien, Y.T. (n.d.). *The Internet as public space: concepts, issues, and implications in public policy*.
- Felicia, Riris Loisa. (2018). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter, Koneksi. *Jurnal Vol. 2, No.2, Desember, 2018*, Hal 352-359, EISSN 2598-0785

- Hartomo, Giri. 2020. "Pengusaha Blakblakan Asal Usul Pembentukan UU Cipta Kerja". Dari <https://economy.okezone.com/read/2020/10/15/320/2294175/pengusaha-blakblakan-asal-usul-pembentukan-uu-cipta-kerja?page=1>.
- Kusumaningrum, D. (2016). Interdependence versus truth and justice: lessons from reconciliation processes in Maluku. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 20(1), 15. doi: 10.22146/jsp.17998
- Misel, Robert. (2004). *Teori Pergerakan Sosial*. Yogyakarta: Resist Buku.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mustika, R. (2019). Pergeseran Peran Buzzer Ke Dunia Politik Di Media Sosial. *Diakom : Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(2), 144–151.
- Novika, Soraya. 2020. "Menaker Beberkan Asal Muasal Ruu Cipta Kerja Dikebut". <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4907462/menaker-beberkan-asal-muasal-ruu-cipta-kerja-dikebut>
- Suryabrata, Sumadi. 2014. *Metodologi Penelitian Cetakan Ke 25*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Usman, S. (2014, Juni 27). Ruang publik virtual. *Krjogja.com*. <http://krjogja.com/liputankhusus/analisis/3119/ruang-publik-virtual.kr>.