

Partisipasi Publik pada Postingan Instagram @narasinewsroom terkait UU Ciptaker

Maria Pricilia Rahmawati Nahas¹, Ahmad Junaidi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: maria.915200160@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara*
Email: ahmadd@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 10-10-2023, revisi tanggal : 15-11-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal : 13-01-2024

Abstract

At the beginning of its preparation, the Ciptakerja Law received a huge response from the public, many of whom provided support, but most of them gave rejection. one of the media that became a source of information by the public was Instagram, especially the @narasinewsroom account. Narasi newsroom presents actual information on the issue of the Ciptaker Law from the beginning of its formation to its ratification, so that it has a wide reach, this can be seen from how the public participates in the content uploaded by Narasi newsroom. This research uses a Qualitative approach with a case study method. The subject in this study is audience research related to the ciptaker law on the Instagram content of the Narasi newsroom with comments on the Narasi newsroom Instagram account as the object of research. Data collection techniques use primary data, namely interviews and observations and secondary data, namely online data searches, tada analysis techniques using content analysis and sentiment analysis with data validity techniques using data triangulation, research and topic deepening carried out since March 23, 2023. The conclusion of this research is that through Instagram the dissemination of information is easier and reaches a wider public, this can be seen from the various responses from the public to the information disseminated.

Keywords: Instagram, public participation, UU Ciptaker

Pada awal penyusunannya UU ciptakerja mendapat respon yang begitu besar dari masyarakat banyak yang memberikan dukungan, namun sebagian besar memberikan penolakan. salah satunya media yang menjadi sumber informasi oleh masyarakat adalah Instagram khususnya akun @narasinewsroom. Narasi newsroom menghadirkan informasi aktual mengenai isu UU Ciptaker sejak awal pembentukan hingga pengesahannya, sehingga dengan jangkauan yang luas, hal ini dilihat dari bagaimana publik berpartisipasi pada konten yang di unggah oleh Narasi newsroom. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek dalam penelitian ini adalah partisipasi publik terkait UU ciptaker di konten Instagram narasi newsroom dengan komentar pada akun Instagram narasi newsroom sebagai objek penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yakni wawancara dan observasi serta data sekunder yakni penelusuran data online, teknik analisis tada menggunakan analisis konten dan analisis sentimen dengan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi data, penelitian dan pendalaman topik dilakukan sejak 23 maret 2023. Simpulan dari penelitian ini adalah melalui Instagram penyebaran informasi lebih mudah dan menjangkau publik lebih luas hal ini dilihat dari berbagai respons dari masyarakat pada informasi yang disebar.

Kata Kunci: Instagram, partisipasi publik, UU Ciptaker

1. Pendahuluan

Partisipasi Publik terkait UU Cipta kerja (UU Ciptaker) sejak awal menimbulkan berbagai pro dan kontra di masyarakat. Beberapa segmen masyarakat melihat hal ini sebagai langkah positif. Namun, sejumlah besar pekerja dan aktivis sosial mengkritik situasi ini. Masyarakat meningkatkan kesadaran akan UU Ciptaker melalui kampanye digital dengan media sosial dimana media sosial dilihat sebagai salah satu media yang menciptakan komunikasi massa. Secara luas, komunikasi massa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik maupun digital dengan mengharapkan adanya timbal balik (Kustiawan et al., n.d.)

Adapun pengertian komunikasi massa Secara luas, komunikasi massa diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk menyampaikan pesan melalui media massa cetak, elektronik maupun digital dengan mengharapkan adanya timbal balik (Dewi Nurmasari Pane, 2019). Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Ahmad & Setiadi, n.d.). Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Liubana & Setyanto, n.d.)

Salah satu media yang banyak digunakan adalah Instagram khususnya akun narasi newsroom yang merupakan bagian dari banyak media yang memberitakan dan menyebarkan informasi mengenai UU Ciptaker dan memiliki audiens yang besar dalam menyebarkan informasi dan opini tentang peristiwa terkini. Dalam melakukan penyebaran berita, media berita tentu melakukan gatekeeping untuk mengontrol keluar masuknya informasi. McQuali mengatakan Gatekeeping adalah Proses seleksi konten yang dilakukan oleh organisasi media massa sebelum mempublikasikannya melalui saluran komunikasi (Setiawan & Handayani, n.d.).

Setelah melakukan proses penyeleksi berita ini, tentunya media berita memiliki cara untuk menekan suatu isu agar bisa ditangkap oleh masyarakat atau bisa juga disebut dengan agenda setting. Agenda setting adalah proses media massa menyajikan suatu isu-isu tertentu secara sering dan menyajikan dengan hasil bahwa segmen-segmen besar publik datang untuk melihat isu-isu tersebut lebih penting daripada yang lain. Singkatnya, semakin banyak liputan yang diterima suatu isu, semakin penting bagi orang-orang (Karin Wahl-Jorgensen, n.d.).

Dilihat dari hal ini, Narasi Newsroom senantiasa memberi perkembangan terkait isu UU Ciptaker melalui postingan Instagram yang kemudian membentuk partisipasi publik yang beragam mulai dari mendukung maupun menolak. Hal ini tentu meningkatkan informasi, analisis, dan diskusi masyarakat sehingga lebih memahami implikasi dari isu-isu yang ada. Tak hanya itu, persepsi publik juga secara tidak sengaja dibentuk melalui informasi yang diberikan. Singkatnya, narasi newsroom menciptakan ruang partisipasi publik terkait isu UU Ciptaker. Menurut Slamet partisipasi masyarakat dalam pembangunan diartikan sebagai ikut sertanya masyarakat dalam pembangunan, ikut dalam kegiatan pembangunan dan ikut serta memanfaatkan dan ikut menikmati hasil-hasil pembangunan (Ngongare et al., n.d.)

Dengan penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi partisipasi publik dan bentuk partisipasi publik di media sosial khususnya pada akun Instagram Narasi Newsroom dan bagaimana distribusi konten di akun Instagram Narasi Newsroom dapat meningkatkan pemahaman dan persepsi publik terhadap isu yang sedang dibahas.

2. Metode Penelitian

Menurut sugiyono berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk penelitian pada objek ilmiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Wijaya, n.d.). Pendekatan kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk lebih memahami dan menganalisis partisipasi masyarakat dalam peraturan UU Ciptaker melalui konten pada akun Instagram @narasinewsroom. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Robert K. Yin menjelaskan, para peneliti yang menggunakan studi kasus dianggap melakukan “keanehan” dalam disiplin akademisnya karena tingkat ketepatannya (secara kuantitatif), objektivitas dan kekuatan penelitiannya dinilai tidak memadai (Assyakurrohim et al., 2022)

Subjek pada penelitian ini adalah partisipasi publik di media sosial Instagram khususnya dalam konteks isu UU Ciptaker. Sedangkan objek pada penelitian ini komentar di akun Instagram @narasinewsroom tentang UU Ciptaker. Persoalan UU Ciptaker merupakan isu yang kontroversial yang mempunyai implikasi signifikan terhadap para pemangku kepentingan. Konten UU Ciptaker pada akun Instagram. Menurut Riduwan dari teknik pengumpulan data adalah “Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Tanujaya, 2017) teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Data Primer seperti observasi dan wawancara dan data sekunder yang merupakan data tambahan seperti penelusuran online pencarian dan pengumpulan informasi dari sumber-sumber yang ada di dunia atau internet. Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Konten, Analisis Sentimen. Serta teknik keabsahan data menggunakan Triangulasi data, menurut Sugiyono Triangulasi data adalah Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada Menurut Wijaya, triangulasi data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu (Kojongian et al., 1966) ini akan dilakukan di media sosial Instagram khususnya pada akun @narasinewsroom mengenai isu UU Ciptaker pada 23 Maret 2023.

Penulis menggunakan 3 jurnal penelitian terdahulu yakni analisis komentar negatif kelangkaan minyak goreng pada akun instagram @megawatisoekarnoputri.d ditulis oleh Mutthmainnah Universitas S. Muhammadiyah (Noerroslina et al., 2023), analisis komentar *followers* terhadap identitas gender *beauty influencer* laki – laki ditulis oleh Valent Novitaria Universitas Tarumanagara (Novitaria & Rusdi, 2021), dan Partisipasi Politik Generasi Milenial di *Instagram* dalam Pemilu 2019 yang ditulis oleh Nadia Laksmitha K. Universitas Tarumanagara. Ketiga penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan fokus penelitian dengan penelitian ini, dimana penelitian sama – sama melakukan penelitian terkait partisipasi publik.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Narasi Newsroom adalah sumber berita digital yang dapat diakses melalui Instagram, dan merupakan salah satu dari berbagai program yang di naungi oleh Narasi.tv. Sedangkan Narasi.tv sendiri adalah startup media digital yang berdiri sejak 2017 oleh seorang jurnalis senior Najwa Shihab.

Sejak Agustus 2021, Narasi Newsroom aktif menyebarkan konten berita menggunakan *Instagram Reels*. Informasi biasanya diberikan tentang peristiwa penting atau yang belum pernah terjadi sebelumnya. Narasi Newsroom sering memperbarui konten di Instagram Reels dengan tagar. #NarasiDaily dan #JadiPaham sebagai kampanye Humas Narasi TV. Topik yang diangkat dalam Instagram Reels @narasinewsroom juga cukup luas. Mulai dari berita terkini, topik hangat, hingga hiburan, semua ada di sini.

Keunikan dari program Narasi Newsroom dengan media mainstream lainnya juga terlihat dari segi kualitas, rasio, dan intensitas mengunggah konten media ini merupakan ruang bersama untuk bertukar ide dan gagasan. Konten Narasi berfokus pada idealisme dan berbagai macam kritik, kecaman, dan toleransi. Narasi juga ingin membuat anak-anak menjadi tenang sehingga mereka dapat menghadapi situasi. Narasi sedang dikembangkan untuk menjadi penggerak dan pendorong peran kaum muda berita.

Khalayak menganggap bahwa penyajian informasi yang diberikan oleh Narasi Newsroom mampu menarik audiens tentu hal ini dibuktikan oleh jumlah pengikut Narasi Newsroom yang kini mencapai angka 1.1 juta. Kebutuhan informasi yang efektif menjadi alasan Narasi Newsroom menjadi akun berita yang dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat yang sedang mencari informasi mengenai isu – isu yang tengah beredar di masyarakat. Narasi Newsroom memiliki potensi untuk mengurangi kebutuhan integrasi sosial dengan masyarakat umum. Masyarakat dapat mengirimkan pesan untuk mengungkapkan aspirasi tanpa harus bertatap muka melalui fitur pesan dan komentar di Instagram.

Partisipasi masyarakat di Instagram narasi newsroom mengenai UU Ciptaker menjadi salah satu cara bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri dan berpartisipasi dalam isu yang tengah dibicarakan. Melalui Instagram, masyarakat dapat berbagi informasi, ide, dan kritik mengenai amerika serikat dalam format yang lebih kreatif dan mudah diakses. Partisipasi publik pada akun Instagram @narasinewsroom tentang UU Ciptaker telah meningkatkan jumlah interaksi, komentar, dan kontribusi dari pembuat akun. Followers @narasinewsroom di Instagram terus semangat memberi komentar pada postingan yang berisi informasi, atau berita mengenai UU Ciptaker.

Para pengikut menggunakan komentar untuk berbagi informasi, mengajukan pertanyaan, mengkritisi isu, dan berdiskusi mengenai isu yang sedang dibahas bersama dengan pengikut lainnya. Seringkali publik mengajukan pertanyaan tentang aspek – aspek tertentu dari UU Ciptaker, seperti bagaimana UU tersebut mempengaruhi pekerja, bisnis, dan Industri pertanyaan ini akan memberikan pemahaman lebih dalam mengenai atas informasi yang sedang dibahas atau diberikan.

Banyak pihak yang menyuarakan dukungan terkait beberapa poin dari UU Ciptaker. Namun, kebanyakan pengikut menyatakan protes, kritik pedas atau sarkasme, dan mengecam kebijakan pemerintah mengenai UU Ciptaker. Banyak pihak yang menyuarakan dukungan terkait beberapa poin dari UU Ciptaker. Namun, kebanyakan pengikut menyatakan protes, kritik pedas atau sarkasme, dan mengecam kebijakan pemerintah mengenai UU Ciptaker

Dilansir dari Kompas.com, istilah Omnibuslaw pada awalnya muncul saat pidato pertama Joko Widodo setelah dirinya dilantik sebagai Presiden RI untuk kedua kalinya pada minggu (20/10/2019).

Pada tanggal 23 Maret 2023, Narasi Newsroom mengunggah konten terkait perjalanan UU Ciptaker sejak pembentukan draft hingga pengesahannya di tahun 2023, unggahan ini berjudul “Perjalanan Cuaakkss UU Cipta Kerja” yang menjelaskan pada tanggal 12 Februari 2020, DPR RI memulai pembahasan secara komprehensif atas RUU Ciptaker secara terburu – buru dan kemudian menetapkan rancangan tersebut akan menjadi UU.

Ketika informasi mengenai RUU ini sampai ke publik melalui media yang dengan cepat memberitakan isu ini, banyak reaksi penolakan keras dari berbagai kalangan, terutama dari kalangan buruh. Aksi unjuk rasa atas RUU ini terjadi di berbagai daerah sejak Februari hingga Oktober 2020, penolakan ini terjadi karena dilatarbelakangi alasan bahwa aturan ini dikhawatirkan akan merugikan kaum buruh dan menguntungkan pengusaha.

Pada 24 April 2020, Presiden Jokowi mengumumkan bahwa pembahasan RUU Ciptaker akan ditunda khususnya pada klaster ketenagakerjaan. Namun penundaan ini hanya terjadi selama 5 bulan, hingga pada 25 September 2020 DPR dan pemerintah kembali melakukan pembahasan mengenai RUU termasuk klaster ketenagakerjaan di dalamnya.

Tanpa membuang waktu, pada tanggal 5 Oktober 2020, DPR melakukan pengesahan terhadap UU ini dan sebulan tepatnya pada tanggal 2 November 2020 Presiden Jokowi menandatangani aturan tersebut. Maka sejak 2 November 2020, UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja resmi berlaku.

Meskipun demikian, UU Ciptaker terus menghadapi kritik dari masyarakat, banyak pihak yang mendesak Presiden Jokowi untuk mempertimbangkan kembali UU tersebut. Sebagai akibat dari keputusan presiden yang menolak dibatalkannya UU tersebut, banyak pihak yang menggugat UU tersebut ke MK, mulai dari buruh, akademisi, dan mahasiswa.

Hingga pada tanggal 25 November 2021, MK menyatakan bahwa UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja TIDAK KONSTITUSIONAL MK menilai UU tersebut cacat formil karena adanya ketidaksesuaian antara pembahasannya dengan aturan dan tidak memenuhi unsur keterbukaan. Maka kemudian MK meminta untuk UU ini direvisi kembali dalam kurun waktu 2 tahun sejak keputusan dikeluarkan. Setelah putusan MK selesai, Presiden Jokowi mengeluarkan Perppu pengganti UU Ciptaker di tanggal 30 Desember 2022. Tetapi tak lama kemudian, tepatnya pada 21 Maret 2023, DPR dan pemerintah mengumumkan rapat pengesahan Perppu Cipta Kerja melalui Rapat Paripurna DPR ke-19 Masa Sidang IV Tahun Sidang 2022-2023, meskipun produk ini telah mendapat persetujuan dari kedua partai politik (Demokrat dan PKS) dan masyarakat luas.

Analisis dilakukan terhadap beberapa komentar di postingan reels narasi newsroom pada tanggal 23 maret 2023 berjudul “Perjalanan Cuaakkss UU Cipta Kerja” dengan jumlah penonton 180.685, 621 *share*, dan 426 komentar. Bukti gambar diambil dari hasil tangkap layar dari konten Instagram narasi newsroom

Pada konten ini, terdapat 426 komentar dan sebagian besar menentang pengesahan UU Ciptaker baik dengan mengungkapkan kekecewaan kepada pengambil keputusan dalam hal ini pemerintah, sarkasme, hingga cacian dan makian. Walaupun pada kolom komentar sebagian besar masyarakat menentang, tidak bisa dipungkiri bahwa masih ada pihak atau kalangan masyarakat yang setuju dengan pengambilan

keputusan pemerintah dalam merumuskan RUU Ciptaker dan mengesahkannya di sidang Paripurna DPR RI pada tanggal 21 Maret 2023.

Berdasarkan hasil pengamatan secara mendalam, penulis mengklasifikasikan bentuk partisipasi publik dalam kolom komentar postingan narasi newsroom pada tanggal 23 maret 2023 berjudul “Perjalanan Cuaakkss UU Cipta Kerja” dapat dibagi dalam beberapa kelompok yakni komentar mendukung (pro), komentar menentang (kontra), komentar sarkasme, dan komentar satire.

Bentuk Komentar Mendukung (Pro)

Pada tanggal 15 November 2023, penulis melakukan observasi dan pengumpulan data pada kolom komentar postingan narasi newsroom di tanggal 23 maret 2023 berjudul “Perjalanan Cuaakkss UU Cipta Kerja”, dan menemukan beberapa komentar mendukung terkait pengesahan UU Ciptaker. Berikut adalah beberapa komentar dukungan yang ditemukan dan diambil untuk menjadi data:

- 1) @zulfikarsaosang “Kalau pemerintah udah gini, berarti undang undang ini sangat urgent dan bisa dipertanggung jawabkan di masa depan”
- 2) @dudungraya99 “Saya masyarakat dan saya mendukung UU Cipta Kerja, karena memang sangat dibutuhkan masyarakat. Tidak ada celah untuk mengkritik UU tersebut, hanya oposisi pemerintah saja yang membangun opini negatif terhadap pemerintah dengan memanfaatkan UU Cipta Kerja”
- 3) @berlianasuprihatin99 “Kenapa UU Cipta Kerja harus ditolak oleh kalian? Mengatas namakan masyarakat sipil. Padahal hal itu sangat baik bagi masyarakat. Kita seharusnya dukung untuk kesejahteraan masyarakat, bukan justru malah mengkritik dengan alasan tidak jelas”

Dari komentar – komentar diatas, dapat dilihat bahwa seluruh pihak yang mendukung terbentuknya UU Ciptaker memiliki beberapa alasan untuk mempercayai keputusan yang diambil oleh pemerintah bahwa UU Ciptaker memang layak diterima sebagai produk UU di negara ini.

Alasan yang dipakai oleh yang mendukung produk UU Ciptaker ini adalah bahwa produk UU ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan negara Indonesia untuk menjadi negara yang lebih maju, sehingga tidak seharusnya kehadiran dari produk UU ini mendapat penolakan yang begitu hebat dari masyarakat, Pihak yang mendukung produk UU ini beralasan bahwa produk UU ini bisa membuka jalan atau menarik investor luar untuk menanam modal di Indonesia Ada juga yang mengatakan bahwa pengambilan keputusan oleh pemerintah untuk mengesahkan produk UU Ciptakerja ini tentu saja hal yang genting dan bisa dipertanggungjawabkan di masa yang akan datang, Tak hanya itu, ada juga yang meyakini bahwa produk UU Ciptakerja ini bisa membuka lapangan pekerjaan di negara Indonesia sehingga akan memajukan perekonomian negara.

Komentar Menentang (Kontra)

Di tanggal 15 November 2023, penulis juga melakukan observasi mendalam pada kolom komentar Instagram narasi newsroom terkait isu UU ciptakerja khususnya pada postingan Instagram narasi newsroom berjudul “Perjalanan Cuaakkss UU Cipta Kerja” yang di upload pada tanggal 23 Maret 2023.

Dalam melakukan observasi terhadap komentar di postingan tersebut, penulis menemukan komentar yang menentang kebijakan pemerintah terhadap produk UU Ciptaker lebih banyak dibandingkan dengan komentar yang mendukung kebijakan pemerintah terhadap produk UU Ciptaker. Berikut adalah beberapa komentar yang

menentang keputusan pemerintah yang mengesahkan produk UU Ciptaker ini

- 1) @vi.mrc_ “ya mau gimana lagi, sekarangkan banyak yang lebih mementingkan kepentingan pribadi wkwk”
- 2) @ana_thohir “UU berdasarkan pesanan penguasa??????. Mana yg katanya partai wong cilik? 😞”
- 3) @fajar_amrullah93 “ntah mreka mewakili siapa.. lebih k ben@lu yg harus d basmi krn emg gk guna sm skali.. muka.a lemah lembut, klakuan.a no coment ni s.hokage naruto..”

Keputusan pemerintah yang dianggap terburu – buru ini juga menjadi tanda tanya besar di mata publik. Publik terus mempertanyakan apa urgensi dari pengesahan UU ini hingga bisa terburu – buru seperti pembahasan dan pengesahan nya. Ketika melakukan wawancara bersama 4 narasumber yang terlibat langsung dalam berkomentar di postingan narasi newsroom tersebut, jawaban yang sering terdengar dari mereka adalah “pembahasan dan pengesahannya sangat terkesan terburu – buru, jadi sangat dipertanyakan apa urgensinya?”

Menurut pemerintah, UU ini merupakan langkah mitigasi dari dampak krisis global. Namun, jawaban ini tidak membuat rakyat berubah pikiran. Penolakan terjadi terus menerus, salah satu pertanyaan yang sering muncul juga adalah pengesahan UU ini untuk kepentingan siapa? rakyat atau kepentingan pribadi? Pada kolom komentar postingan ini, sebagian besar publik mengungkapkan kekecewaan terhadap keputusan pemerintah karena mengesahkan produk UU yang ditentang publik dan dianggap bisa menyusahkan rakyat.

Komentar Sarkasme

Selain ditemukannya komentar yang mendukung dan menentang, penulis juga menemukan komentar komentar sarkasme yang ditujukan kepada pengambil keputusan dalam hal ini DPR, presiden, dan jajarannya. Komentar ini ditulis untuk menunjukkan rasa marah dan kekecewaan terhadap keputusan yang telah dikeluarkan.

Menurut KBBI kata sarkasme adalah kata-kata pedas untuk menyakitkan hati orang lain; cemooh, ejekan kasar. Menurut buku pengkajian prosa fiksi, sarkasme merupakan gaya bahasa penyindir dengan menggunakan kata kata kasar dan keras.

- 1) @mardian1414 “Pemerintah anj*ng”
- 2) @riiidwan_r “seolah2 baik ternyata Da*jal 😏”
- 3) @pakcikyan_depok “Rezim. Bobr*kkkkk”

Komentar – komentar ini ditujukan kepada DPR dan partai politik, khususnya pada pimpinan sidang yakni Ibu Puan Maharani selaku Ketua DPR RI dan partainya yakni PDI Perjuangan. Kekecewaan terhadap pemerintah juga merambat ke partai politik., publik menganggap partai politik bukanlah partai yang berpihak pada rakyat Alasan inilah yang melatar belakangi sebagian besar masyarakat bersuara untuk tidak memilih PDIP pada Pemilu tahun 2024 seperti komentar yang ditulis oleh @tomio_oldrich “Kalo masih ada banteng yg masuk pemerintah udahhhlahh, habis kita jadi rakyat..! Maka dari itu jangan pilih banteng”

Komentar Satire

Pada postingan narasi newsroom juga ditemukan komentar satire terhadap pengambil keputusan. Dengan alasan yang sama, komentar ini dituliskan dengan alasan mengutarakan kekecewaan dan amarah terhadap pemerintah dan jajarannya. Menurut KBBI kata satire berarti sindiran yang lebih halus dan cenderung tidak melukai hati seseorang. Pengungkapan satire biasanya dibumbui dengan lelucon.

Berikut adalah komentar - komentar satire yang ditemukan penulis saat melakukan observasi pada kolom komentar postingan narasi newsroom tersebut.

- 1) @adisaputro_agung “Harus banyak belajar ke DPR nih supaya tau cara nyusun sidang skripsi, tanpa harus konsul ke dosen pembimbing, sidang diem diem, eh tau-tau cum laude”
- 2) @aa_haidar “kocak bgt dahhh.”
- 3) @ainurofik_it “Faktanya banteng gak bisa lihat kebawah”
- 4) @Rirezpec “mungkin puan tau karena gak bakal menang jadi presiden. maka nya agak laen 😊”

Saat melakukan pengesahan, produk UU ini disahkan secara terburu – buru yang mana saat itu Indonesia sedang menghadapi pandemi Covid-19, harusnya pembahasan UU ini tidak menjadi prioritas saat itu. Selain itu, pembentukan UU ini tidak terbuka dan tidak melibatkan rakyat didalamnya.

Penulis membahas mengenai beberapa hal penting yang ditemui di lapangan melalui wawancara mendalam dengan beberapa narasumber

- a) Konten narasi newsroom membantu publik memahami isu UU Ciptaker
Pembahasan materi mengenai UU Ciptaker yang dikemas secara rapi, singkat, dan lugas oleh narasi newsroom membantu masyarakat memahami isu UU Ciptaker dan kemudian memberikan respon terhadap isu tersebut.
- b) Komentar instagram salah satu bentuk respon publik dari kebijakan pemerintah sebagian besar masyarakat menentang kebijakan pemerintah terkait isu UU Ciptaker. Namun, tidak bisa dipungkiri bahwa masih ada pihak atau kalangan masyarakat yang setuju dengan pengambilan keputusan pemerintah dalam merumuskan RUU Ciptaker dan mengesahkannya di sidang Paripurna DPR RI pada tanggal 21 Maret 2023
- c) konten Instagram narasi newsroom memberikan sudut pandang baru kepada publik
narasi newsroom memiliki jangkauannya luas sehingga mereka bisa membuat orang yang mungkin tidak memiliki pemahaman mendalam dibidang hukum atau politik bisa ikut berkomentar terkait isu ini. secara tidak langsung, publik melakukan pertukaran pendapat baik melalui kolom komentar maupun hanya menonton atau membagikan postingan.
- d) perdebatan di media sosia terhadap kebijakan pemerintah merupakan hal normal
perdebatan maupun tukar pikiran di media sosial terkait suatu isu merupakan hal biasa dan wajar saja terjadi, tidak ada kebijakan yang dikeluarkan pemerintah bisa 100% disetujui oleh masyarakat, pastinya harus melalui pro dan kontra di tengah masyarakat.

Narasi Newsroom adalah sumber berita digital yang dapat diakses melalui Instagram. Narasi Newsroom aktif menyebarkan konten berita menggunakan Instagram Reels. Salah satu jenis konten yang populer saat ini adalah breaking news atau sering dikenal dengan flash news yang berdurasi 40 hingga 60 menit. Topik yang diangkat dalam Instagram Reels @narasinewsroom juga cukup luas. salah satunya terkait isu UU Ciptaker.

Terjadi partisipasi publik pada akun Instagram @narasinewsroom tentang UU Ciptaker Banyak pihak yang menyuarakan dukungan terkait beberapa poin dari UU Ciptaker pada postingan yang berisi informasi mengenai UU Ciptaker.

Postingan narasi newsroom pada 23 Maret 2023 berjudul “Perjalanan Cuaakkss UU Cipta Kerja” Menjelaskan UU Ciptakerja mulai dibahas sejak 12 Februari 2020,

kemudian disahkan pada 2 November 2020. Namun pada 25 November 2021, MK menyatakan bahwa UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja TIDAK KONSTITUSIONAL. kemudian Presiden Jokowi mengeluarkan Perppu pengganti UU Ciptaker di tanggal 30 Desember 2022. Tetapi tak lama kemudian, tepatnya pada 21 Maret 2023, DPR dan pemerintah mengumumkan rapat pengesahan Perppu Cipta Kerja melalui Rapat Paripurna DPR ke-19 Masa Sidang IV Tahun Sidang 2022-2023.

Gambar 1. Konten “Perjalanan Cuaakks UU Cipta Kerja”



Sumber: Instagram Narasinewsroom

Ditemukan beberapa komentar pro terhadap produk UU Ciptaker. Alasan yang dipakai oleh yang mendukung produk UU Ciptaker ini adalah bahwa produk UU ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan negara Indonesia untuk menjadi negara yang lebih maju, sehingga tidak seharusnya kehadiran dari produk UU ini mendapat penolakan yang begitu hebat dari masyarakat.

Ditemukan komentar yang kontra terhadap produk UU Ciptaker. Masyarakat Indonesia menolak produk UU ini karena lebih menguntungkan investor luar dan dianggap bisa menyengsarakan rakyat, maka keputusan pemerintah dianggap tidak memihak pada rakyat seperti yang dikatakan oleh akun

Ditemukannya komentar sarkasme komentar ditujukan kepada pengambil keputusan dalam hal ini DPR, presiden, dan jajarannya. Komentar – komentar ini ditujukan kepada DPR dan partai politik, khususnya pada pimpinan sidang yakni Ibu Puan Maharani selaku Ketua DPR RI dan partainya yakni PDI Perjuangan. Publik menganggap partai politik bukanlah partai yang berpihak pada rakyat.

Ditemukan komentar satire. Dengan alasan yang sama, komentar ini dituliskan dengan alasan mengutarakan kekecewaan dan amarah terhadap pemerintah dan jajarannya. karena produk UU ini disahkan secara terburu – buru yang mana saat itu Indonesia sedang menghadapi pandemi Covid-19, harusnya pembahasan UU ini tidak menjadi prioritas saat itu. Selain itu, pembentukan UU ini tidak terbuka dan tidak melibatkan rakyat didalamnya.

4. Simpulan

Isu UU Ciptaker menjadi permasalahan yang sangat panas di tengah masyarakat kala itu, media mengambil alih informasi untuk disebarluaskan kepada masyarakat. Instagram menjadi media yang mengambil peran penting dalam menyebarkan informasi. Salah satu akun Instagram yang menyebarkan informasi terkait UU Ciptaker adalah akun @narasineewsroom. Partisipasi publik pada konten Instagram @narasineewsroom dominan dalam bentuk komentar. Hal ini dilakukan untuk mengutarakan bentuk kekecewaan kepada kebijakan pemerintah yang telah mengesahkan UU Ciptaker dan ada juga yang mendukung keputusan pemerintah. Perdebatan akibat keputusan pemerintah ini tentu akan selalu sensitif ditelinga publik, karena anggapan bahwa pemangku kebijakan terkadang menggunakan posisi ini untuk memanfaatkan situasi.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Ahmad, & Setiadi. (n.d.). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. Retrieved November 28, 2023, from <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/download/1283/1055>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Dewi Nurmasari Pane, SE., Mm. R. A. SE., M. S. M. E. F. S. M. S. (2019). *Peran Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Siswa Sma Negeri 2 Binjai (Studi Pada Jurusan Ips Angkatan 2016)*. 11.
- Karin Wahl-Jorgensen. (N.D.). *The Handbook Of Journalism Studies*.
- Kojongian, M. K., Tumbuan J. F. A. Willem, & Ogi W. J. Imelda. (1966). *Efektifitas Dan Efisiensi Bauran Pemasaran Pada Wisata Religius Ukit Kasih Kanonang Minahasa Dalam Menghadapi New Normal*. 10. <https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/V3/Index.Php/Emba/Article/View/44515/40614>
- Kustiawan, W., Siregar, K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Fatma, Z., Gaja, S., & Pakpahan, N. (N.D.). Komunikasi Massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 2022. <https://www.researchgate.net.ac,id>.
- Liubana, I. W., & Setyanto, Y. (n.d.). *Analisis Peranan dan Penggunaan Media Sosial dalam Mengomunikasikan Informasi di Komunitas 234SC Jakarta Utara Analisis Peranan dan Penggunaan Media Sosial dalam Mengomunikasikan Informasi di Komunitas 234SC Jakarta Utara*.
- Ngongare, A., Rompas, W. Y., & Kiyai, B. (n.d.). *Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa Di Desa Hatetabako Kecamatan Wasile Tengah Kabupaten Halmahera Timur*.
- Noerroslina, S., Reinaldo Aran, R., & Hariyati, F. (2023). *Mukasi: Jurnal Ilmu*

- Komunikasi Analisis Komentar Negatif Kelangkaan Minyak Goreng Pada Akun Instagram @Megawatisoekarnoputri.Id.* 2(1), 86–97.
<https://doi.org/10.54259/Mukasi.V2i1.1376>
- Novitaria, V., & Rusdi, F. (2021). *Analisis Komentar Followers Terhadap Identitas Gender Beauty Influencer Laki-Laki Di Instagram* (Vol. 5, Issue 2).
- Setiawan, H., & Handayani, W. (N.D.). *Gatekeeping Konten Viral Media Sosial (Studi Kasus Harianjogja.Com, Jogja.Tribunnews.Com, & Suarajogja.Id)* *The Gatekeeping Of Social Media Viral Content (Case Study Of Harianjogja.Com, Jogja.Tribunnews.Com, And Suarajogja.Id)*.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffein. In *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2, Issue 1).
- Wijaya, H. (n.d.). *Analisis Data Kualitatif Model Spradley (Etnografi)*.