

## Tingkat Terpaan Selektif Mengenai Iklan *Omnibus Law* di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Publik oleh Partisan Politik

Tantri Dewi Rachmayanti<sup>1</sup>, Farid Rusdi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: rtantridewi@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: farid@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 15-12-2021, revisi tanggal: 06-01-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal: 16-01-2022

---

### **Abstract**

*The plan to ratify the omnibus law in Indonesia has become a hot topic of discussion in the community. The sharp differences of opinion in various circles made the omnibus law controversial, until at its peak there was a massive demonstration both among students and workers who demanded the cancellation of the omnibus law ratification process because it was considered to only benefit entrepreneurs. In the midst of negative views regarding omnibus law, there were influencers and artists advertising omnibus law on their Instagram social media, one of which was Gofar Hilman through the @pergijau Instagram account. The purpose of the study was to determine whether there was an effect between participation on advertising exposure. As the title implies, the approach used is quantitative with a case study method. Based on the results of data management, it can be seen that there is an influence between the X variable (partisanship) on the Y variable (advertising exposure), this result is obtained through data processing assistance carried out such as the Simple Regression test, Normality test, Validity test, and Reliability.*

**Keywords:** omnibus law, politics partisan, public opinion, selective exposure

### **Abstrak**

Rencana pengesahan *omnibus law* di Indonesia menjadi pembicaraan yang hangat di masyarakat. Perbedaan pendapat yang tajam diberbagai kalangan membuat *omnibus law* menjadi kontroversial, hingga puncaknya terjadi demo besar-besaran baik di kalangan mahasiswa hingga kaum buruh yang menuntut dibatalkannya proses pengesahan *omnibus law* karena dianggap hanya menguntungkan pengusaha. Di tengah pandangan negatif mengenai *omnibus law*, hadir influencer dan artis mengiklankan *omnibus law* di media sosial instagram mereka, salah satunya Gofar Hilman melalui akun instagram @pergijauh. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara partisanship terhadap terpaan iklan. Sesuai dengan judulnya, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode studi kasus. Berdasarkan hasil pengelolaan data terlihat ada pengaruh antara variabel X (*partisanship*) terhadap variabel Y (terpaan iklan), hasil ini didapatkan melalui bantuan pengolahan data yang dilakukan seperti uji Regresi Sederhana, uji Normalitas, uji Validitas, dan Reliabilitas.

**Kata Kunci:** omnibus law, opini publik, partisan politik, terpaan selektif

### **1. Pendahuluan**

*Omnibus law* pertama kali menjadi isu pada tahun 2017. Saat itu Menteri Agraria dan Tata Ruang Sofyan Djalil membahas mengenai banyaknya aturan yang menghambat pembangunan karena aturan tersebut saling berbenturan satu sama lain.

Karena hal tersebut, pemerintah kembali mematangkan kajian mengenai *omnibus law* pada 2019 dengan harapan lebih memudahkan perizinan di Indonesia. Pemaparan ini disampaikan oleh presiden Joko Widodo pada saat pidato pelantikan presiden 2019-2024 pada 8 Oktober 2019 di Gedung DPR.

*Omnibus law* telah menyita perhatian masyarakat Indonesia karena bertujuan untuk menggantikan Undang-undang yang sudah ada sebelumnya dengan dalih Undang-Undang di Indonesia bersifat tumpang-tindih antara satu peraturan dengan yang lainnya, oleh karena itu diusulkan untuk membuat *omnibus law* untuk meringkas peraturan yang sudah ada sebelumnya.

Bryan A Garner, dalam *Black Law Dictionary Ninth Edition* menyebutkan “Omnibus: *relating to or dealing with numerous objects or items at once; including many things or having various purposes*”. Artinya *omnibus law* berkaitan atau berurusan dengan berbagai objek atau hal sekaligus, dan memiliki berbagai tujuan. Jadi, skema regulasi yang sudah dikenal sejak 1840 ini, merupakan aturan yang bersifat menyeluruh dan komprehensif, tidak terikat pada satu rezim pengaturan saja (Azya, 2020).

Dapat diartikan bahwa *omnibus law* adalah sebuah regulasi atau Undang-Undang yang mencakup berbagai isu serta topik. Secara harfiah, definisi *omnibus law* adalah hukum untuk untuk semua. Istilah ini berasal dari bahasa latin, yakni *omnis* yang berarti ‘untuk semua’ atau ‘banyak’. Banyak kontroversi yang terjadi di kalangan masyarakat Indonesia mengenai *omnibus law*, oleh karena itu ada beberapa pihak yang berusaha mengenalkan informasi mengenai *omnibus law* demi proses menuju pengesahan *omnibus law* dapat berjalan lancar serta memberi pemahaman mengenai isi dari *omnibus law* ke masyarakat.

Pihak ini disebut sebagai komunikator politik yang meliputi politikus, profesional, dan aktivis (Nimmo, 2011). Meskipun demikian bermunculan juga beberapa artis antara lain: Gisella Anastasia, Fitri Tropica, Inul Daratista, Gading Marten, Boris Bokir, Cita Citata, Gofar Hilman, Gritte Agatha, Arditho Pramono. Dalam penelitian ini, penulis memilih Gofar Hilman dengan akun instagram @pergijauh sebagai subjek penelitian. Hal ini dikarenakan akun @pergijauh yang pertama kali melakukan klarifikasi atas unggahan tersebut.

Melalui tagar #IndonesiaButuhKerja para artis tersebut mengunggah video kreatif berdurasi pendek yang membicarakan mengenai kegiatan positif apa saja yang bisa dilakukan dirumah selama terjadi pandemi Covid-19. Tidak disangka, unggahan dari artis tersebut ramai kritik dan dijadikan perbincangan di media sosial, karena dianggap mendukung RUU cipta kerja yang banyak merugikan hak-hak pekerja.

Dalam hal seperti ini, dampak yang terjadi adalah hadirnya proses terpaan selektif (*selective exposure*), di mana individu menerpa dirinya dengan informasi yang sesuai dengan minatnya dan cenderung menghindari informasi yang berlawanan (Ngadiman, 2014). Hal ini merupakan sebuah proses efek media massa yang ditimbulkan akibat seorang individu menggunakan sarana media digital, dalam hal ini Instagram. Seorang individu yang yang menjalankan proses terpaan selektif tersebut dapat disebut sebagai partisan politik. Partisan politik adalah kumpulan individu yang dalam proses politiknya lebih memperjuangkan kepentingan kelompoknya dibandingkan kepentingan masyarakat (Stroud, 2010).

Dalam penelitian ini, seorang partisan politik yang mengalami proses terpaan selektif tentunya menggunakan sarana media sebagai alat untuk memperoleh informasi dan tentunya partisipan tersebut cenderung mengakses informasi yang

sesuai dengan paham yang dianut, dan seorang partisipan akan mengerahkan seluruh kemampuannya untuk menunjukkan kesetiaan terhadap kelompoknya, dan banyak yang menyimpang dari sifat rasionalnya (Mothes, 2019).

Melalui gambaran yang sudah dijelaskan di atas, dapat dilihat bahwa rumusan permasalahan yang tertuang dalam penelitian ini adalah, ingin melihat apakah ada pengaruh antara *partisanship* terhadap terpaan konten media digital yang terjadi. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah, yakni apakah ada pengaruh antara *partisanship* terhadap proses terpaan selektif.

## 2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, sesuai dengan judul yang ingin mencari sebuah pengaruh, maka dari itu harus dilakukan serangkaian uji untuk mengecek apakah hipotesis sudah sesuai. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Karena bertujuan untuk menganalisa sebuah kasus, teknik pengumpulan data haruslah mendalam serta terperinci yang didapatkan dari berbagai responden. Selanjutnya adalah objek dari penelitian ini ialah iklan *omnibus law* yang pernah diunggah oleh akun instagram @pergijauh.

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan pengikut (*followers*) akun instagram @pergijauh yang sebanyak 700.000, untuk menghitung banyaknya sampel, digunakanlah rumus Slovin untuk menghitung banyaknya responden. Dari proses penghitungan didapatkan sebanyak 100 responden untuk mengisi kuesioner yang diberikan nantinya, dan digunakan *purposive* sampling untuk lebih memfiter masyarakat, sekaligus mempermudah mencapai jumlah responden yang dibutuhkan.

Dalam proses pengumpulan data, ada dua sumber, yakni sumber primer yang berasal dari tangan pertama, atau pada penelitian ini partisipasi dari pada responden dalam menjawab kuesioner yang diberikan. Selain itu ada pula data sekunder, yakni data yang diperoleh bukan dari objek penelitian, melainkan dari sumber seperti buku, jurnal yang berfungsi memberi pedoman dalam menulis penelitian (Suryadi, Darmawan, Mulyadi, 2019).

Untuk membuktikan hipotesa, diperlukan adanya beberapa uji yang dilaksanakan untuk membuktikan kebenaran itu, teknik analisis data yang dilakukan adalah Analisis Regresi Sederhana, ini digunakan untuk melihat apakah ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya (variabel X dan variabel (Y). selanjutnya juga dilaksanakan uji normalitas, dengan tujuan apakah data terdistribusi normal atau tidak. Dan yang terakhir adalah teknik keabsahan data, yang pertama adalah Uji Validitas, pengujian dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah instrumen telah mengukur konsep yang seharusnya diukur. Selanjutnya ada uji reliabilitas, uji ini dilaksanakan dengan tujuan menguji tingkat instrumen dalam mengukur apa yang seharusnya diukur.

## 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Gambaran umum mengenai hasil temuan yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *purposive sampling*, yang dilakukan kepada 100 responden maka dapat dilihat bahwa sebanyak 67 responden (67%) berjenis kelamin laki laki dan hanya sebanyak 33 responden (33%) berjenis kelamin perempuan. Dapat disimpulkan bahwa banyak yang berjenis kelamin lelaki yang menjadi pengikut akun @gofarhilman di instagram.

Selanjutnya ada analisis identitas berdasarkan usia, mayoritas usia yang menjadi pengikut @pergijauh sekitar 95 responden (95%) berusia 18-23 tahun, serta 4 responden (4%) dengan usia 24-29 tahun, dan 1 responden (1%) dengan usia 30-35. Dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, mayoritas pengikut akun @pergijauh adalah berusia 18-24 tahun.

**Tabel 1.** Uji Validitas variabel X *partisanship*

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai sig.	Keputusan
X1	0.6810	0.1966	0.000	Valid
X2	0.6760	0.1966	0.000	Valid
X3	0.7320	0.1966	0.000	Valid
X4	0.6950	0.1966	0.000	Valid
X5	0.5340	0.1966	0.000	Valid
X6	0.4320	0.1966	0.000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

**Tabel 2.** Uji Validitas variabel Y terpaan selektif

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai sig.	Keputusan
Y1	0.2680	0.1966	0.000	Valid
Y2	0.7310	0.1966	0.000	Valid
Y3	0.7620	0.1966	0.000	Valid
Y4	0.7130	0.1966	0.000	Valid
Y5	0.7580	0.1966	0.000	Valid
Y6	0.5390	0.1966	0.000	Valid
Y7	0.5410	0.1966	0.000	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Selanjutnya dilakukan analisis data untuk menguji keabsahan data. Yang pertama adalah uji Validitas, Validitas adalah pengujian untuk melihat apakah instrumen telah mengukur konsep yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, didapatkan hasil variabel X (*partisanship*) dan Y (terpaan selektif) memiliki nilai r hitung > r tabel sehingga dapat diartikan bahwa pernyataan valid dan dapat dilakukan analisis selanjutnya.

**Tabel 3.** Uji Reliabel variabel X *partisanship*

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.773	0.782	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

**Tabel 4.** Uji Reliabel variabel Y terpaan selektif

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.794	0.736	7

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Selanjutnya ada uji Reliabilitas, pengujian ini dilakukan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Berdasarkan dua variabel yang diuji yakni variabel X (*partisanship*) dan variabel Y (terpaan iklan), pengujian yang dilakukan dengan melihat nilai alpha Cronbach's Alpha dengan konstata > 0.6 dan data pada penelitian

ini menyatakan bahwa kedua variabel realibel dengan nilai variabel X sebesar  $0.773 > 0.6$  dan nilai variabel Y sebesar  $0.794 > 0.6$  maka dapat disimpulkan bahwa data ini valid dan reliabel.

**Tabel 5.** Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.90791857
Most Extreme Differences	Absolute	0.057
	Positive	0.057
	Negative	-0.041
Test Statistic		0.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Selanjutnya teknik analisis data dengan uji Normalitas, uji Normalitas dilaksanakan untuk menguji apakah pada variabel berdistribusi secara normal / tidak normal, dan probabilitas yang didapatkan pada penelitian ini sebesar  $0.200 > 0.05$  yang artinya data terdistribusi secara normal.

Teknik analisis data yang selanjutnya dipakai adalah Regresi Linear Sederhana, uji dilakukan untuk melihat pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dan hasil yang didapatkan dari kedua variabel tersebut bahwa ada pengaruh antara variabel X (*partisanship*) terhadap Y (terpaan selektif) dan mengarah positif.

Dari hasil serangkaian pengolahan data yang dilakukan menggunakan program SPSS 24.0, bahwa ada pengaruh antara *partisanship* terhadap terpaan iklan *omnibus law*. Selain itu, teori yang digunakan juga sejalan dengan topik yang diteliti, melalui teori terpaan selektif, dijelaskan bahwa seseorang menerpa dirinya dengan informasi yang sesuai dengan dirinya dan cenderung menghindari informasi yang berlawanan, hal ini dibuktikan dalam hasil kuesioner (Y7), yang menyatakan bahwa memang individu dominan menerpa dirinya dengan yang ia sukai.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil pengelolaan data yang sudah dijelaskan, dapat dilihat bahwa ada pengaruh antara variabel X (*partisanship*) terhadap variabel Y (terpaan iklan), hasil ini didapatkan melalui bantuan pengolahan data yang dilakukan seperti uji Regresi Sederhana, uji Normalitas, uji Validitas, dan Reliabilitas. Selain itu, teori yang utama yang digunakan, seperti terpaan selektif dan komunikasi politik sejalan dengan topik penelitian dan dapat dijadikan dasar ajuan untuk menentukan hipotesis.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

## 6. Daftar Pustaka

- Azya, Zs. (2020). *Omnibus Law dan Rencana Penerapannya di Indonesia*.
- Mothes, Ohme (2019). *Media and communication: Partisan selective exposure in times of political and technological*. Dresden.
- Ngadiman, Andry (2014). Faktor-Faktor Selective Exposure Di Kalangan Remaja Dalam Memenuhi Informasi Politik Di Media Massa Saat Pemilihan Presiden 2014. *Skripsi thesis*, Universitas Tarumanagara.
- Nimmo, Dan. (2011). *Komunikasi Politik: Komunikator, Pesan, dan Media*.
- Stroud, Natalie Jominie. (2010). *Polarization and Partisan Selective Exposure*.
- Suryadi, Darmawan, Mulyadi. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi: Dengan Pendekatan Kuantitatif* (Edisi Revisi).