

Transformasi Aktivitas K-Popers Di Media Sosial: Analisis Drone Emprit Dalam Framing Isu UU Cipta Kerja (*Transformation Of K-Popers Activities In Social Media: Analysis Of Drone Emprit In Framing Issues Of Work Copyration*)

¹Sahrul Pora, ²Niken Nurmiyati, ³Tengku Imam Syarifuddin,
⁴Herdin Arie Saputra

¹Magister Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

^{2,3}Ilmu Pemerintahan, Universitas Mulawarman

⁴Universitas Muhammadiyah Semarang

Email Correspondence: sopopin11@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to provide a more comprehensive understanding of K-Popers activities on social media against the framing of the 2020 Omnibus Law on Job Creation. This type of research applies qualitative approach. The method used is framing analysis with the Entman model to observe framing in two main dimensions, namely the collection and evaluation of problems or the importance of some aspects of reality/issues. The results of the research show that there have been widespread rejection of such a Job Creation Law in various regions in Indonesia, and K-Popers have emerged as supporting actors in the resistance movement. Several hashtags that later become trending topics cannot be separated from the role of fans of the South Korean music industry. K-popers play their role through social media in this issue by paying attention to what is happening (trending) in Indonesia.

Keywords: *Framing, K-Popers, Job Creation Law*

Pendahuluan

Arti kunci dari kata "transformasi" adalah "perubahan", yaitu perubahan suatu hal atau kondisi. Jika "suatu hal atau kondisi" adalah budaya, maka budaya itu berubah, dan perubahan terjadi saat budaya ini terjadi. Budaya itu sendiri terdiri dari banyak hal dan unsur-unsur yang muncul dalam kondisi dan lingkungan yang berbeda, seperti dengan sengaja menempatkan atau pindah ke kondisi atau lingkungan yang berbeda tersebut (Burhan Nurgiantoro, 2018). Transformasi yang dikemukakan oleh Webster Dictionary (1970) yaitu sebagai proses perpindahan total dari bentuk ke bentuk baru, dan dapat diartikan sebagai tahap akhir dari proses perubahan, yang merupakan proses bertahap, dan faktor ruang dan waktu sangat dipengaruhi oleh perubahan tersebut (Najoran & Johansen Mandey, 2011). Transformasi

adalah proses fenomena perubahan bentuk dalam lingkungan yang terus berubah, sehingga transformasi dapat terjadi tanpa batas (Arthur, 2006).

Menurut Jorge Silvetti (1977) Perubahan dilakukan pada elemen atau kode yang ada melalui deviasi, reassembly, assembly yang mengacu pada orisinalitas dan diharapkan dapat menghasilkan makna baru. Cara-cara ini dapat mempertahankan keasliannya sekaligus menghasilkan makna dan bentuk baru (Najoo & Johansen Mandey, 2011). Dan yang dikemukakan oleh Anthony Antoniadis (1990) Transformasi merupakan proses perubahan yang bertahap, sehingga akan mencapai tahap akhir yaitu melakukan perubahan dengan merespon pengaruh elemen eksternal dan internal, yang akan memandu bentuk perubahan yang telah diketahui sebelumnya dengan cara mengulang proses (Najoo & Johansen Mandey, 2011).

Studi tentang framing dalam media dan komunikasi dalam tiga dekade terakhir ini bertengger menjadi tren di antara ilmuwan sosial (Hapsari, 2017). *Framing* merupakan sebuah cara yang digunakan oleh media untuk menyajikan berita (Kafi, 2020). Beberapa tulisan yang terkait dengan analisis *framing* menyebutkan bahwasanya konsep awal *framing* lahir dari tulisan Giffman (1974) yang berjudul "Frame analysis: An essay on the organization of experience" dan di reduksi oleh Entman (1993).

Entman berpendapat bahwa *framing* adalah tindakan memilih beberapa aspek dari realitas yang dirasakan dan membuatnya lebih menonjol dalam teks yang mengkomunikasikan sedemikian rupa sebagai cara untuk mempromosikan, mentafsirkan masalah tertentu, interpretasi kausal, evaluasi moral dan rekomendasi. Entman juga mengkonsep analisis framing menjadi 4 proses yaitu : *Defining Problem, Diagnose Causes, Make Moral Judgement, Treatment Recommendation* (Ikhsan & Syam, 2017).

William A. Gramson juga mendefinisikan *framing* sebagai suatu cara yang digunakan untuk bercerita atau kumpulan gugusan ide-ide yang bersifat terorganisir dan disusun sedemikian rupa sehingga dapat menghadirkan konstruksi makna peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan objek suatu wacana yang terbentuk dalam sebuah kemasan (package). Kemasan tersebut digunakan oleh individu untuk mengkonstruksi makna pesan yang disampaikan dan pesan yang diterima (Eriyanto, 2002; Kafi, 2020).

Framing juga dapat dimaknai sebagai sebuah mekanisme yang digunakan oleh media untuk memastikan isu-isu penting tertentu disorot di benak publik, dan atribut yang mengarah pada arti-penting *public* (Manaf & Sedu, 2015). Framing juga mengacu pada pemilihan aspek realitas tertentu untuk membuatnya lebih menonjol dalam upaya untuk mempromosikan interpretasi yang diinginkan (Wasike, 2016).

Selanjutnya pendapat lain hadir dari Severin & Tankard (2001), mereka berpendapat bahwa framing berfungsi sebagai pengaturan ide untuk isi berita yang memberikan konteks dan saran tentang isu apa yang perlu mendapat perhatian ekstra melalui seleksi, tekanan, tidak ada keterlibatan dan elaborasi. Entman (1993) juga menyebutkan bahwa framing merupakan perangkat komunikasi yang mendiagnosis, mengevaluasi, dan meresepkan

masalah. Pendapat tersebut sesuai dengan penyampaian dari Khiang (2012) menyebutkan bahwa framing berkaitan dengan penyajian konten media dan dengan organisasi informasi yang bertujuan untuk mengarahkan persepsi evaluatif khalayak tentang suatu masalah tertentu. Framing berkaitan dengan penyajian konten media dan dengan organisasi informasi yang terencana seperti itu, bertujuan untuk mengarahkan persepsi evaluatif khalayak tentang suatu masalah tertentu (Hemphill et.al, 2013).

Framing didasarkan pada asumsi bahwa bagaimana suatu isu dikarakterisasi dalam pemberitaan dapat mempengaruhi bagaimana isu tersebut dipahami oleh khalayak (Scheufele & Tewksbury, 2007). Dalam pelaksanaan framing tidak terlaksana dengan begitu saja, perlu observasi terhadap subtopik tertentu mulai dari ukuran, ruang item cerita, presentasi naratif atau intonasi dan kedalaman liputan media (Yusof et.al, 2013).

Analisis framing atau disebut juga sebagai analisis wacana biasanya digunakan untuk menganalisis teks media. Gagasan framing mulanya dicetuskan oleh Beterson pada tahun 1955. Pada saat itu, frame diartikan sebagai kerangka konseptual atau perangkat kepercayaan yang dapat mengorganisir politik, kebijakan dan wacana, serta menyediakan kategori-kategori yang standar untuk mengapresiasi realitas. Anggapan itu berkembang menjadi lebih detail yang dicetuskan oleh Goffman pada tahun 1974. Ia mengibaratkan frame sebagai kepingan-kepingan perilaku (*strips of behavior*) yang membimbing individu dalam membaca realitas (Sobur & Alex, 2006).

Konsep framing, dalam pandangan Entman, secara konsisten menawarkan sebuah cara untuk mengungkap *the power of a communication text* (Anggoro, 2014). Hal itu sejalan dengan penelitian Hemphill et.al (2013) menemukan bahwa politisi secara aktif menggunakan media sosial untuk membingkai masalah dengan memilih topik untuk didiskusikan dan hashtag khusus dalam topik, dan bahwa masalah yang dapat dikenali memecah belah menerima upaya pembungkaman yang paling banyak. Robert Entman melihat framing ke dalam dua dimensi, yakni seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari realitas/isu.

Media sebagai pilar ke 4 sebuah Negara memiliki peran penting dalam menyebarluaskan informasi (Wijayanto & Nurhajati, 2019). Media berupaya untuk memberi konteks yang berbeda terhadap realitas sosial dalam sebuah framing (pembungkaman). Media mendefinisikan suatu realitas sosial melalui penyajian yang terkesan objektif, berimbang atau tidak memihak (*non partisan*) (Mayasari, 2017). Pasca reformasi, media memegang peranan penting dalam kehidupan politik di Indonesia. Kekuasaan media dalam menyajikan atau melaporkan peristiwa-peristiwa politik dalam bentuk berita sering memberi dampak signifikan bagi perkembangan politik di tanah air (Rahadi, 2019).

Media sosial digunakan sebagai metode komunikasi elektronik yang layak untuk menyebarkan pesan dan menciptakan hubungan dengan pembaca (Jansen et al. 2009). Media sosial memiliki potensi untuk membawa dua

perubahan penting pada praktik branding tempat dan destinasi (Sobaci, 2015). Praktik branding dapat dinaikkan dengan analisis framing. Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, dan kelompok) dibingkai oleh media. Pembingkaiannya tersebut tentu saja melalui proses konstruksi (Nasution & Aminulloh, 2018). Di sini, realitas sosial dimaknai dan dikonstruksi dengan makna tertentu. Peristiwa yang dipahami dengan makna tertentu. Hasilnya, pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Semua elemen tersebut tidak hanya bagian dari teknis jurnalistik, tetapi menandakan bagaimana peristiwa dimaknai dan ditampilkan (Eriyanto, 2002:3).

Hal tersebut sejalan dengan fenomena yang terjadi di Indonesia. Pada tanggal 5 Oktober 2020, DPR beserta Pemerintah telah mengesahkan sebuah produk hukum Undang-Undang Cipta Kerja atau selanjutnya disebut UU Ciptaker. Undang-undang yang merupakan usulan Pemerintah secara umum berisikan beberapa regulasi seperti Ketenaga Kerjaan, Permudahan Investasi dan beberapa regulasi lainnya. Konsep UU ini hadir bermula ketika kata 'Omnibus Law' menjadi topik pidato pada tanggal 20 Oktober 2019 oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo, yang ingin mempermudah regulasi yang menghambat penciptaan lapangan kerja serta menghambat pertumbuhan UMKM. Sehingga harapannya tidak ada tumpang tindih antara undang-undang yang berkaitan dengan UMKM dan undang-undang terkait investasi lainnya dan kebutuhan untuk mengubah atau memangkasnya (Setyawan, 2020). Sederhananya UU Ciptaker dijadikan skema dalam upaya mengembangkan perekonomian Indonesia sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia (Kurniawan & Dewanto, 2020).

Faktanya, UU ini menuai banyak protes, salah satunya dari kalangan pekerja karena sejumlah pasal penting dalam UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan juga direvisi oleh UU Ciptaker lewat kluster ketenagakerjaan. Beberapa alasan penolakan terhadap berbagai bentuk serikat pekerja / serikat buruh, baik di tingkat Federasi maupun Konfederasi, didasarkan pada kenyataan bahwa Pemerintah tidak pernah terlibat secara resmi dalam proses penyusunannya dan bahwa konten yang dikuasai berbahaya bagi keberlangsungan masif tenagakerja yang sebelumnya diatur lebih baik dalam UU Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003 (Adhiantanto, 2020). Selanjutnya pakar hukum tata negara Bivitri Susanti menyampaikan beberapa catatan terkait UU Ciptaker kepada media berita (Kompas). *Pertama*, UU Cipta Kerja cenderung membuat publik sulit untuk memahami secara kongkret terkait dengan aturan dalam UU Cipta Kerja. *Kedua*, UU Cipta Kerja menyembunyikan isu pokok daripada aturan hukum tersebut, masyarakat berasumsi bahwasanya UU Cipta Kerja membahas terkait dengan penciptaan lapangan kerja maupun terkait dengan buruh. Sebenarnya justru UU Cipta Kerja memberikan karpet merah terhadap investor dengan mengorbankan hak asasi manusia, beberapa diantaranya hak buruh dan hak atas lingkungan hidup yang sehat. *Ketiga*, proses pembentukan UU Cipta Kerja dinilai

inkonstitusional dan melanggar prinsip demokrasi yang substantif. Insiden penolakan pengambilan keputusan lewat voting yang di usulkan oleh fraksi Demokrat dan PKS hingga pembentukan yang tidak partisipatif serta jauh dari kata transparan membuktikan terkait hal tersebut (Dzulfaroh, 2020).

Hal tersebut mengakibatkan penolakan, hampir disetiap penjuru Indonesia terlaksana aksi demonstrasi menuntut agar Presiden Joko Widodo mencabut UU Cipta Kerja dan menerbitkan Peraturan Pengganti Undang-Undang (Perpu). Aksi masa juga tidak hanya melibatkan aliansi buruh dan mahasiswa saja, dari kalangan pelajar SMA Sederajat turut ambil andil dalam menolak UU Cipta Kerja. Jumlah pengunjung rasa bisa mencapai ribuan orang di berbagai tempat, terutama di kota-kota besar yang banyak kampus dan sekolahnya (Shalihah, 2020). Aksi penolakan terhadap UU Cipta Kerja tidak hanya lewat aksi demonstrasi, penolakan juga masif dilakukan di media sosial terkhusus twitter. Hal ini dibuktikan dengan *Trendingnya* dua tagar yang berkaitan dengan UU Cipta Kerja yaitu #MosiTidakPercaya dan #TolakOmnibuslaw. Dalam peta SNA yang diperoleh dari Drone Emprit Academy, Klaster Tolak cenderung terdiri dari sekurang-kurangnya komponen sebagai berikut: PKS, Demokrat, Oposisi, Serikat Pekerja (SP), Pengunjuk rasa, BEM (Mahasiswa), dan Media (Fahmi, 2020a). Puncak pemberitaan terjadi pada tanggal 5 oktober 2020 pukul 15.00, di awal rapat paripurna DPR pengesahan RUU Ciptaker. Agenda tiba-tiba di sini. Kemudian diumumkan DPR mengesahkan RUU Ciptaker pada pukul 18:59, dan Demokrat mundur. Hal ini beriringan dengan naiknya jumlah tweet serta yang masuk dalam cluster menolak Omnibuls Law. Akun twitter para Akademisi, BEM, LSM, aktivis, dan K-Popers, semuanya bersatu dalam cluster ini untuk saling mendukung (Fahmi, 2020b).

Hadirnya kelompok aktor K-Popers dalam aktifitas framing isu tolak UU Cipta Kerja memberikan warna baru dalam dinamika politik Indonesia hari ini. Sebelumnya penggemar k-pop dikenal dengan stereotip negatif yang melekat dengan diri fans atau penggemarnya. Penggemar k-pop yang kebanyakan merupakan remaja dianggap selalu bersikap berlebihan, gila, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif, dan cenderung tidak peduli dengan hal lainnya (Etikasari, 2013). Namun pada kasus ini justru basis massa K-Popers memiliki peran yang cukup sentral dalam framing penolakan terhadap UU Cipta Kerja (Fahmi, 2020b). Tidak dipungkiri bahwa K-Popers mempunyai basis masa yang cukup besar di media sosial, pada dasarnya penggemar bersatu dan membentuk komunitas sebagai alat mempertahankan diri dari stereotip negatif dan berusaha mencari penggemar lain yang masih terpisah (Tartila, 2013). Melihat fenomena diatas penulis tertarik untuk meneliti terkait Transformasi Aktivitas K-Popers di Media Sosial: Analisis Peran K-Popers dalam Framing isu UU Cipta Kerja. Tulisan ini nantinya akan mencoba untuk mengulas bagaimana peran kelompok K-Popers dalam framing isu UU Cipta Kerja dan alasan mengapa mereka melakukan hal tersebut.

Kerangka Teori

Drone Emprit Akademik

Drone Emprit Akademik adalah sistem big data yang menangkap serta menganalisis dialog pada media sosial, khususnya Twitter, yg dikembangkan oleh PT Media Kernels Indonesia, dan dipasang pada sentra data Badan Sistem informasi (BSI) Universitas Islam Indonesia. Drone Emprit memakai layanan barah (Application Programming Interface) berasal Twitter buat merekam dialog secara realtime melalui metode streaming. Fahmi (2017) pada data yang tersaji sang Drone Emprit bisa menyajikan peta Analisis Jejaring Sosial ihwal bagaimana suatu kenyataan sosial berasal, menyebar, siapa pemberi dampak pertama, dan siapa kelompoknya (Adji et al., 2019).



Gambar 1. Social Network Analysis (SNA)

Sumber: <https://www.slideshare.net/IsmailFahmi3/drone-emprit-konsep-dan-teknologi>

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan atau perilaku yang dapat diukur. Metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memasukkan gambaran utuh dalam persepsi tentang realitas yang diteliti dengan menggunakan pendekatan sistematis dan tidak mengkuantifikasi bagian-bagian realitas (Mustika, 2017).

Menurut Moleong (1993) Penelitian kualitatif dilakukan dengan membandingkan dan memberikan informasi yang kredibel yang dapat diperoleh (Saputra et al., 2020). Tujuan dari penelitian diharapkan bisa memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap tema ini. Data primer membutuhkan literasi statistik dari hasil studi struktur big data yang terjadi pada drone emprit akademik, khususnya berupa studi kasus yang dapat diakses di media elektronik khususnya internet. Analisis framing model Entman melihat framing dalam dua dimensi utama, yaitu pengumpulan dan evaluasi masalah atau pentingnya beberapa aspek realitas/isu (Eriyanto, 2002).

Hasil dan Pembahasan

Pengesahan UU cipta kerja sampai saat ini masih mendapat penolakan dari berbagai kalangan. Penolakan tersebut dilatar belakangi oleh beberapa pasal dalam UU cipta kerja yang dinilai sangat merugikan para pekerja. Gerakan turun kejalan sebagai bentuk ekspresi perlawanan terhadap pemerintah agar membatalkan UU ciptakerja, sangat masif dilakukan diberbagai daerah yang melibatkan buruh, mahasiswa, pelajar, dan akademisi. Cara lain yang dilakukan untuk menolak UU ciptaker yaitu melalui media sosial. Penggunaan media sosial dalam framing isu UU ciptaker dinilai cukup efektif. Hal itu terlihat dari beberapa tagar terkait dengan penolakan UU ciptaker yang kemudian menjadi Tranding topic. Setidaknya terdapat beberapa tagar yang sangat banyak di gunakan dalam setiap twit untuk menolak UU cipta kerja, yakni #MosiTidakPercaya, #TolakOmnibusLow, #BatalkanOmnibusLow, #GagalkanOmnibusLow, #JegalSampaiGagal, #TolakRuuCiptaKerja, #DPRRIKhanatiRakyat.

Gambar 2.

Sosial Network Analisis Omnibus Law



Sumber: Fahmi (2020)

Percakapan di Twitter sebagaimana yang dipetakan dalam sosial network analisis diatas, memperlihatkan kecendrungan penolakan yang sangat besar, sedangkan yang mendukung lebih kecil dan berada di pinggiran. Terdapat beberapa akun yang saling berkolaborasi untuk menolak UU cipta kerja. Penolakan tersebut melibatkan Akademisi, BEM, LSM, aktivis dan K-Popers. Sedangkan media seperti @Tirto, @CNNIndoensia, @Kompas.com, @Tempodotco dan yang lainnya berada di tengah sebagai sumber bacaan.

Peran K-Popers dalam Framing Isu UU Ciptaker

Keterlibatan k-popers dalam framing isu Undang-undang cipta kerja telah menghadirkan warna baru dalam gerakan perlawanan terhadap UU cipta kerja. Di tengah maraknya aksi penolakan terhadap Undang-undang cipta kerja di berbagai daerah, k-popers kemudian muncul sebagai aktor pendukung dalam gerakan perlawanan tersebut. Beberapa tagar yang menjadi tranding topik tidak terlepas dari peran para penggemar industri musik korea selatan ini. K-popers memainkan perannya melalui media sosial dengan beberapa tweet yang berhubungan dengan Undang-undang cipta kerja dan menjadi tranding topik di jagat dunia maya. Terdapat beberapa akun k-popers yang sangat banyak dibagikan postingannya terkait dengan UU cipta kerja.

Gambar 3.

Top Avatar #mositidakpercaya



Sumber: Fahmi (2020)

Tagar #MosiTidakPercaya beserta tagar lain yang menjadi trending topic tidak terlepas dari peran para k-popers. Sebagaimana yang terlihat dalam TOP AVATAR di atas, akun-akun dari k-popers mendominasi penggunaan tagar penolakan UU cipta kerja. Menurut pakar media sosial dari Drone Empirit Ismail Fahmi (2020), sebelumnya mungkin para k-popers tidak memahami terkait dengan substansi dari UU cipta kerja. Namun mereka mencoba untuk belajar memahami substansinya, kemudian secara kompak menulis cuitan yang berhubungan dengan penolakan UU cipta kerja sehingga menjadi trending topik.

Dari sekian banyak akun k-popers yang terlibat dalam membumikan tagar penolakan UU cipta kerja di jagat media sosial, terdapat salah satu akun dengan nama @ustadchen yang postingannya banyak di bagikan. Support dan ucapan terima kasih banyak disampaikan oleh berbagai kalangan yang ikut menolak UU cipta kerja. Dari cuitan @ustadchen tersebut memperlihatkan bahwa peran media sosial mempunyai pengaruh dalam memberikan perhatian atas apa yang sedang trending di Indonesia. Peran aktor tersebut sangat mempengaruhi dalam jagat dunia media sosial, media sosial digunakan sebagai metode komunikasi elektronik yang layak untuk menyebarkan pesan dan menciptakan hubungan dengan pembaca (Jansen et al. 2009). Media sosial memiliki potensi untuk membawa dua perubahan penting pada praktik branding tempat dan destinasi (Sobaci, 2015).

Transformasi Gerakan K-Popers

Pergeseran gerakan k-popers di media sosial pada saat ini menjadi suatu fenomena yang sangat menarik untuk dicermati kembali. Mereka yang lebih sering di kenal sebagai penggemar industri musik dari korea selatan ini, mulai melibatkan dirinya pada berbagai masalah yang belakangan terjadi di Indonesia. Keterlibatan mereka dalam menolak rancangan UU yang di anggap tidak berpihak kepada rakyat, bukanlah suatu hal yang baru terjadi seperti di UU cipta kerja ini. Sebelumnya dalam gerakan protes atas pengesahan UU KPK dan rancangan kitab UU hukum pidana (RKUHP) dengan tagar #ReformasiDikorupsi juga banyak di viralkan oleh akun-akun dari k-popers.

Keterlibatan para k-popers dalam melawan pengesahan UU cipta kerja menandakan bahwa mereka mulai peduli terhadap masalah yang terjadi di Indonesia. Sikap apatis dan masa bodoh terhadap isu-isu politik yang selama ini dilekatkan kepada mereka suharusnya sudah bisa di patahkan. Sebagaimana menurut Ismail Fahmi (2020), para k-popers selama ini terkesan diam terkait masalah-masalah politik yang terjadi, karena tidak ingin hanya bias politik yang menyebabkan pro dan kontra. Tetapi disaat ada isu yang mengancam demokrasi dan menyinggung persoalan kemanusiaan, mereka akan bergerak dengan meramalkan isu tersebut di media sosial. Lanjut menurut Fahmi, melalui temuan tersebut, k-popers memiliki peran yang sangat vital dalam meningkatkan kesadaran masyarakat atas Undang-undang cipta kerja di media sosial khususnya twitter (kompas, 2020). Transformasi gerakan k-popers ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Webster Dictionary (1970) yaitu sebagai proses perpindahan total dari bentuk ke bentuk baru, dan dapat diartikan sebagai tahap akhir dari proses perubahan, yang merupakan proses bertahap, dan faktor ruang dan waktu sangat dipengaruhi oleh perubahan tersebut (Najoan & Johansen Mandey, 2011).

Dalam hal ini, kerangka Robert N. Entman (1993) lebih menekankan pada bagaimana menampilkan teks komunikasi dan bagian-bagian yang ditekankan / dianggap oleh pembuat teks. Anda dapat mendefinisikan *eye-catching* itu sendiri: membuat pesan lebih jelas, lebih bermakna atau lebih mudah diingat oleh audiens. Dibandingkan dengan informasi yang biasanya ditampilkan, informasi yang menarik lebih mudah diterima oleh pendengar, dirasakan dan disimpan dalam memori. Bentuk keunggulannya bisa saja berbeda, informasi di satu area lebih menonjol, *eye catching*, dan repetitif dibandingkan informasi di area lain, informasi tersebut dianggap penting atau berkaitan dengan aspek budaya yang sudah dikenal masyarakat. Dengan cara ini dimungkinkan untuk melihat, dengan mudah memperhatikan, mengingat dan menjelaskan kreativitas informasi karena berkaitan dengan pola khalayak. Karena keunggulan adalah produk interaksi antara teks dan penerima, keberadaan bingkai dalam teks mungkin tidak terdeteksi oleh peneliti, sehingga khalayak cenderung memiliki pemahaman tentang pandangannya tentang teks dan bagaimana teks berita itu dibangun (Eriyanto, 2002).

Kesimpulan

Keterlibatan k-popers dalam framing isu Undang-undang cipta kerja telah menghadirkan warna baru dalam gerakan perlawanan terhadap UU cipta kerja. Di tengah maraknya aksi penolakan terhadap Undang-undang cipta kerja di berbagai daerah, k-popers kemudian muncul sebagai aktor pendukung dalam gerakan perlawanan tersebut. Beberapa tagar yang menjadi trending topik tidak terlepas dari peran para penggemar industri musik korea selatan ini. K-popers memainkan perannya melalui media sosial dengan memperlihatkan bahwa peran media sosial mempunyai pengaruh dalam memberikan perhatian atas apa yang sedang terjadi (trending) di Indonesia.

Keterlibatan mereka dalam menolak rancangan UU yang di anggap tidak berpihak kepada rakyat, bukanlah suatu hal yang baru terjadi seperti di UU cipta kerja ini. Sebelumnya dalam gerakan protes atas pengesahan UU KPK dan rancangan kitab UU hukum pidana (RKUHP) dengan tagar #ReformasiDikorupsi juga banyak di viralkan oleh akun-akun dari k-popers. Keterlibatan para k-popers dalam melawan pengesahan UU cipta kerja menandakan bahwa mereka mulai peduli terhadap masalah yang terjadi di Indonesia. Saran untuk penelitian di hari depan dapat melihat analisis framing dari perspektif lain dan dapat mencari gap dari penelitian ini untuk dapat dilakukan komparasi dan sebagainya.

Daftar Pustaka

- Adhistianto, M. F. (2020). Politik Hukum Pembentukan Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja (Studi Klaster Ketenagakerjaan). *Pamulang Law Review*, 3(1), 1–10.
- Adji, W. S., Bashith, A., Nasith, A., & Amin, S. (2019). Identification of Social Symptoms Using the Drone Emprit Academic As a Support for Statistical Literacy. *Abjadia*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.18860/abj.v4i2.8412>
- Anggoro, A. D. (2014). Media, Politik dan Kekuasaan. *Jurnal Aristo*, 2(2), 25–52.
- Arthur, W. (2006). Arcy Thompson and the theory of transformations. *Genetics*, 7(1958), 7–12. <https://doi.org/10.1038/nrg1835>
- Burhan Nurgiantoro. (2018). *Transformasi Unsur Pewayangan Dalam Fiksi Indonesia*. UGM PRESS.
- Dzulfaroh, A. N. (2020). Tiga Catatan Kritis untuk Omnibus Law UU Cipta Kerja. *KOMPAS.COM*.
- Entman, R. M. (1993). *Framing : Toward Clarification of a Fractured Paradigm*. 43(4).
- Eriyanto. (2002). *ANALISIS FRAMING: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media* (Nurul Huda (ed.); Cetakan 1). LKiS Yogyakarta.
- Etikasari, Y. (2013). Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers) (Studi pada Penggemar K-pop di Yogyakarta). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(3), 190–202.
- Fahmi, I. (2020a). *Omnibus Law Peta Aspirasi Publik Di Media Sosial*. Drone Emprit Academic: Software for Social Media Monitoring and Analytics.
- Fahmi, I. (2020b). *RUU Omnibus Law Disahkan*Kpopers Strike Back**. Drone Emprit Academic: Software for Social Media Monitoring and Analytics.
- Giffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. NY: Harper & Row.
- Hapsari, T. B. (2017). Audiens Framing: Peluang Baru dalam Penelitian Audiens. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 485. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i6.54>
- Hemphill, L., Culotta, A., & Heston, M. (2013). Framing in Social Media: How the U.S. Congress uses Twitter hatag to frame political issues. *SSRN*

2317335.

- Ikhsan, S. M., & Syam, H. M. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Amnesti Pajak Pada Editorial Harian Media Indonesia (Framing Analysis of Amnesty Tax Reporting on Media Indonesia's Daily Editorial). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(September), 336–347.
- KAFI, M. S. AL. (2020). Politik Kekuasaan Dalam Pemberitaan Media Online Analisis Framing Pemberitaan Revisi Undang-Undang Komisi Pemberantasan Korupsi Di Detik.Com. *Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam*.
- Khiang, C. C., Ahmad, F., Ibrahim, F., & Kee, C. P. (2012). Investigating News Framing: A Comparative Study Of Media Coverage On Contemporary Education Issues In Menyiasat Framing Berita: Kajian Perbandingan Liputan Media Isu - Isu Pendidikan Kontemporari. *Jurnal Komunikasi*, 28(1), 17–31.
- Kurniawan, F., & Dewanto, W. A. (2020). Problematika Pembentukan RUU Cipta Kerja Dengan Konsep Omnibus Law Pada Klaster Ketenagakerjaan Pasal 89 Angka 45 Tentang Pemberian Pesangon Kepada Pekerja Yang Di PHK. *Jurnal Panorama Hukum*, 5(1), 73–86.
- Manaf, A. M. A., & Sedu, N. (2015). *Framing Islam-related issues during GE13 : An analysis of Malaysian mainstream newspapers*. 1, 29–52.
- Mayasari, S. (2017). Konstruksi Media Terhadap Berita Kasus Penistaan Agama Oleh Basuki Tjahaja Purnama (Ahok): Analisis Framing Pada Surat Kabar Kompas dan Republik. *Komunikasi, Volume VII*(2), 17.
- Mustika, R. (2017). Analisis Framing Pemberitaan Media Online mengenai Kasus Pedofilia di Akun Facebook. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2), 135–148. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i2.159>
- Najoan, S. J., & Johansen Mandey. (2011). Transformasi Sebagai Strategi Desain. *Media Matrasain*, 8(2), 117–130. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmm/article/view/330>
- Nasution, H. M., & Aminulloh, A. (2018). Framing isu sara kasus buni yani di detik.com dan okezone.com. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2), 20–27.
- Rahadi. (2019). *Kampanye Politik di Media Online : Analisis Framing Pada Situs Pendahuluan Pasca reformasi , media massa memegang peranan penting dalam kehidupan politik di Indonesia . Kekuasaan media dalam menyajikan atau melaporkan peristiwa-peristiwa politik dalam ben*. 5(1), 82–102.
- Saputra, H. A., Mutiarin, D., & Nurmandi, A. (2020). Analisis Wacana Partisipasi Perempuan dalam Politik di Indonesia Tahun 2018 - 2019. *MUWAZAH: Jurnal Kajian Gender*, 110, 89–110. <https://doi.org/10.28918/muwazah.v12i1.2502>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing , Agenda Setting , and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57(1), 9–20. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>

- Setyawan, Y. (2020). Rancangan Undang-Undang Omnibus Law Cipta Kerja Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. *Jurnal Ilmiah Hukum Dan Keadilan*, 7(2), 150–164.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication Theories: Origins , Methods , and Uses in the Mass Media Fifth Edition Scientific Method and Models of Mass* (5Th Editio). Longman.
- Shalihah, N. F. (2020). Mengapa Banyak Pelajar Ikut Demo Tolak Omnibuslaw Cipta Kerja? Ini Kata Sosiolog. *KOMPAS.COM*.
- Sobaci, M. Z. (2015). Social Media and Local Governments: Theory and Practice. *Social Media and Local Governments: Theory and Practice*, 15, 1–335. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-17722-9>
- Sobur, & Alex. (2006). Analisis teks media: suatu pengantar untuk analisis wacana, analisis semiotik, dan analisis framing. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Tartila, P. L. (2013). Fanatisme fans kpop dalam blog netizenbuzz. *Commonline*, 2(3), 190–205.
- Wasike, B. (2016). Framing News in 140 Characters : How Social Media Editors Frame the News and Interact with Audiences via Twitter Framing News in 140 Characters : How Social Media Editors Frame the News and Interact with Audiences via Twitter Ben S . Wasike. *Global Media Journal*, 6(1), 5–23.
- Wijayanto, X. A., & Nurhajati, L. (2019). Framing Media Online atas Pemberitaan Isu Lingkungan Hidup Dalam Upaya Pencapaian Keberhasilan SDGs Indonesia. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 14–23. <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.409>
- Yusof, S. H., Hassan, F., Hassan, M. S., & Osman, M. N. (2013). The Framing Of International Media on Islam and Terrosism. *European Scientific Journal*, 9(8), 104–121.