

ANALISIS ETNOGRAFI VIRTUAL: AKTIVISME *FANS K-POP* DI MEDIA SOSIAL DALAM KASUS *OMNIBUS LAW*

Arsyi Fakhrani Kurniawan
Email :adisarsyifk@gmail.com
Wijayanto, S.IP., M.Si., Ph.D.
Dzunuwanus Ghulam Manar, S.IP., M.Si

Departemen Politik dan Pemerintahan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
Website: <https://fisip.undip.com/> - Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRAK

K-Pop akhir-akhir ini menjadi sorotan dalam menyuarakan keresahannya mengenai pengesahan UU Cipta Kerja *Omnibus Law*. Pergerakan *fans K-Pop* di media sosial membuat topik berkaitan dengan ‘*Omnibus Law*’ berhasil menduduki *trending topic* dunia. *Fans K-Pop* bersatu dan mengangkat tagar #*MosiTidakPercaya* dan #*TolakOmnibusLaw*. Bahkan mereka turut aktif menyuarakan keresahannya bersama pihak lainnya seperti partai politik, lembaga swadaya masyarakat, organisasi mahasiswa, serikat pekerja, aktivis hingga media untuk bersama-sama membuat klaster kontra *Omnibus Law*. Meskipun terdapat perbedaan umur dan latar belakang tetapi partisipan memiliki keresahan yang sama bahwa Undang-undang ini berpengaruh kesegala aspek terutama pada pekerja sehingga mendorong satu sama lain untuk saling terlibat dalam isu ini.

Kata Kunci : Aktivisme Digital, *K-Pop*, *Omnibus Law*

ABSTRACT

Lately, K-Pop has been in the spotlight in voicing its unrest regarding the ratification of the Omnibus Law of “Cipta Kerja”. The movement of K-Pop fans on social media makes topics related to ‘Omnibus Law’ managed to occupy the world’s trending topic. K-Pop fans unite and lift the hashtags #MosiTidakPercaya and #TolakOmnibusLaw. In fact, they actively voiced their unrest with other parties such as political parties, non-governmental organizations, student organizations, trade unions, and activists to the media to jointly make clusters against Omnibus Law. Although there are differences in age and background, participants have the same unrest that this law affects all aspects, especially in workers s to encourage one another to be involved in this issue.

Keywords: *Digital Acitivism, K-Pop, Omnibus Law*

A. PENDAHULUAN

Adanya pembaharuan informasi ini tentunya memberikan dampak yang berbeda pada manusia. Pembaharuan informasi atau tindakan saling mempengaruhi inilah yang pada akhirnya disebut globalisasi. Dimana suatu kebudayaan atau kebiasaan dari satu negara, akan

dapat mempengaruhi negara yang lainnya (Anthony Giddens, 1990 dalam Maiwan, 2014). Dalam arti lain, setiap warga negara bebas untuk terhubung dengan apapun terlepas dari wilayah. Seperti diantaranya yaitu pakaian, gaya hidup, nilai dan norma, bahasa, makanan, film, hingga musik. Adanya globalisasi ini berdampak pada kehadiran Gelombang Korea. Popularitas Gelombang Korea (*Korean wave*) atau yang lebih dikenal dengan *Hallyu* awalnya hanya berkembang di negara Asia Timur lalu menjadi populer diseluruh dunia hingga ke Indonesia (Jin, 2016 dalam Rinata, 2019). Gelombang Korea ini menghasilkan produk yang bermacam-macam dari drama televisi (*K-drama*), Musik (*K-pop*), *video-game* dan makanan), Produk dan layanan *Hallyu* (pariwisata, produk kosmetik, bedah plastik, barang mode, dan layanan bahasa), saluran distribusi (berbagai *platform* media). Hadirnya media sosial dan digitalisasi teknologi nyatanya membantu salah satu produk *Hallyu* yaitu musik *K-Pop* untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

K-Pop atau yang memiliki arti *Korean Pop* (Musik Pop Korea) adalah salah satu aliran musik yang berasal dari Korea Selatan. Musik ini berciri khas lagu- lagu ceria dengan tempo cepat dan lirik bahasa Korea dicampur sedikit bahasa Inggris dengan diiringi modern *dance* (Yuanita, 2012). Pada mulanya, musik ini hanya berkembang di Korea Selatan pada tahun 1990-an. Musik yang memiliki ciri khas tarian dan formasi ini pada akhirnya mulai berhasil di lirik oleh dunia luar pada tahun 2008, walaupun pada saat itu hanya beberapa negara di benua Asia yang mengakui keberadaannya. Namun beberapa tahun belakangan ini, *K-Pop* berhasil melebarkan sayapnya secara global hingga menembus pasar Amerika. Menduniannya musik *K-Pop* tentu tidak terlepas dari bantuan para penggemar atau yang biasa disebut *fans K-Pop*. Kehadiran *fans K-Pop* mampu membuat BTS dapat menduduki tangga lagu *No.1 Billboard* Dunia. Begitu pula Blackpink yang berhasil mendapatkan 86,3 juta penayangan di *YouTube* dalam waktu 24 jam setelah perilisan lagu “*How You Like That*” (Voa, 16 Juli 2020).

Sisi menariknya, *fans K-Pop* yang selama ini memiliki stigma negatif karena dianggap ‘fanatik’ dan ‘mengganggu’ berhasil membawa stigma tersebut menjadi sesuatu yang positif. Kekuatan dalam hal penyebaran informasi yang dimiliki oleh *fans K-Pop* saat ini tidak hanya digunakan untuk menyebarkan konten sang idola semata. Tetapi lebih dari itu, saat ini *fans K-Pop* turut bergerak untuk menyuarakan isu-isu di masyarakat. Di Korea Selatan sendiri, lagu “*Into The New World*” dari grup *Girls Generation* (atau biasa disebut SNSD) pernah dikumandangkan dalam demonstrasi penurunan presiden Korea Selatan, Park Geun Hye, yang terlibat kasus korupsi pada tahun 2016. Ketika Amerika Serikat sedang diwarnai isu rasisme yang terjadi akibat pelecehan dan kekerasan yang dilakukan kepada kelompok kulit hitam, *fans K-Pop* membantu menaikkan tagar *#BlackLivesMatter* di *platform* media sosial *Twitter* untuk menutupi tagar rasisme yang disebar oleh kelompok anti kulit hitam.

Salah satu yang menjadi sorotan di Indonesia akhir-akhir ini adalah bagaimana para *fans K-Pop* turut menyuarakan keresahannya mengenai pengesahan UU Cipta Kerja *Omnibus Law*. Pada tanggal 5 Oktober 2020, UU Cipta Kerja baru saja disahkan oleh Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Pergerakan *fans K-Pop* di media sosial membuat topik berkaitan dengan ‘*Omnibus Law*’ berhasil menduduki *trending topic* dunia. *Fans K-Pop* bersatu dan mengangkat tagar *#MosiTidakPercaya* dan *#TolakOmnibusLaw*. Bahkan mereka turut aktif menyuarakan keresahannya bersama pihak lainnya seperti partai politik, lembaga swadaya masyarakat, organisasi mahasiswa, serikat pekerja, aktivis hingga media untuk bersama-sama membuat

klaster kontra *Omnibus Law*. Tidak sampai disitu, *Fans K-Pop* turut meramaikan dengan tagar lain seperti *#DPRDisbandParty* dan *#DPRFlop* yang memiliki makna yaitu lembaga DPR harus bubar dan lembaga DPR gagal dalam mendengarkan suara rakyat. Dengan demikian penulis tertarik untuk membahas mengenai aktivisme *fans K-Pop* dalam mendukung dan mempengaruhi isu penolakan *Omnibus Law* yang berjudul “*Analisis Etnografi Virtual: Aktivisme Fans K-Pop Di Media Sosial Dalam Kasus Omnibus Law*”

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana aktivisme *fans K-Pop* di media sosial *Twitter* dalam mendukung dan mempengaruhi isu penolakan *Omnibus Law*?

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual. Pendekatan etnografi virtual merupakan metode yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas tertentu. Etnografi dimaksudkan untuk mengungkap fakta yang ada di internet baik yang terlihat maupun tidak dengan menggunakan data yang dapat dibuktikan. Peneliti ingin mengetahui apa yang terjadi di dalam internet sehingga diperlukannya peneliti terjun ke lapangan guna mengetahui aktivisme *fans K-Pop* dalam mempengaruhi penolakan *Omnibus Law*.

D. PEMBAHASAN

Partisipasi Fans K-Pop Dalam Menyuarakan Penolakan *Omnibus Law*

Omnibus Law atau Undang-undang Cipta Kerja sudah dimulai pembahasannya sejak 17 Desember 2019. Pada 5 Oktober 2020, pemerintah secara tiba-tiba mengesahkan *Omnibus Law* UU Cipta Kerja. Pengesahan ini dilakukan lebih cepat dari yang direncanakan pada mulanya yaitu 8 Oktober 2020. Pengesahan yang secara tiba-tiba ini menuai protes dari berbagai kalangan masyarakat. Baik Serikat Buruh, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Organisasi Mahasiswa (Ormawa), hingga masyarakat di media sosial. Tidak hanya di jalanan, beberapa masyarakat yang tidak dapat turun ke jalan pun turut meramaikan pada linimasa media sosial. Salah satu media sosial yang menjadi target untuk menyebarkan isu ialah media sosial *Twitter*. Berbagai tagar yang memenuhi linimasa seperti *#MosiTidakPercaya*, *#GagalkanOmnibusLaw*, *#TolakRUUCiptaKerja*, *#TolakOmnibusLaw*, *#DPRRIKhanatiRakyat*, dan *#DPRDisbandParty* bahkan menempati *trending topic* di media sosial *Twitter*.

Menurut analisa Ismail Fahmi dalam kanal Drone Emprit, *keyword* seperti *Omnibus Law*, Ciptaker, dan Cipta Kerja menjadi topik yang paling banyak dibicarakan pada tanggal 4 dan 5 Oktober 2020. Peningkatan angka perbincangan topik tersebut dimulai pada tanggal 5 Oktober 2020 di jam 18.00 WIB. Tepat ketika media massa Tirta menerbitkan *STOP PRESS* yang menyatakan bahwa RUU Cipta Kerja telah disahkan oleh DPR untuk menjadi Undang-undang, peningkatan perbincangan isu mengenai *Omnibus Law* terjadi. Selain itu, banyaknya akun - akun yang bertebaran di linimasa terdiri dari berbagai akun yang menandakan isu tersebut didominasi oleh publik. Namun menariknya beberapa dari akun tersebut menggunakan avatar artis *K-Pop*. Salah satu cuitan dari pengguna avatar artis *K-Pop* atau *fans K-Pop* yaitu *@ustadchen* merupakan salah satu cuitan yang paling banyak mendapatkan respon dan

dukungan bahkan dari aktivis lainnya. Cuitan tersebut kemudian mendapatkan 4.800 *retweets* dan 13.800 *likes*.

Gambar 1. Akun dan Utas Milik @ustadchen



Sumber: Drone Emprit

Tidak hanya @ustadchen saja yang mendapatkan banyak respon, salah satu pengguna avatar artis K-Pop lain yaitu @jentlesy juga mendapatkan cukup banyak respon. Pemilik akun tersebut membuat sebuah infografis mengenai Omnibus Law yang dikemas secara menarik berisikan isi pasal kontroversial. Infografis tersebut kemudian mendapatkan 294 *replies*, 2.918 *retweets*, dan 3.482 *likes*.

Gambar 2. Akun dan Utas Milik @jentlesy



Sumber: Twitter.com/jentlesy

Mary Joyce (2010) mendefinisikan aktivisme digital sebagai kegiatan meluasnya penggunaan teknologi digital dalam kampanye untuk perubahan sosial dan politik. Aktivisme digital dapat mempermudah membentuk opini publik, memobilisasi aksi dan melakukan aksi

digital seperti donasi atau petisi. Dalam keberlangsungan penyebaran isu penolakan *Omnibus Law*, *fans K-Pop* tidak hanya menggunakan donasi atau petisi. Dalam proses penyebaran isu, avatar artis *K-Pop* atau *fans K-Pop* ini memiliki aksi digital tersendiri dalam meringkai pesan mengenai *Omnibus Law* agar dapat dimengerti. Salah satu diantaranya yaitu pembuatan infografis dan utas seperti apa yang dilakukan oleh @ustadchen dan @jentlesy dalam akun Twitternya.

Aksi kedua yaitu membuat cuitan mereka tampak menonjol sehingga publik akan memperhatikan. Beberapa dari *fans K-Pop* juga turut menggunakan foto idola mereka sebagai pendamping bagi cuitan mereka. Hal ini menghasilkan unggahannya menjadi lebih menonjol sehingga publik dapat turut membaca tulisannya seperti yang dilakukan dalam gambar di bawah.

Gambar 3. Unggahan Menggunakan Foto Idola



Sumber: [Twitter.com/tsaniindaeyo](https://twitter.com/tsaniindaeyo)

Aksi ketiga yaitu penggunaan *meme* digunakan oleh *fans K-Pop* untuk mewakili perasaan mereka terhadap suatu kebijakan. *Meme* adalah gambar disertai tulisan lalu disajikan dengan cara yang unik dan menghibur guna mewakili ekspresi dari suatu perasaan dan tujuan pembuatannya. Seringkali, kehadiran *meme* juga digunakan untuk menyindir suatu hal atau tindakan seperti yang dilakukan pada gambar di bawah.

Gambar 3. Unggahan Menggunakan Meme



Sumber: [Twitter.com/yyjem6](https://twitter.com/yyjem6)

Aksi keempat yaitu penggunaan bahasa guyon atau bahasa plesetan. Ketika menyusuri tagar, terdapat beberapa unggahan yang menggunakan bahasa guyonan atau bahasa plesetan agar dapat diterima oleh publik. Bila dianalisa, penggunaan foto Super Junior seperti pada gambar di bawah merepresentasikan cuitan dan apa yang dirasakan oleh penulis. Pada saat pengesahan *Omnibus Law* dilakukan, penulis merasa adanya kebijakan ini sangat buruk dan kacau

Gambar 4. Unggahan Menggunakan Bahasa Guyonan



Sumber: [Twitter.com/mytha_kim25](https://twitter.com/mytha_kim25)

Selain penggunaan bahasa, *meme*, dan guyonan dalam proses penyebaran isu, adanya faktor sentimen emosional ini juga mendorong penyebaran isu. Seperti cuitan dari akun [@ustadchen](https://twitter.com/ustadchen) yang berbunyi, “Sedih pas September tahun lalu rakyat juga lagi berjuang abis-abisan. Gak nyangka tahun ini harus terulang. Wakil rakyat tuh sebenarnya wakilin siapa sih?”. Cuitan yang diunggah pada tanggal 6 Oktober 2020 ini mendapatkan respon yang pesat yaitu 2.251 *replies*, 13.700 *retweets*, dan 53.500 *likes*.

Gambar 5. Unggahan Menggunakan Sentimen Emosional



Sumber: [Twitter.com/ustadchen](https://twitter.com/ustadchen)

Hasil dari strategi penyebaran isu tersebut membuat akun dengan nama *K-Pop* dan avatar *K-Pop* juga turut memenuhi daftar *Top 60 Influencers* yang diterbitkan oleh Drone Emprit. Salah satu akun yang berada di peringkat 35 dari *Top 60 Influencers* yang diterbitkan Drone Emprit, yaitu *@hellowmarseu*, berhasil diwawancarai seputar penolakan *Omnibus Law*. Pemilik akun ini mengatakan bahwa karena adanya keterikatan dengan buruh, ia tertarik untuk mengikuti perkembangan isu ini karena ia tergerak untuk terlibat dalam penolakan dan menyangkut dengan pekerjaan keluarga. Salah satu pemilik akun dengan avatar *K-Pop* lainnya, yaitu *@alpaclapjin_* turut menambahkan alasan mengapa ia tergerak untuk terlibat dalam isu ini karena kehadiran undang-undang tersebut meresahkan baginya yang sedang mencari pekerjaan. Walaupun terdapat perbedaan umur dan latar belakang tetapi partisipan memiliki keresahan yang sama bahwa Undang-undang ini berpengaruh kesegala aspek terutama pada pekerja sehingga mendorong satu sama lain untuk saling terlibat dalam isu ini.

Dalam hal ini, media sosial memfasilitasi *fans K-Pop* untuk berpartisipasi dalam isu penolakan *Omnibus Law*. Keberadaan media sosial *Twitter* sebagai fasilitator mendorong penyebaran isu, seperti terlihat dari data Drone Emprit dimana terjadi lonjakan percakapan yang pesat ketika *Omnibus Law* disahkan. Adanya lonjakan percakapan juga mendorong penyebaran tagar dan hashtag, yang pada akhirnya mempengaruhi opini *fans K-Pop* terhadap suatu isu. Seperti pengakuan *@ustadchen* melalui cuitannya dimana pada mulanya ia khawatir untuk berbicara mengenai isu politik, namun karena ia melihat massa di dunia maya yang berani berpendapat, maka hal tersebut mempengaruhi cara ia beropini mengenai isu sosial politik di media sosial. Ketika opini dan cara pandang pemilik akun *@ustadchen* pada isu penolakan *Omnibus Law* telah terpengaruh, maka ia akan lebih mudah untuk turut melakukan aksi digital seperti penyebaran informasi mengenai *Omnibus Law* melalui infografis dan utas. Temuan ini menjadi bukti bahwa partisipasi dalam aktivisme digital mendorong penyebaran isu agar setiap individu dapat meyakini sebuah nilai sosial yang sedang dibicarakan di publik, dalam kasus ini adalah isu penolakan *Omnibus Law*.

Media Sosial *Twitter* Dalam Menyebarkan Isu Penolakan *Omnibus Law*

Menurut Shirky, 2008 (dalam Nasrullah, 2017 : 11) alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Begitu pun dengan cara media sosial mempengaruhi suatu isu. Dengan keberadaan media sosial, suatu isu dapat menyebar dengan pesat dan cepat. Terlebih lagi dengan hadirnya keberadaan fitur media sosial. Beberapa diantaranya yaitu *hashtag* atau tagar, *reply*, *retweet*, dan *quote retweet*.

Simbol tagar atau *hashtag* (#) pertama kali digunakan oleh Chris Messina, *web marketing specialist Twitter*. Messina menyarankan penggunaan tagar atau *hashtag* sebagai penanda bagi *tweets* atau cuitan yang berhubungan pada satu topik. Tagar atau *hashtag Twitter* menghubungkan percakapan berbagai pengguna menjadi satu kumpulan. Dalam kasus penyebaran isu penolakan *Omnibus Law*, publik di media sosial menaikkan berbagai tagar. Terdapat berbagai tagar seperti *#MosiTidakPercaya*, *#TolakOmnibusLaw*, hingga *#DPRDisbandParty* dan *#DPRFlop*. Tagar-tagar tersebut kemudian berhasil menduduki laman *trending* atau *trending topic* di Indonesia selama isu penolakan *Omnibus Law* terjadi. Penggunaan tagar atau *hashtag* dalam media sosial ini memiliki beberapa manfaat yaitu untuk meningkatkan *engagement* dengan *followers*, bentuk dukungan terhadap isu sosial, menambahkan konteks pada postingan di media sosial, serta membantu audiens menemukan cuitan yang terkait dengan isu tersebut.

Selanjutnya fitur *reply* atau balasan di *Twitter*. Keberadaan fitur *reply* atau balasan dalam *Twitter* ini berguna untuk memberikan komentar atau tanggapan terhadap *tweet* atau cuitan orang lain. Dengan adanya fitur *reply* atau balasan, setiap individu dapat memiliki percakapan apapun dengan siapapun. Setiap percakapan di kolom *reply* atau balasan juga dapat dilihat oleh siapapun dan dapat pula ditanggapi oleh siapapun. Dalam kasus penyebaran isu penolakan *Omnibus Law*, penggunaan fitur *reply* atau balasan berguna sebagai tempat mengekspresikan pendapat dan tanggapan suatu individu terhadap isu terkait. Fitur ini dapat mendorong penyampaian pendapat dan mendorong komunikasi yang setara karena setiap individu dapat melihat dan menanggapi komentar satu sama lain.

Fitur selanjutnya yaitu *retweet* dan *quote retweet*. Dilansir dari penjelasan *Twitter* dalam website-nya, fitur *retweet* merupakan fitur bagi para pengguna dimana pengguna dapat menyebarkan *tweet* secara publik ke pengikutnya. *Retweet* digunakan untuk meneruskan berita dan temuan menarik dalam *Twitter*. Lalu fitur *quote retweet* merupakan fitur dimana pengguna dapat menambahkan komentar tambahan terhadap suatu *tweet*. Melalui fitur *quote retweet*, para pengguna dapat melihat komentar satu sama lain terhadap *tweet* tersebut

Pada akhirnya keberadaan fitur *Twitter* seperti *hashtag*, *reply*, *retweet* dan *quote retweet* yang terfokus pada penyebaran pesan mampu mendorong penyebaran isu sehingga membuat pola perputaran informasi di *Twitter* menjadi lebih masif dan cepat. Seperti apa yang dikatakan oleh Shirky, 2008 (dalam Nasrullah, 2017 : 11) media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi. Fitur-fitur yang dimiliki oleh media sosial *Twitter* mendorong pengguna untuk saling berbagi melalui fitur *retweet* dan *quote retweet*, serta mendorong pengguna untuk saling bekerjasama melalui fitur tagar atau *hashtag* dan kolom *reply*. Keberadaan fitur-fitur tersebut yang terfokus pada berbagi dan bekerja sama mendorong terbukanya ruang partisipasi politik di media sosial dikarenakan setiap individu berhak

memberikan pendapatnya terkait suatu isu. Begitupun dengan fitur media sosial *Twitter* yang terfokus pada penyebaran isu dan penyampaian pendapat selain dapat menjadi *tool* atau alat bagi kampanye penolakan *Omnibus Law* di media sosial, fitur ini secara tidak langsung turut membantu ketercapaian kewarganegaraan digital di ruang media sosial.

Interaksi *Fans K-Pop* Dalam Menciptakan Demokrasi Ruang Digital

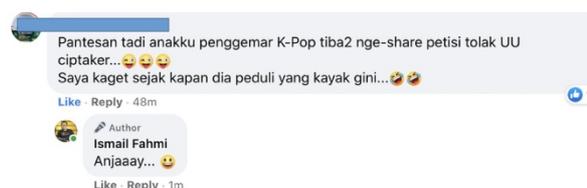
Kehadiran *hashtag* mendorong setiap individu untuk menemukan cuitan yang berhubungan pada satu topik. Para pengguna dapat berkumpul dan berinteraksi melalui tagar atau *hashtag*. Hal ini pun terjadi begitu pula dengan para pengguna avatar artis K-Pop atau *fans K-Pop*. Keberadaan *hashtag* atau tagar yang mempermudah pencarian suatu topik membuat mereka terus terhubung satu sama lain. Maka dari itu ketika isu mengenai penolakan *Omnibus Law* ini mencuat, mereka dapat dengan mudah bersatu melalui tagar atau *hashtag*. Momentum penolakan *Omnibus Law* kemarin menjadi salah satu momen bagi para pengguna avatar K-Pop atau *fans K-Pop* untuk saling bekerja sama dalam memberikan pengetahuan kepada satu sama lain. Dibuktikan dari beberapa akun besar seperti *@ustadchen* dan *@jentlesy* yang mengunggah infografis dan membuat suatu utas mengenai *Omnibus Law*. Selain itu, mereka juga bekerjasama dalam menaikkan tagar atau *hashtag* agar terus trending dengan cara saling mengingatkan dan mendorong satu sama lain untuk menaikkan *hashtag* secara masif. Terlihat dari cuitan oleh pemilik akun *@vinraamade* pada tanggal 8 Oktober 2020 yaitu :

“*Temen-temen K-Pop, Wibu (Penggemar Anime Jepang), semuanya ayo trendingkan ‘DARI RAKYAT, OLEH RAKYAT, UNTUK RAKYAT.’ #TolakOmnibusLaw #TolakUUCiptaKerja, please drop new HT (Hashtag).*”

Adanya ajakan atau bahkan teguran ini secara tidak langsung menimbulkan tekanan bagi para penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop menjadi termotivasi untuk terus menaikkan tagar dan menjaga isu tersebut agar terus trending. Tekanan ini juga dapat membuat seseorang mengubah sikap dan pemikirannya agar dapat mengikuti suara mayoritas. Ajakan dan teguran untuk terus menaikkan tagar atau *hashtag* tersebut juga menjadi salah satu strategi agar sebuah tagar atau *hashtag* dapat menduduki trending.

Pengaruh dari kekuatan penyebaran isu oleh *fans K-Pop* yang begitu besar ini mampu membangun kesadaran bahkan bagi generasi muda untuk turut andil dalam isu penolakan *Omnibus Law*. Ditemukan beberapa cuitan di media sosial *Twitter* dari para orang tua yang mengaku kaget karena anaknya yang masih berada di bangku sekolah mengetahui isu ini. Salah satunya cuitan dari pencetus *Drone Emprit*, yaitu *Ismail Fahmi*. Dalam akun *Twitter*nya ia menuliskan, “Ada orang tua yang ngalamin seperti ini juga?”. Dalam unggahannya, ia juga mengunggah foto yang berisi mengenai percakapan seorang orang tua yang terkejut karena anaknya yang seorang penggemar K-Pop tiba-tiba turut menyebarkan petisi tolak *UU Cipta Kerja*.

Gambar 6. Percakapan Orang Tua



Sumber: [Twitter.com/IsmailFahmi](https://twitter.com/IsmailFahmi)

Pengaruh dari kekuatan penyebaran isu oleh fans K-Pop yang begitu besar ini mampu membangun kesadaran bahkan bagi generasi muda untuk turut andil dalam isu penolakan Omnibus Law. Seperti yang dikatakan Isin dan Rupert dalam Fauzanafi (2016), bahwa kewarganegaraan digital terbentuk ketika terdapat suatu tindakan digital yaitu *act of witnessing* dan *act of flaming*. Tindakan digital *act of witnessing* atau tindakan kesaksian dalam hal ini sesuai dengan bagaimana *fans K-Pop* secara terbuka menyatakan keresahannya di media sosial *Twitter* dan persepsinya akan kehadiran *Omnibus Law*. Selain itu terdapat pula tindakan digital *act of flaming* atau tindakan berapi-api. Hal ini sesuai dengan bagaimana *fans K-Pop* menyatakan pendapatnya dengan menggunakan *meme*, foto, dan guyonan lucu. Adanya kedua tindakan digital tersebut menurut Isin dan Rupert dalam Fauzanafi (2016) telah memenuhi etika kewarganegaraan digital. Setiap masyarakat yang melakukan tindakan digital menandakan bahwa ia telah sadar dan paham akan hak dan dapat memberdayakan klaim seorang warga negara. Melalui tindakan digital dan membuat klaim hak, subjek warga negara digital dapat terwujudkan berhak untuk. Sehingga tindakan digital yang dilakukan oleh warga negara dapat mengantarkan masyarakat kepada demokrasi yang berkualitas.

E. PENUTUP

Terdapat beberapa tahapan bagi fans K-Pop untuk melakukan dukungan terhadap penyebaran isu penolakan Omnibus Law. Fans K-Pop membiarkan dirinya terpengaruh terhadap opini publik mengenai isu penolakan Omnibus Law. Selanjutnya fans K-Pop melakukan aksi digital dengan membimbing pesan menggunakan infografis dan utas sebagai sarana pencerdasan, menambahkan *meme* dan guyonan ke dalam cuitan, menggunakan bahasa yang biasa digunakan oleh generasi muda atau bahasa gaul, serta mencantumkan foto idola mereka ke dalam cuitan sebagai pendamping.

Selain bentuk dukungan, terdapat pula bentuk pengaruh dari dukungan yang dilakukan fans K-Pop dalam mempengaruhi isu penolakan Omnibus Law. Beberapa bentuk pengaruh tersebut yaitu tersebarluasnya tagar atau hashtag mengenai Omnibus Law hingga menduduki trending topic dunia, meningkatnya kesadaran akan isu penolakan Omnibus Law bagi anak muda yang dibuktikan dengan tergeraknya anak yang masih menduduki bangku sekolah untuk mencari tahu informasi terkait isu ini dan menandatangani petisi, serta meningkatnya volume perbincangan mengenai Omnibus Law di media sosial *Twitter*. Dengan demikian, aktivisme digital yang dilakukan oleh *fans K-Pop* untuk menyebarluaskan suatu nilai dan meningkatkan kesadaran akan partisipasi politik itu ada dan nyata dengan berbagai bentuk manifestasi sebagaimana hal-hal yang telah disebutkan di atas. Selain itu, tindakan digital yang dilakukan *fans K-Pop* merupakan suatu tanda bahwa *fans K-Pop* telah mengerti hak dan klaimnya sebagai warga negara. Maka dari itu, tindakan *fans K-Pop* telah memenuhi etika kewarganegaraan digital.

REFERENSI

Fauzanafi, M.Z. Searching for digital citizenship: Fighting corruption in Banten, Indonesia. ASEAS-Austrian Journal of South-East Asian Studies. 2016.

Foster, D. Factors influencing the popularity of YouTube videos and users' decisions to watch them. 2020

Joyce, Mary. Digital Activism Decoded: the New Mechanics of Change. New York : International Debate Education Association. 2010.

Rinata, A.R. and Dewi, S.I. Fanatisme Penggemar Kpop Dalam Bermedia Sosial Di Instagram. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. 2019.

Roihan, M. I. Omnibus Law Ditinjau Dari Perspektif Sistem Perundang Undangan Di Indonesia (Studi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja). 2021

Setiawan, W. Era Digital dan Tantangannya. Seminar Pendidikan Indonesia. ISBN. 2017.

Yuanita, Sari. Korean Wave dari KPOP Hingga Tampil Gaya Ala Korea. 1st ed. Yogyakarta: Idea Terra Media Pustaka. 2012.