

RESPON MILENIAL TERHADAP KEBIJAKAN KOMUNIKASI PUBLIK PEMERINTAH MENGENAI KEBIJAKAN OMNIBUS LAW

¹Rizki Hidayat, ²Rizki Budhi Sahara

¹Universitas Bina Sarana Informatika, rizki.rhq@bsi.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Cirebon, rizki.budhi@umc.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan respon milenial terhadap komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *Omnibus Law*. Salah satu fungsi komunikasi publik adalah membentuk dan meningkatkan citra (Goldhaber, 1993). Dalam proses pembentukan tersebut tentu diperlukan pemahaman informasi yang efektif dan benar sehingga apa yang disampaikan oleh komunikator bisa sama persepsinya dengan komunikan atau khalayak. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kepada 300 orang mahasiswa yang tersebar di Provinsi DKI Jakarta untuk melihat seberapa besar pengaruh komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *Omnibus Law*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis dan pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon milenial terhadap komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *Omnibus Law* paling tinggi adalah perhatian atau *attention* dan paling rendah adalah di pengambilan keputusan atau *decision*. Kesimpulan penelitian ini adalah komunikasi publik pemerintah harus dimaksimalkan sehingga semua aspek dalam komunikasi publik tersampaikan dengan baik dan efektif.

Kata Kunci: Komunikasi Publik, Kebijakan Omnibus Law, Persepsi

Abstract

This study aims to explain the response of millennials toward the public communications regarding Omnibus Law policies. One of the functions of Public Communication is forming and enhancing the images (Goldhaber, 1993). In processing of this information must deliver effectively and right on the ways to get fully information as same as communicator and audiences. Research using a quantitative method to used 300 students spread of Jakarta Regency to see how impact public communication of government regarding Omnibus Law. Data collection techniques using questionnaires. Analysis and processing of data using SPSS. The results showed that the Omnibus Law show attention as highest affect and decision making as lowest affect. The conclusion of this study that the public communication of government have to be stand out therefore all aspect off public communication well communicated and effective.

Keywords: Public Communication, Omnibus Law Policies, and Perception

PENDAHULUAN

Omnibus Law berasal dari kata *omnibus* dan *law*. Kata *omnibus* berasal dari bahasa Latin yaitu *omnis* yang berarti semuanya atau banyak. *Law* berarti hukum. Oleh karena itu, *Omnibus Law* diartikan hukum untuk semua. Ada 3 (tiga) undang-undang yang dibuat sebagai bentuk

omnibus law yaitu undang-undang perpajakan, undang-undang cipta lapangan kerja dan undang-undang pemberdayaan UMKM. Ketiga undang-undang tersebut nantinya akan menggantikan peraturan-peraturan terkait yang amat beragam dan lintas sektoral. (Suriadinata, 2019)

Gambar 1.1
Pidato Presiden Jokowi



(Sumber : <https://nasional.kompas.com/>, diakses 23 Januari 2021)

Omnibus Law menjadi trending topik setelah Presiden Jokowi menyebutkannya dalam Pidato usai pelantikan Presiden RI periode 2019 – 2024. Presiden Joko Widodo mengatakan bahwa pemerintah akan mengajak DPR untuk menerbitkan dua undang-undang (UU) besar yakni UU Cipta Lapangan Kerja dan UU Pemberdayaan Usaha Makro, Kecil dan Menengah (UMKM). Masing-masing UU tersebut akan menjadi *omnibus law* yaitu satu UU yang merevisi beberapa UU, bahkan puluhan UU. Pemerintah melalui Presiden Joko

Widodo, ingin menyederhanakan regulasi yang berbelit dan panjang dengan memuat dua undang-undang (UU) besar yaitu UU Cipta Lapangan Kerja dan UU Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Implementasi *omnibus law* di Indonesia diharapkan dapat menyelesaikan masalah-masalah antara lain (UU No.11 tahun 2020):

- a. Mengatasi konflik peraturan perundang-undangan

- b. Menyeragamkan kebijakan pemerintah baik di tingkat pusat maupun di daerah
- c. Efektif dan efisien dalam pengurusan perizinan
- d. Meminimalisir rantai birokrasi yang berlama-lama;
- e. Meningkatkan hubungan koordinasi antar instansi terkait kebijakan *omnibus* yang terpadu;
- f. Jaminan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi pengambil kebijakan.

Pergantian kabinet pemerintahan dan Presiden menyebabkan beberapa regulasi ikut diubah berdasarkan kepentingan elite pemerintahan yang berkuasa. Hal ini tentunya menyebabkan tumpang tindih kebijakan antara pemangku kepentingan. Untuk menyelesaikan hal tersebut, pemerintah menginisiasi sebuah regulasi atau peraturan hukum melalui konsep *Omnibus Law*. Apabila dibahas dari sisi hukum Indonesia sendiri menganut *Civil Law*, sedangkan *Omnibus Law* berasal dari sistem hukum *Common Law*.

Menurut Maria Farida Indrati perubahan suatu peraturan perundang-undangan perlu dilakukan, jika ketentuan-ketentuan dalam peraturan perundang-undangan tersebut tidak relevan dengan kondisi dalam masyarakat. Perubahan itu meliputi:

- a. Menambah atau menyisipkan ketentuan baru, menyempurnakan atau menghapus

ketentuan yang sudah ada, baik yang berbentuk bab, bagian, paragraf, pasal, ayat, maupun perkataan, angka, huruf, tanda baca dan lain-lainnya.

- b. Mengganti suatu ketentuan dengan ketentuan lain, baik yang berbentuk bab, bagian, paragraf, pasal, ayat, maupun perkataan, angka, huruf, tanda baca dan lain-lainnya. (Suriadinata, 2019)

Eko Noer mengemukakan *Omnibus Law* di Indonesia terus menuai isu pro-kontra sebelum akhirnya draf diserahkan kepada Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Namun, terjadi polemik dalam penyusunan draf tersebut, tidak transparan, tertutup, bahkan pemerintah dianggap mengabaikan aspirasi publik, padahal dalam konteks konstitusional sistem demokrasi mengutamakan publik sebagai sentral. (Eko Noer, 2019). Selain itu, Indonesia telah memiliki banyak peraturan perundang-undangan setingkat undang-undang misalnya Undang-Undang Tentang Penataan Ruang, Undang-Undang Tentang Keterbukaan Informasi Publik, Undang-Undang Tentang Pelayanan Publik, hingga Undang-Undang Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Dalam perspektif ilmu perundang-undangan *omnibus law* adalah produk hukum setingkat undang-undang. Akhirnya berbagai pandangan muncul dalam masyarakat.

Gambar 1.2
Aksi Demo



(Sumber : www.bbc.com/, diakses 20 Februari 2021)

Aksi demo yang dilakukan oleh sekelompok mahasiswa dan buruh pada 20 Oktober 2020. Diskusi Publik juga mengarah pada perdebatan pro dan kontra, secara serentak demo dilakukan mahasiswa seluruh Indonesia seperti di Aceh dan beberapa daerah lainnya di Indonesia. Reaksi anggota DPR Bardan Sahidi juga mengaku menolak UU Omnibus Law Cipta Kerja yang baru disahkan DPR RI. Legislatif Aceh bakal menyurati presiden agar mengeluarkan Perppu pembatalan terhadap UU tersebut. Secara kelembagaan DPRA menolak pemberlakuan UU Omnibus Law karena Aceh punya Undang-undang Pemerintah Aceh (UUPA) nomor 11 tahun 2006 dan Qanun nomor 7 tahun 2014 tentang Ketenagakerjaan," kata Bardan kepada wartawan, Kamis (8/10/2020). (<https://news.detik.com/>, diakses 23 Januari 2021).

Firman mengungkapkan *Omnibus law* adalah sebuah solusi peraturan yang menghambat percepatan pembangunan lantaran adanya peraturan yang saling berbenturan sehingga pemerintah menjadikan UU ini untuk menyederhanakan perizinan. Kerumitan untuk berinvestasi di Indonesia tersebut muncul dalam beberapa hal yaitu perijinan, perpajakan, pengadaan tanah, dan aspek lainnya yang terkait dengan investasi. Kehadiran *omnibus law* tersebut diharapkan dapat memudahkan investor untuk berinvestasi. Adapun manfaat investasi bagi negara adalah (1) mendapatkan modal baru untuk membantu pemerintah membangun infrastruktur, (2) membuka lapangan kerja, (3) kemajuan bidang tertentu, (4) meningkatkan pemasukan negara, dan (5) perlindungan negara. (Firman, 2017)

Lain lagi, menurut Prabowo dkk *Omnibus Law* merupakan gagasan presiden RI Joko Widodo

untuk mengatasi permasalahan rumitnya perizinan dan tumpang tindihnya peraturan yang bisa menghambat investasi. *Omnibus Law* tersebut dibuat dalam bentuk undang-undang yang pembentukannya berdasarkan ketentuan pembuatan peraturan perundang-undangan. Terdapat 3 (tiga) klaster undang-undang dalam rancangan *Omnibus Law* yaitu RUU Cipta Lapangan Kerja, RUU Perpajakan, dan RUU Pemberdayaan Masyarakat. *Omnibus law* disebut sebagai payung hukum untuk semua ketentuan hukum yang terkait dan lintas sektor. *Omnibus law* juga menjadi solusi bagi lambatnya proses legislasi di Indonesia. Hal tersebut nampak dalam kinerja dari DPR RI periode 2014-2019 yang hanya membuat 84 undang - undang dimana lebih sedikit dari pada DPR RI periode 2009-2014. (Prabowo et al., 2020).

Menurut Tirto, poin bermasalah dalam UU Cipta Kerja:

1. Pembahasan RUU Cipta Kerja dinilai terlalu tergesa-gesa
2. UU Omnibus Law mengesampingkan partisipasi masyarakat
3. Membuka keran impor pangan yang berpotensi tak melindungi produksi pangan lokal
4. Merugikan buruh karena peraturan upah yang ditetapkan berdasarkan satuan waktu/ hasil
5. Meringankan pengusaha atau pemberi kerja karena hak pesangon untuk buruh jua dibayarkan pemerintah dalam skema

Jaminan Kehilangan Pekerjaan (JKP)
(Tirto.id, diakses 23 Januari 2021):

Secara sederhana, *omnibus law* atau *omnibus bill* merupakan satu UU yang bisa mengubah banyak UU. Secara teori perundang-undangan di Indonesia, kedudukan UU dari konsep *omnibus law* belum diatur. Jika melihat sistem perundang-undangan di Indonesia, UU hasil konsep *omnibus law* bisa mengarah sebagai UU Payung karena mengatur secara menyeluruh dan kemudian mempunyai kekuatan terhadap aturan yang lain. Tetapi, Indonesia justru tidak menganut UU Payung karena posisi seluruh UU adalah sama sehingga secara teori peraturan perundang-undangan sehingga kedudukannya harus diberikan legitimasi dalam UU No 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Beberapa contoh implementasi *Omnibus Law* di luar negeri. Di Amerika Serikat dalam sistem presidensialnya pada sebuah Kongres, *omnibus law* membantu membentuk konsensus atau kesepakatan dalam sidang legislatif, karena setiap legislator dapat melampirkan RUU-nya ke dalam *omnibus law*. Lain lagi, di Turki *omnibus law* digunakan pemerintah untuk menolak proposal oposisi. Kesamaan *omnibus law* di Turki dengan *omnibus law* pada umumnya hanya karena RUU disahkan dengan cepat.

Fokus tulisan ini adalah bagaimana penerimaan atau pandangan masyarakat mengenai

transparansi dan penyampaian komunikasi pemerintah tentang *omnibus law*. Apakah komunikasi publik pemerintah mengenai *omnibus law* efektif dan aspek-aspek apa saja dalam proses komunikasi yaitu 1. *Attention*, 2. *Liking*, 3. *Comprehension*, 4. Kognisi 5. *Skills* atau keterampilan 6. Sikap 7. Keputusan, dan 8. Tindakan dan bagaimana penerimaannya di mata publik.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif menggunakan desain survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling convenience*. Penelitian ini disebar ke 300 orang mahasiswa yang berdomisili di Jakarta, punya kartu mahasiswa, rentang usia 13-25 tahun berdasarkan usia remaja menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Bencana (BKKBN) dan pernah mengikuti secara online berita tentang *Omnibus Law* di media massa. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner daring dari Oktober 2020 hingga 1 Februari 2021.

Rata-rata usia partisipan adalah 18-20 tahun. Mayoritas partisipan adalah laki-laki 58,8% dan perempuan 41,2%. Partisipan umumnya berdomisili di Jakarta dengan bermacam-macam jurusan dengan mayoritas ilmu. Komunikasi publik pada penelitian ini diukur dengan *Communication Process Scale* yang

dikembangkan oleh peneliti. Skala ini mengacu pada penelitian Russon dan Laura M. Koehly (1995). Skala ini terdiri dari 32 item dengan menggunakan skala Likert sebagai alternative jawab mulai tidak sangat setuju dan sangat setuju dengan rentang skor 1-5. Koefisien validitas item valid berupa *corrected item-total correlation* berada pada rentang mulai 0,253 hingga 0,784.

Koefisien Alpha Cronbach sebesar 0,846 yang termasuk pada kategori reliabilitas tinggi. Teknik analisis utama penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif. Adapun aplikasi yang digunakan untuk pengolahan data yaitu *IBM SPSS Statistics 25*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada metode penelitian telah dibahas, bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner dan analisis data menggunakan SPSS. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari respon komunikasi publik pemerintah terhadap kebijakan *omnibus law* di Provinsi DKI Jakarta. Setelah dilakukan survei kepada 300 orang mahasiswa diketahui bahwa terdapat delapan aspek yaitu: 1. *Attention*, 2. *Liking*, 3. *Comprehension*, 4. Kognisi 5. *Skills* atau keterampilan 6. Sikap 7. Keputusan, dan 8. Tindakan.

Descriptive Statistics

	Mean
AT	19.0720
LIKING	7.9480
Kompre	9.6560
Kognisi	13.5080
Skills	10.5000
Attitudes	11.4720
Keputusan	6.4880
Act	10.0120
Valid N (listwise)	

Berdasarkan dari hasil survey aspek *attention* memberikan efek paling besar sebanyak 19 persen, *liking* sebanyak 7,9 persen, 9,6 persen *comprehension*, 13,5 persen *kognisi*, *skills* atau keterampilan sebanyak 10,5 persen, *attitudes* sebanyak 11,4 persen, tindakan 10 persen, dan efek paling kecil adalah keputusan sebanyak 6,4 persen.

Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam proses komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *omnibus law* masih harus ditingkatkan lagi terutama pada aspek keputusan.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab tujuan penelitian ini mengetahui aspek dalam proses komunikasi publik Pemerintah Republik Indonesia apa yang paling berdampak terhadap kebijakan *omnibus law*. Komunikasi publik telah memetakan sebuah sudut pandang untuk memahami kemungkinan perubahan dalam budaya akademis mengenai

keterlibatan publik, sikap. Kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk membangkitkan minat orang tentang sains atau meningkatkan kepercayaan publik.

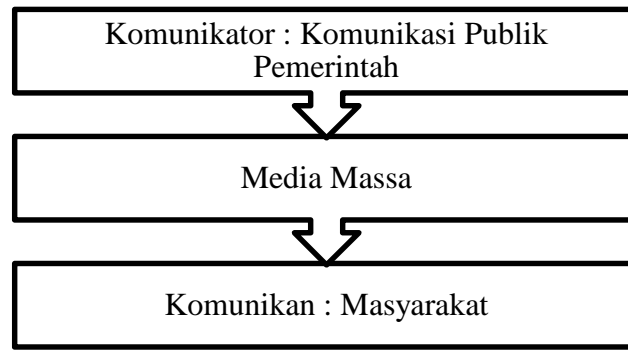
Lebih penting lagi untuk tujuan interaktif, seperti mempelajari atau memikirkan masalah tertentu. Dukungan untuk komunikasi dan keterlibatan dengan iklim kelembagaan diidentifikasi dan keyakinan pada kemampuan sendiri. Komunikasi dan keterlibatan ilmuwan akademis, termasuk faktor-faktor yang mendorong atau menghambat kegiatan ini. Upaya komunikasi publik pemerintah dapat mendorong kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan yang diberikan.

Tujuannya untuk membentuk persepsi dan dukungan komunikasi lembaga publik terutama sebagai alat untuk mendefinisikan kembali dan mempertahankan peran. Upaya komunikasi publik dari hanya mempromosikan citra sains,

sebagian berpendapat bahwa publik upaya komunikasi harus fokus pada aktivitas keterlibatan yang melibatkan orang-orang yang tidak ahli dalam diskusi yang produktif berguna untuk pembuatan kebijakan melalui interaksi yang disengaja dan bermakna yang memberikan kesempatan untuk saling belajar antara ilmuwan dan anggota masyarakat. Nilai komunikasi dan

norma yang ditetapkan oleh kolega dan institusi mereka, ilmu komunikasi sebagai komponen periferan dari pekerjaan.

Mekanisme komunikasi implementasi komunikasi publik Pemerintah mengenai kebijakan Omnibus Law bisa digambarkan dengan bagan sebagai berikut:



Implementasi komunikasi publik di Indonesia diinisiasi oleh *Government Public Relations (GPR)* dan dilaksanakan sesuai dengan Inpres No 9 Tahun 2015 tentang Pengelolaan Komunikasi Publik. Menurut Niken Widiastuti, dalam paparannya yang dipresentasikan pada seminar Nasional Kehumasan Strategis Pemerintah tanggal 16 April 2018 di Jakarta, *GPR* memiliki tugas antara lain (1) sosialisasi program pemerintah, (2) literasi/edukasi kepada publik, (3) kampanye program prioritas pemerintah, (4) kontra narasi dan (5) *nation branding*. Diseminasi atau penyebaran kegiatan komunikasi publik juga berlandaskan pada Nawa

Cita Republik Indonesia, *GPR* melalui komunikasi publiknya berfungsi memberikan kesadaran pemerintah untuk berkomunikasi dengan masyarakat, menciptakan komunikasi dua arah untuk mendapatkan input dari masyarakat dan meningkatkan kapasitas komunikasi pemerintah. Komunikasi publik kepada masyarakat dapat dilihat untuk menenangkan kritik terhadap program pemerintah yang ada, seperti yang dikatakan (Holst and Moodie, dalam Ramadani, 2019) *cynics view public communications of this nature with skepticism, as organizations tend to adopt "smooth talk" and cosmetic rhetoric*

designed to placate critics and create a facade of compliance aimed at decreasing external pressure.

Dalam Ilmu Komunikasi inti dari sebuah kegiatan komunikasi adalah proses perpindahan pesan, baik itu berupa ilmu pengetahuan maupun teknologi. Berhasil tidaknya informasi yang disampaikan kepada publik sangat ditentukan oleh keefektifan komunikasi. Oleh sebab itu, supaya komunikasi yang efektif, GPR atau pemerintah harus memahami komplikasi komunikasi publik, antara lain mengenai metode yang tepat dalam berkomunikasi, strategi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Miftah, dalam Wisman, 2017) pada penelitian komunikasi pendidikan ia menyimpulkan bahwa metode komunikasi yang dipakai dalam dunia pendidikan menentukan tingkat efektifitas komunikasi. Agar jalannya komunikasi berkualitas, maka diperlukan suatu pendekatan komunikasi yaitu; pendekatan secara ontologis (definisi komunikasi), tetapi juga secara aksiologis (proses berlangsungnya komunikasi yang efektif) dan secara epistemologis (kegunaan komunikasi itu dilaksanakan).(Wisman, 2017)

Komunikasi merupakan kunci terpenting dalam membangun hubungan baik antar setiap individu. Kajian atau studi mengenai komunikasi yang efektif telah banyak dilakukan. Intinya

terletak pada ketrampilan seseorang dalam mengirim maupun menerima pesan. Berapa banyak masalah terjadi cuman karena masalah *miscommunication* dan beberapa penelitian juga mengemukakan bahwa komunikasi efektif tidak terjadi hanya karena sisi komunikator atau pengirim pesan, tetapi ada juga masalah sederhana sebab kurangnya keterampilan mendengarkan dalam berkomunikasi. Keterampilan mendengarkan seharusnya mengiringi keterampilan bertanya dalam komunikasi yang efektif. Berikut ada 3 tipe mendengarkan: (1) Tujuan utama mendengarkan isi (*content listening*) adalah memahami dan menguasai pesan pembicara. (2) Tujuan utama mendengarkan dengan kritis (*critical listening*) adalah memahami dan mengevaluasi arti pesan pembicara pada beberapa tingkat: logika argument, bukti yang kuat, kesimpulan yang valid, implikasi pesan untuk anda dan organisasi anda, maksud dan motif pembicara, dan setiap informasi atau poin relevan yang dihilangkan. (3) Tujuan utama mendengarkan dengan empati (*emphatic listening*) adalah memahami perasaan, kebutuhan, dan keinginan pembicara sehingga anda dapat menghargai sudut pandangnya, terlepas dari apakah anda mempunyai perspektif yang sama dengannya. (Sari, 2016)

Berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Oleh karena itu, dalam bahasa asing

orang menyebutnya “*the communication is in tune*”, yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi terhadap pesan yang disampaikan. Indikator keberhasilan dari komunikasi efektif dapat dilihat dari terjadinya perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi. Jadi komunikasi efektif memungkinkan seseorang dapat saling bertukar informasi, ide, kepercayaan, perasaan dan sikap antara dua orang atau kelompok yang hasilnya sesuai dengan harapan. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila memenuhi tiga hal berikut:

- a. Pesan dapat diterima dan dimengerti serta dipahami sebagaimana yang dimaksud oleh pengirimnya.
- b. Pesan yang disampaikan oleh pengirim pendapat disetujui oleh penerima dan ditindaklanjuti dengan perbuatan yang diminati oleh pengirim.
- c. Tidak ada hambatan yang berarti untuk melakukan apa yang seharusnya dilakukan untuk menindaklanjuti pesan yang dikirim. (Glamfather, 2011: www.id.shvoong.com)

Salah satu tujuan *omnibus law* yaitu untuk mempermudah investasi dan memperlancar pembangunan. Oleh sebab itu, *omnibus law* dalam perspektif hukum progresif menjadi sangat penting untuk segera dilaksanakan agar kepentingan manusia tidak terhambat regulasi, dan tahapan untuk memahami kepentingan dan

kebutuhan manusia adalah dengan mengoptimalkan partisipasi publik dalam pembentukan *omnibus law* tersebut. (<https://business-law.binus.ac.id/2019/10/03/memahami-gagasan-omnibus-law/>, diakses 223 Januari 2021).

Partisipasi dapat diartikan sebagai ikut serta, berperan serta dalam suatu kegiatan, mulai dari perencanaan sampai dengan evaluasi. Partisipasi masyarakat dalam proses pembentukan peraturan perundang-undangan dapat dikategorikan sebagai partisipasi politik. Partisipasi politik diartikan sebagai kegiatan warga negara sipil (*private citizen*) yang bertujuan memengaruhi pengambilan keputusan oleh pemerintah. Partisipasi masyarakat diartikan sebagai keikutsertaan masyarakat, baik secara individual maupun kelompok, secara aktif dalam penentuan kebijakan publik atau peraturan perundang-undangan. Partisipasi merupakan ruang bagi masyarakat untuk melakukan negosiasi dalam proses perumusan kebijakan terutama yang berdampak langsung. (Samuel Huntington dan Joan Nelson, 1994).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, simpulan yang didapat adalah aspek yang paling tinggi atau berdampak dalam komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *omnibus law* adalah *attention* sebanyak 19 persen. Hal ini terlihat dari perkembangan isu *omnibus law* itu

sendiri di media massa national dimana menjadi trending topik seketika selama hamper tiga bulan dan diwarnai juga oleh aksi demo dari mahasiswa. Menurut Kotler dan Amstrong sebuah pesan harus memiliki tiga sifat agar memiliki daya tarik atau *attention*, *meaningful* atau bermakna, 2) *believable* atau dapat dipercaya, 3) *distinctive* atau berbeda.(Kotler, 2003). Kemudian yang paling sedikit kontribusinya atau sedikit dampak komunikasi publik adalah aspek *decision* atau keputusan sebanyak 6,4 persen, menurut Kotler juga keputusan memiliki lima tahapan yakni 1) Kebutuhan atau masalah, 2) kebutuhan informasi, 3) Evaluasi alternative, 4) Keputusan, dan 5) Perilaku. Hasil ini didukung oleh jawaban kuesioner penelitian bahwa banyak dari responden yang memilih Tidak Sangat Setuju untuk tiga item pertanyaan, sedangkan untuk *attention* mendapatkan respon yang baik dari responden yaitu Sangat Setuju untuk 4 item pertanyaan dan Setuju untuk 1 item pertanyaan. Setelah itu aspek-aspek lainnya liking sebanyak 7,9 persen, 9,6 persen *comprehension*, 13,5 persen kognisi, *skills* atau keterampilan sebanyak 10,5 persen, *attitudes* sebanyak 11,4 persen, tindakan 10 persen.

Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek dalam proses komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *omnibus law* masih harus ditingkatkan lagi terutama pada aspek keputusan yang mendapatkan kategori kontra atau tidak sangat

setuju. Dengan kata lain, komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *omnibus law* hanya mendapatkan *attention* dan belum pada tahapan keputusan yang bisa mengubah perilaku. Sedangkan komunikasi publik dianggap efektif jika bisa mengubah sikap. Glamfather mengatakan “*the communication is in tune*”, yaitu kedua belah pihak yang berkomunikasi terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi efektif dapat dilihat dari terjadinya perubahan sikap (*attitude change*) pada orang yang terlibat dalam komunikasi. (Glamfather, 2011: www.id.shvoong.com).

Penelitian respon milenial terhadap komunikasi publik pemerintah mengenai kebijakan *omnibus law* masih dalam tahapan kebutuhan informasi atau bahkan baru menemukan masalah terlihat dari aspek *attention* yang memiliki kategori sangat setuju atau tinggi sedangkan kategori rendah pada aspek keputusan dan tindakan. Oleh karena itu, dalam proses komunikasi Publik Pemerintah mengenai kebijakan *omnibus law* ini masih diperlukan sebuah penelitian lebih lanjut dan sehingga bisa menyebabkan perubahan sikap yang positif. Rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut, agar bisa menggabungkan dengan variabel sikap sehingga lebih komprehensif lagi dalam analisisnya. Pemerintah Indonesia agar senantiasa melihat efektivitas komunikasi publik jika ingin melakukan kontribusi atau itikad baik di wilayah publik bukan hanya untuk sekedar memenuhi kebutuhan informasi masyarakat saat

dikeluarkan sebuah kebijakan, akan tetapi tidak mengesampingkan aspek-aspek di dalamnya sehingga bisa meminimalisir dampak negatif dari pesan yang disampaikan kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dipna Videlia Putsanra, 2020. <https://tirto.id/>. Diakses 11 Maret 2020
- Eko Noer. (2019). *Urgensi Omnibus Law Dalam Percepatan Reformasi Regulasi Dalam Perspektif Hukum Progresif*. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2020.V20.233-244>
- Feni Freycinetia, 2020. <https://kabar24.bisnis.com/read/20201103/15/1312784/>. Diakses 11 Maret 2020.
- Firman Fready Busroh. (2017). *Konseptualisasi Omnibus Law Dalam Menyelesaikan Permasalahan Regulasi Pertanahan*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21776/ub.arenahukum.2017.01002.4>
- Fitryantica. 2019. Harmonisasi Peraturan Perundang-Undangan Indonesia melalui Konsep Omnibus Law dalam Jurnal Gema Keadilan.
- Jawahir Gustav Rizal, 2020, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/06/104500965/apa-itu-omnibus-law-cipta-kerja-isi-dan-dampaknya-bagi-buruh?page=all>. Diakses 12 Maret 2020
- Kotler. (2003). *Principles of Marketing*. Boston.
- Prabowo, A. S., Triputra, A. N., & Junaidi, Y. (2020). Politik Hukum Omnibus Law di Indonesia. *Pamator Journal*, 13(1), 1–6. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6923>
- Ramadani, T. (2019). The Implementation of Public Communication Management Policy at Ministry of Energy and Mineral Resources. *Jurnal Borneo Administrator*, 15(1), 1–18. <https://doi.org/10.24258/jba.v15i1.369>
- Samuel Huntington dan Joan Nelson. (1994). *Partisipasi Politik di Negara Berkembang*.
- Sari, A. W. (2016). Pentingnya Keterampilan Mendengar dalam Menciptakan Komunikasi yang Efektif. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 1–10.
- Suriadinata, V. (2019). Penyusunan Undang-Undang Di Bidang Investasi: Kajian Pembentukan Omnibus Law Di Indonesia. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 4(1), 115–132. <https://doi.org/10.24246/jrh.2019.v4.i1.p115-132>
- Wisman, Y. (2017). Komunikasi Efektif Dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Nomosleca*, 3(2), 646–654. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2039>