

## Mobilisasi Gerakan Opini Digital #TolakRUUKesehatan di Media Sosial

Himmatul Ulya<sup>1</sup>, Yofiendi Indah Indainanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Semarang

<sup>2</sup>Universitas Semarang

### ABSTRAK

Rancangan Undang-Undang (RUU) Kesehatan menjadi salah satu topik yang ramai diperdebatkan melalui media sosial di tahun 2023. Penelitian ini ingin mengkaji mobilisasi dukungan opini digital melalui tagar #TolakRUUKesehatan di media sosial Twitter. Teori yang digunakan adalah Digital Movement of Opinion (DMO), sebuah aktivisme digital yang ditandai oleh adanya reaksi yang spontan dan tidak terorganisasi dari pengguna media sosial. Penelitian yang dilakukan merupakan kualitatif deskriptif dengan metode *social media network analysis* (SMNA). Data dikumpulkan dari proses netlytic.org dengan tagar #TolakRUUKesehatan. Hasil penelitian menunjukkan tagar dimobilisasi oleh aktor yang menjadi *opinion leader* dengan tiga narasi yang dominan; 1. Penghapusan *mandatory spending* kesehatan; 2. Proses penyusunan RUU yang tidak melibatkan profesi dan publik; 3. Perlindungan anak dan remaja usia merokok. Tagar tersebut membuat gerakan mobilitas massa yang dapat mempengaruhi opini publik melalui gerakan opini digital di media sosial yang diikat oleh perhatian akan isu yang sama dan memunculkan wacana dominan dalam isu kebijakan kesehatan di ranah digital.

**Kata-kata Kunci:** RUU Kesehatan, *social media network analysis* (SNA), *digital movement of opinion* (DMO), activism digital, digital sphere

### *The Mobilization of The Digital Opinion Movement #TolakRUUKesehatan on Social Media*

### ABSTRACT

Omnibus law on the health bill (RUU) became one of the hottest topics debated on social media in 2023. This research examines the mobilization of support for digital opinion through the hashtag #TolakRUUKesehatan on Twitter. This research used a theory of Digital Movement of Opinion (DMO), a digital activism characterized by spontaneous and unorganized reactions from social media users. The study is a descriptive qualitative method of social media network analysis (SMNA) and textual network analysis (TNA). The results of the research show that hashtags are mobilized by actors who become opinion leaders with three dominant narratives; 1. Removal of mandatory spending health 2. The process of drafting a bill that does not involve the profession and the public; 3. Protection of children and adolescents of smoking age. This hashtag creates a mass mobility movement that can influence public opinion through digital social media movements bound by attention to the same issue and give rise to the dominant discourse on health policy issues in the digital sphere.

**Keywords:** Health bill, *social media network analysis* (SNA), *digital movement of opinion* (DMO), activism digital, digital public sphere.

---

**Korespondensi:** Himmatul Ulya. Institusi Asal Universitas Negeri Semarang. Gedung C1 Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Kampus Sekaran, Semarang, 5229. Email: himmaulya@mail.unnes.ac.id

## PENDAHULUAN

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia bersama dengan Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia telah menyepakati pengesahan RUU Omnibus Law Kesehatan sebagai dasar Undang-Undang Kesehatan di Indonesia. RUU tersebut merupakan upaya pemerintah untuk menguasai aspek kesehatan secara penuh, dan tidak menghendaki campur tangan dari berbagai pihak termasuk Organisasi Profesi kesehatan (MPR RI, 2023) Sejak pertama kali diumumkan kepada publik pada November 2022, Rancangan Undang-Undang (RUU) Omnibus Law Kesehatan mendapatkan penolakan dari masyarakat sipil dan tenaga kesehatan di Indonesia. Hal ini terjadi karena omnibus law menyederhanakan sejumlah regulasi menjadi regulasi secara menyeluruh yang berisiko menghilangkan pasal-pasal penting karena banyaknya aturan yang harus disinkronisasi. Penolakan tersebut terjadi di ruang publik melalui aksi damai yang dilakukan oleh tenaga kesehatan pada 8 Mei 2023 (Arlinta, 2023). Selain itu, penolakan pengesahan RUU Omnibus Law Kesehatan juga mendapatkan sorotan yang cukup besar dalam perbincangan dan interaksi digital di platform media sosial.

Penolakan RUU Omnibus Law Kesehatan terjadi karena tidak ada pelibatan publik dan profesi kesehatan dalam pembahasan yang cenderung superfisial dan tidak optimal. Secara substansi dan struktur, beberapa ahli mengkritik RUU ini belum cukup manjur untuk pembenahan sistem kesehatan yang dibutuhkan Indonesia (Olivia, 2023). Seperti hilangnya *mandatory*

*spending* 5% yang dihilangkan dari beban pemerintah pusat. Menurut lembaga kajian Central for Indonesia's Strategic Development Initiatives (CISDI) hilangnya *mandatory spending* dapat mempengaruhi fasilitas kesehatan daerah yang bergantung pada anggaran tersebut (BBC, 2023). Selain itu, penolakan tenaga kesehatan terjadi akibat tidak adanya transparansi pelibatan organisasi profesi kesehatan dalam penyusunan RUU Kesehatan (Nurizal, 2023). Akibatnya terdapat Undang-Undang (UU) yang berindikasi pada pelemahan peran organisasi profesi. Seperti penghapusan UU profesi, organisasi profesi tidak akan memiliki kewenangan melakukan verifikasi anggota dan memberikan rekomendasi izin praktik bagi tenaga kesehatan (Trinugroho, 2023).

Platform media sosial ikut menyuarakan penolakan RUU Omnibus Law Kesehatan khususnya Twitter. keyword UU Kesehatan menjadi salah satu trending topik pada tanggal 13 Juli 2023 dengan lebih dari 9000 tweet di jejaring Twitter. Menurut We Are Social, Indonesia menempati posisi ke-5 terbanyak pengguna Twitter di dunia dengan jumlah sebanyak 14,8 juta pengguna (Databooks, 2023). Sementara jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 212 juta orang, setara dengan 77% populasi di dalam negeri (Katadata, 2023). Capaian ini menempatkan Indonesia sebagai pengguna media sosial terbanyak ke-4 di dunia (Yonatan, 2023). Artinya media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap wacana kebijakan pemerintah dalam gerakan opini digital melalui aktivisme digital.

Bentuk aktivisme digital sangat beragam, salah satunya adalah gerakan petisi online. Dalam petisi online pemimpin dan anggota menggunakan teknologi untuk menciptakan dukungan dan mobilisasi (Eriyanto, 2020). Aktivisme digital dalam beberapa platform menggunakan tagar (#) untuk menciptakan dan mengorganisir wacana atau percaapan tertentu. Selain itu, mobilisasi dukungan dapat tercipta melalui tagar (#) yang di posting melalui posting di media sosial. Tagar dapat digunakan untuk menggalang dukungan atau aksi terkait dengan suatu isu kampanye. Pengguna sosial menunjukkan sikap setuju atau tidak setuju terhadap sebuah isu atau kebijakan dengan memposting komentar disertai dengan tagar tertentu sebagai bentuk dari dukungan digital. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eriyanto, 2020) tentang gerakan opini digital yang membandingkan dua tagar #Bubarkan KPAI dan #KamibersamaKPAI. Hasil penelitian memperlihatkan #BubarkanKPAI lebih mampu menciptakan mobilisasi karena lebih emosional, menciptakan imajinasi naratif dan mempunyai frame yang jelas. Munculnya tagar #TolakRUUKesehatan yang nehadi *trending topic* dengan keyword UU Kesehatan merupakan salah satu bentuk dari aktivisme digital.

Barisione dan koleganya (2017) menyebut aktivisme digital sebagai *Digital Movement of Opinion* (DMO) (Eriyanto, 2021), yaitu aktivitas yang dilakukan oleh pengguna media sosial dengan cara spontan memberikan komentar atau isu yang muncul melalui hastag (#) yang digunakan sebagai jembatan untuk menghubungkan pengguna yang

memiliki keberpihakan yang sama (Eriyanto, 2021). DMO memiliki 4 ciri utama (Eriyanto, 2020), *pertama* spontan dan tidak terorganisasi. Pengguna media sosial menyampaikan kritik secara spontan begitu membaca berita mengenai suatu isu. Dalam gerakan opini digital, pengguna secara aktif merespons isu dengan menyampaikan pendapatnya melalui posting di media sosial. *Kedua*, secara temporal usia dari gerakan ini tidak panjang. *Ketiga*, pendapat pada umumnya homogen. Pengguna media sosial menyampaikan pendapatnya hanya berdasarkan pada dua pilihan yaitu mendukung atau mengkritik suatu isu atau kebijakan. *Keempat*, bersifat lintas sektoral, banyak kelompok atau sektor yang terlibat.

Aktivisme digital memiliki kemampuan yang sangat besar untuk memperkuat aktivisme sipil dalam bentuk opini *online* maupun *offline* (Suwana, 2020). Keberhasilan tagar dalam aktivisme digital dapat mempengaruhi partisipasi publik dalam mengawal kasus yang diviralkan (Suwana, 2020), (Wuriani, 2021). Tak jarang jika partisipasi publik akhirnya mempengaruhi kebijakan pemerintah (Lioa & Luqiu, 2022). Selain itu, aktivisme digital dapat mempengaruhi publik melalui gerakan opini yang dipengaruhi oleh *opinion leader* yang mampu memobilisasi massa (Chusna, 2021), (Hasna, 2022). *Opinion leader* merupakan pengguna yang mampu mempengaruhi dan membentuk opini orang lain (Bamakan et al., 2019). Selain itu, *opinion leader* merupakan pengguna yang memiliki banyak pengikut sehingga apapun yang di posting mampu menggerakkan opini massa secara spontan. Sehingga *opinion*

leader memiliki peran yang sangat krusial dalam memobilisasi gerakan opini digital di media sosial.

Maraknya diskusi dan wacana yang berkembang dalam media sosial mengenai pro dan kontra RUU Omnibus Law Kesehatan menjadi perhatian yang sangat penting. Karena interaksi di media sosial mampu menarik perhatian berbagai kalangan di dunia nyata. Artinya, perhatian tentang isu penolakan RUU Omnibus Law Kesehatan mampu mempengaruhi pandangan masyarakat secara luas. Oleh karena itu, bagaimana tagar dapat berdampak pada mobilisasi pengguna media sosial mampu menarik perhatian publik? Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami mobilisasi opini digital melalui aktivisme digital dan menemukan pemain kunci dalam distribusi gerakan #TolakRUUKesehatan di media sosial menggunakan *Social Media Network Analysis* (SMNA).

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini *Social Media Network Analysis* (SMNA). Metode ini digunakan untuk memetakan dan menggambarkan struktur jaringan di dalam percakapan media sosial. SMNA merupakan penerapan dari metode *Social Network Analysis* (SNA) (Eriyanto, 2021). SMNA pada dasarnya ingin menggambarkan struktur dan relasi jaringan dari aktor-aktor (dalam hal ini pengguna media sosial) (Eriyanto, 2021). Metode ini melihat bagaimana relasi diantara aktor (node/akun media sosial) dalam struktur atau relasi tertentu (link).

Media sosial yang dipilih pada penelitian ini adalah Twitter, media sosial ini memiliki fitur hashtag (#) yang berperan penting dalam mengelompokkan jaringan melalui topik atau kata kunci yang sama. SMNA dapat menemukan perbincangan akun di twitter yang memiliki pengaruh interaksi tinggi pada penyebaran tagar #TolakRUUKesehatan. Relasi dalam bentuk jaringan digambarkan dengan aktor (node) yaitu akun media sosial dan link (edge) yaitu relasi di antara aktor. Data dikumpulkan dari proses netlytic.org, yang mengambil data di media sosial *Twitter*. Proses Netlytic.org, membatasi pengambilan hingga 2500 tweet terbaru. Visualisasi jaringan antar aktor menggunakan *Software* Gephi. Lebih lanjut, UU Kesehatan dan Omnibus Law menjadi kata kunci yang dipilih dalam proses pencarian. Kata tersebut, dipilih karena memiliki keterkaitan dengan tagar #TolakRUUKesehatan yang menyuarakan tweet dalam wacana penolakan pengesahan RUU Omnibus Law Kesehatan di media sosial. Pengambilan data dilakukan sebelum pengesahan RUU Kesehatan, yakni pada tanggal 25 Juni 2023 – 4 Juli 2023. Waktu tersebut dipilih karena ingin melihat opini publik di media sosial terhadap pengesahan RUU Kesehatan *Omnibus Law* yang telah di sahkan sebagai UU pada tanggal 11 Juli 2023.

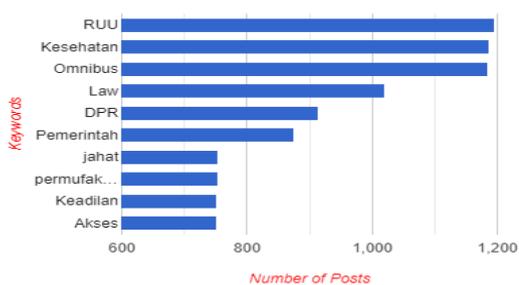
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Data yang didapat melalui tagar #TolakRUUKesehatan sebanyak 796 *nodes* dengan

808 *edges*. *Nodes* berisi tentang nama-nama akun yang melakukan tweet tentang UU Kesehatan. Sedangkan *edges* berisi sumber akun Twitter asal dan target akun tujuan dan sentimen terhadap kata kunci tersebut. Proses pengambilan data penelitian dilakukan melalui dua langkah. *Pertama*, pengambilan data (*crawling*) percakapan di Twitter terkait #TolakRUUKesehatan. *Kedua*, melakukan analisis data atas data percakapan di Twitter yang telah diperoleh di tahap pertama.

Dalam melihat jaringan di media sosial muncul beberapa *frame* sebagai kata kunci (*keywords*) yang banyak digunakan oleh pengguna media sosial dalam menanggapi isu penolakan RUU Kesehatan. Terlihat kata kunci UU Kesehatan memiliki intensitas tinggi dalam percakapan di media sosial. Kata tersebut menggerakkan berbagai kata lain (Gambar 1) seperti RUU, kesehatan, omnibus, law, dan DPR. Berbagai kata lain memiliki hubungan kuat dengan percakapan tentang penolakan RUU Kesehatan dengan tagar #TolakRUUKesehatan.

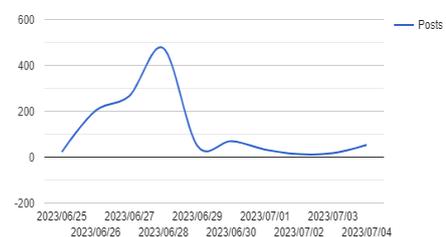


Gambar 1. Topik dan Kata yang digunakan dalam hashtag

Kata RUU (1.196) menempati urutan pertama yang digunakan untuk mengekspresikan pendapat pengguna media sosial, disusul dengan kesehatan (1.186), omnibus (1.185), law (1.021), DPR (913), pemerintah (876), jahat (754),

permufakatan (754), keadilan (752) dan akses (752). Semua kata yang muncul dalam pembahasan di media sosial menggambarkan arti penolakan terhadap pengesahan UU Kesehatan melalui tagar #TolakRUUKesehatan, yakni narasi tentang permufakatan jahat pemerintah dan DPR mengenai keadilan dan akses kesehatan kepada masyarakat.

Sementara itu, terdapat perbedaan postingan yang mencolok. Pembahasan RUU kesehatan mulai terlihat pada tanggal 25 Juni 2023 (203) dan terus naik dengan pembahasan tertinggi pada tanggal 28 Juni 2023 (475) yang kemudian mulai menurun sampai tanggal 3 Juli 2023 (17) dan kembali naik pada tanggal 4 Juli 2023 (57). Naik turunnya engagement tentang RUU Kesehatan dipengaruhi dengan agenda pemerintah dan DPR RI yang akan mengesahkan RUU Kesehatan menjadi Undang-Undang (UU) pada tanggal 11 Juli 2023. Artinya perhatian pengguna media sosial terhadap isu UU kesehatan cukup tinggi. Postingan banyak berisi tentang kritikan terhadap arah kebijakan RUU Kesehatan yang tidak sesuai dengan transformasi kesehatan.

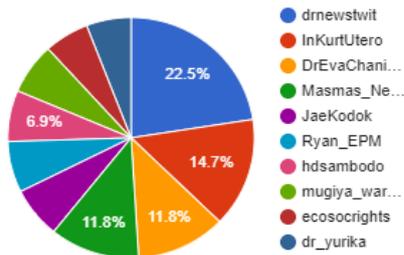


Gambar 2. Jumlah postingan

Tren penolakan RUU Kesehatan yang terjadi selama 7 hari, memperlihatkan antusiasme pengguna media sosial terhadap narasi penolakan yang dimulai oleh akun pengguna media sosial yang memiliki concern terhadap kesehatan di

**MOBILISASI GERAKAN OPINI DIGITAL #TOLAKRUUKESSEHATAN DI MEDIA SOSIAL**  
(HIMMATUL ULYA, YOFIENDI INDAH INDAINANTO)

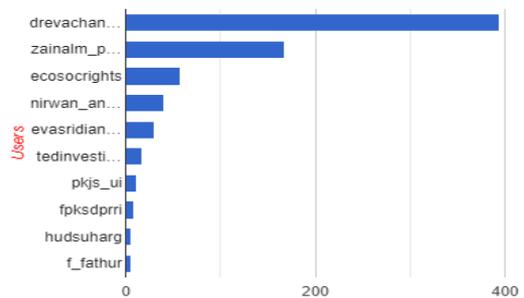
Indonesia. Terdapat 10 pengguna yang aktif menyuarakan narasi tersebut. Pengguna @drnewstwit yang menjadi paling aktif dalam memposting dengan kemunculan 22,5% dan menarik perhatian pengguna lainnya. Urutan kedua pengguna @InKurtUtero dengan keaktifan kemunculan dalam posting sebanyak 14,7%. Pengguna @DrEvaChaniago dan @Masmas\_Newjeans berada di urutan ketiga dengan posting sebanyak 11,8%, dan akun @JaeKodok, @Ryan\_EPM, @mugiya\_war, @ecosocrights, @dr\_yurika @hdsambodo memiliki kemunculan 6,9%.



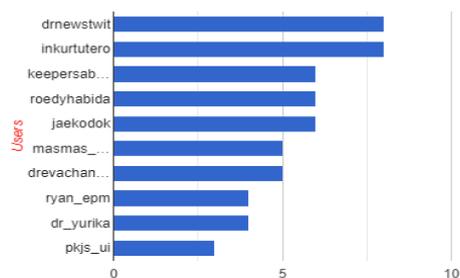
Gambar 3. Top Poster

Kemunculan akun-akun tersebut sebagai nodes tidak terlepas dari keaktifan pengguna dalam memposting berbagai wacana tentang penolakan pengesahan RUU Kesehatan. Postingan tersebut kemudian direspon oleh berbagai akun melalui retweet, share dan komentar. Narasi utama yang dijadikan sebagai alasan kuat untuk menolak pengesahan RUU Kesehatan adalah berkaitan dengan hilangnya mandatory spending yang ditangguhkan oleh pemerintah. Narasi lain yang diangkat adalah tentang industrialisasi kesehatan. Relasi atau edges antar aktor terlihat dari derajat

masuk (in-degree) yang menandakan busur yang masuk dalam percakapan dan derajat keluar (out-degree) keluar dari simpul pada link berarah. Keduanya menentukan hubungan dalam setiap tweet yang dilakukan oleh para aktor. Aktor yang paling dominan dalam sudut in-degree adalah @DrEvaChaniago sebanyak 394 kali, @zainalm\_prof 168 kali, @ecosocright 58 kali, @nirwan\_anastesi 41 kali, @evasridiana\_dr 31 kali, @tediinvestikasi 18 kali, @pkjs\_ui 12 kali, @fpksdpri 8 kali, @hudsuharg dan f\_fathur 6 kali. Aktor-aktor yang masuk dalam busur in-degree merupakan akun yang sangat aktif dalam menyuarakan penolakan RUU Kesehatan melalui hashtag #TolakRUUKesehatan. Sementara dalam busur out-degree terlihat beberapa akun yang sangat dominan yaitu @drnewstwit dan @inkurtutero sebanyak 8 kali, @keepersabbath, @roedyhabida, @jaekodok sebanyak 6 kali, @masmas\_newjeans, @DrEvaChaniago sebanyak 5 kali, @ryan\_epm dan @dr\_yurika 5 kali. Dan terakhir @pkjs\_ui sebanyak 4 kali.

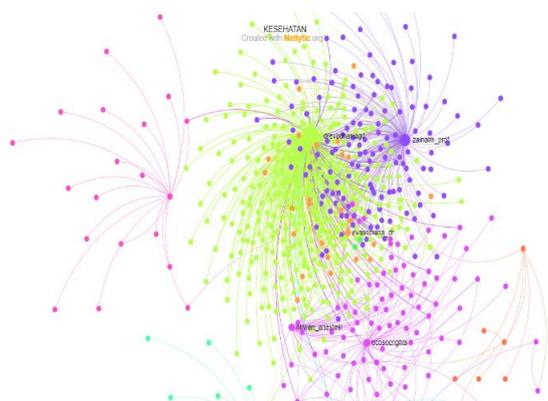


Gambar 4. Narasi In-degree



Gambar 5. Narasi Out-Degree

Hubungan antar aktor dapat dilihat pada gambar. Terdapat 5 aktor dengan relasi yang membentuk 4 cluster dan sangat dominan dalam menggerakkan mobilisasi massa terhadap wacana penolakan RUU Kesehatan melalui #TolakRUUKesehatan di media sosial. Cluster pertama dimobilisasi oleh akun milik @DrEvaChaniago yang di retweet mencapai 399 kali. Cluster kedua oleh @zainalm\_prof dengan retweet sebanyak 170 kali. Cluster ketiga dimobilisasi oleh dua akun yang berbeda namun memiliki busur yang sama yaitu akun @nirwan\_anestesi yang di retweet sebanyak 41 kali dan @ecosocright sebanyak 61 kali. Cluster terakhir dimobilisasi oleh akun @evasridiana yang di retweet sebanyak 31 kali.



Gambar 6. Visual Network #TolakRUUKesehatan

## PEMBAHASAN

### Wacana Dominan #TolakRUUKesehatan

Penolakan pengesahan RUU Kesehatan memperlihatkan munculnya gerakan opini digital (DMO). Menurut Barisbone dan kolega (2017) (Eriyanto, 2021), DMO memiliki dua karakteristik. *Pertama*, percakapan terjadi secara spontan sebagai reaksi pengguna media sosial. Rencana Kementerian Kesehatan RI dan DPR RI akan mengesahkan RUU Kesehatan pada Juli 2023 mendapatkan respon oleh pengguna media sosial. Pengguna media sosial mem-posting tweet berisi penolakan terhadap langkah yang dilakukan oleh pemerintah. Posting tidak diatur atau dikendalikan oleh gerakan sosial tertentu, namun dipengaruhi oleh tweet yang bermula dari akun yang memberikan alasan secara detail untuk menolah RUU Kesehatan. Seperti akun milik @zainalm\_prof, yang diketahui merupakan salah satu Guru Besar yang sangat aktif menolak RUU Kesehatan. *Kedua*, usia percakapan relatif pendek, yakni 3-4 hari. Puncak percakapan terjadi pada tanggal 28 Juni 2023 yang merespon upaya pemerintah untuk segera mengesahkan RUU Kesehatan. Percakapan yang viral dikendalikan melalui tagar dengan usia yang relatif pendek, karena percakapan muncul sebagai reaksi spontan.

Kasus penolakan RUU Kesehatan ini merupakan isu menarik yang dapat menunjukkan peran tagar dapat berperan dalam membentuk mobilisasi opini di kalangan pengguna media sosial melalui wacana. Menurut Michael Foucault wacana merupakan pembentuk pengetahuan. Pengetahuan tidak bersifat netral melainkan

terbentuk melalui proses wacana (Foucault, 2009). Wacana tidak hanya merupakan alat komunikasi atau ekspresi, tetapi juga merupakan alat pembentukan pengetahuan. Wacana dapat mempengaruhi cara memahami suatu fenomena dan mengartikannya sebagai cara pandang melalui perspektif yang telah diyakini sebagai pengetahuan. Setiap pengguna media sosial memiliki sikap dan menyatakan pendapat dengan tagar sebagai wujud dari keberperihakan atas pengetahuan dan pemahaman pengguna terhadap isu yang sedang bergulir. Meskipun pengguna media sosial ini tidak didorong oleh gerakan sosial, tagar berperan dalam memobilisasi dukungan opini sebagai wacana penting yang harus diketahui oleh publik untuk menggalang dukungan terhadap penolakan RUU Kesehatan di media sosial. Seperti melakukan retweet atau me-reply pada postingan aktor yang dominan dalam menyerukan isu yang sedang berlangsung.

Selain itu, wacana dicirikan oleh batasan bidang dari objek, definisi dari perspektif yang paling dipercaya dan dipandang benar (Eriyanto, 2011). Penolakan RUU Kesehatan melalui media sosial merupakan bentuk dari perspektif wacana yang dipandang benar oleh kelompok yang menganggap pentingnya menyuarakan kritikan terhadap kebijakan pemerintah di ruang digital (*digital sphere*). Konsep *digital sphere* hingga saat ini belum memiliki definisi secara universal. Menurut Tim Jordan, digital sphere merupakan ruang di mana budaya, komunikasi, dan konflik terwujud (Maréchal, 2015). Pandangan tersebut menyoroti tentang pentingnya media digital dalam

menciptakan budaya online dan bentuk-bentuk perdebatan dan konflik yang muncul di dalamnya. Perdebatan pengesahan RUU Kesehatan telah berlangsung sejak awal tahun 2023, penolakan terhadap RUU Kesehatan dilakukan oleh berbagai kalangan melalui berbagai gerakan. Salah satunya adalah gerakan mobilisasi penolakan RUU Kesehatan di media sosial yang memungkinkan individu atau kelompok berkomunikasi untuk mendukung gerakan nyata sebagai upaya dalam menyampaikan pendapat atau aspirasi

Hasil penelitian ini memperlihatkan mobilisasi opini digital (DMO) dengan narasi melalui wacana #TolakRUUKesehatan. Wacana diawali dari postingan akun yang kemudian menyebar melalui tagar dan dapat memobilisasi masa. Akun-akun tersebut bertindak sebagai *opinion leader* secara spontan dan membentuk jaringan yang sangat melebar melalui tagar. Berdasarkan 4 ciri utama DMO, *pertama*, penelitian ini menunjukkan bahwa tagar #TolakRUUKesehatan merupakan narasi yang spontan diutarakan oleh akun milik @zainalm\_prof dan @DrEvaChaniago. *Kedua* akun tersebut memberikan kritik melalui *posting* secara spontan tentang rencana pemerintah yang akan segera mengesahkan RUU Kesehatan *Omnibus Law*. *Kedua*, secara temporal tagar #TolakRUUKesehatan tidak panjang, puncak trending berlangsung dari tanggal 25 Juni hingga 28 Juni 2023. *Ketiga*, pendapat tentang penolakan RUU Kesehatan pada umumnya homogen, yaitu pengguna media sosial menyampaikan pendapatnya hanya berdasarkan pilihan yaitu tidak

setuju melalui tagar #TolakRUUKesehatan. *Keempat*, tagar #TolakRUUKesehatan melibatkan lintas sektoral dari beberapa kelompok. Seperti kelompok atau cluster yang berprofesi sebagai tenaga kesehatan seperti akun @zainalm\_prof, @DrEvaChaniago, @dr\_yurika, @evasridiana\_dr dan lembaga penelitian @ecosocright, @pjks\_ui.

Terdapat tiga wacana dominan yang membuat tagar ini bertahan memobilisasi opini. *Pertama*, menghilangkan anggaran minimal 5% dari APBN sebagai anggaran *mandatory spending* kesehatan. Dengan dihapuskan *mandatory spending*, anggaran untuk pemenuhan layanan kesehatan terancam dikurangi karena bergantung dari kebijakan pemerintah. Menurut CISDI (Olivia, 2023) penyediaan obat, pemberian makanan bergizi untuk mencegah stunting, bantuan iuran BPJS, insentif kesehatan dan program edukasi kesehatan bergantung pada anggaran tersebut. Sehingga, wacana tersebut mampu memancing emosi pengguna media sosial.

*Kedua*, tidak ada transparansi publik dan melibatkan organisasi profesi dalam menyusun naskah RUU Omnibus Law Kesehatan. Langkah yang diambil oleh pemerintah dalam menyusun RUU dianggap tergesa-gesa dan sembunyi-sembunyi. Sehingga, terjadi ketimpangan kebijakan yang terjadi antara pemerintah dan organisasi profesi. Seperti hilangnya peran profesi untuk memberikan surat keterangan sehat dan rekomendasi organisasi profesi. Untuk melamar praktik, seorang nakes hanya perlu menyertakan Surat Izin Registrasi (STR), alamat praktik dan bukti pemenuhan kompetensi (Mochtar, 2022).

Artinya, tanpa surat kesehatan fisik dan mental dari organisasi profesi nakes dengan bebas dapat membuka praktik. Narasi-narasi tentang pelemahan profesi banyak digaungkan oleh tenaga kesehatan melalui akun pribadi pengguna media sosial. Narasi yang digaungkan akun pribadi, sebagian besar menjadi *opinion leader* dalam memobilisasi dukungan penolakan RUU Kesehatan melalui tagar #TolakRUUKesehatan.

*Ketiga*, perlindungan anak dari iklan rokok semakin melemah. Tidak ada klausul dalam RUU Kesehatan yang menyebutkan pengendalian tembakau, termasuk pembatasan iklan, promosi dan sponsor rokok. Wacana ini digaungkan oleh akun *Indonesia Youth Council for Tactical Changes (IYCTC)* melalui akun resmi organisasi. Wacana ini tidak cukup populer di kalangan pengguna media sosial namun memiliki *engagement* yang cukup berpengaruh dalam memobilisasi opini melalui tagar #TolakRUUKesehatan.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan pentingnya tagar dalam gerakan opini digital. Tagar #TolakRUUKesehatan mampu menciptakan mobilisasi yang mampu menarik perhatian pengguna media sosial. Mobilisasi dalam penelitian ini diukur dalam jumlah posting dan struktur jaringan yang terbentuk. Mobilisasi tagar #TolakRUUKesehatan mampu menciptakan narasi yang emosional dan menciptakan narasi yang jelas. Terdapat tiga wacana yang muncul meliputi, kritikan terhadap hilangnya *mandatory spending* APBN, tidak adanya transparansi publik dalam

menyusun naskah RUU Kesehatan dan perlindungan anak dari iklan rokok yang semakin melemah. Penelitian ini mempunyai implikasi pada bagaimana aktor menggunakan tagar agar lebih mendapat dukungan di ranah digital, sehingga gerakan sosial dalam *digital sphere* harus memperhatikan penggunaan tagar agar isu dapat didukung oleh pengguna media sosial.

Penelitian ini menunjukkan bahwa opini publik di ranah digital terutama media sosial mampu menggerakkan massa. Namun, perlu diwasdai adanya gerakan massa yang tidak alami karena munculnya *noise* atau gangguan yang ikut berperan mempengaruhi opini publik, seperti munculnya gerakan *buzzer*. Lebih lanjut, penting mengembangkan penelitian ini di masa depan dengan menggali faktor-faktor aktor yang bersuara melalui gerakan opini digital dan menganalisis wacana yang berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arlinta, Deonisia. (2023). *Aksi Damai Ribuan Tenaga Kesehatan Tuntut Pembahasan RUU Kesehatan Dihentikan*. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/05/08/10000-tenaga-kesehatan-serukan-aksi-damai-tuntut-pembahasan-ruu-kesehatan-dihentikan>
- Bamakan, Seyed Mujtaba. Hosseini., Nurgaliev, Ildar., & Qu, Qiang. (2019). Opinion leader detection: A methodological review. *Expert Systems with Applications*, 115, 200–222. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2018.07.069>
- BBC Indonesia. (2023). *Kontroversi RUU Kesehatan: Anggaran wajib untuk kesehatan dihapus, "layanan kesehatan akan makin buruk."* BBC Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c4nk>
- Chusna, Aidatul. (2021). Gerakan #dirumahaja sebagai Aktivisme Digital pada Akun Media Sosial Najwa Shihab. *KAMBOTI: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 125–132.
- Databooks. (2023). *Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia Capai 14,75 Juta per April 2023, Peringkat Keenam Dunia*. Katadata.Com. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/31/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1475-juta-per-april-2023-peringkat-keenam-dunia#:~:text=Media,Jumlah Pengguna Twitter di Indonesia Capai 14%2C75 Juta, April 2023%2C Peringkat Keenam Dunia&t>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media* (IX). LKiS Printing Cemerlang.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*. Prenamedia Group.
- Eriyanto, E. (2020). Hashtags and Digital Movement of Opinion Mobilization: A Social Network Analysis/SNA Study on #BubarkanKPAI vs #KamiBersamaKPAI Hashtags. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(3). <https://doi.org/10.7454/jki.v8i3.11591>
- Foucault, M. (2009). *Pengetahuan dan metode : karya-karya penting Foucault*. Jalasudra.
- Hasna, Sofia. (2022). Tindakan Kolektif Masyarakat Jaringan Di Indonesia: Aktivisme Sosial Media Pada Aksi #Gejayanmemanggil. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 25–34. <https://doi.org/10.14710/interaksi.11.1.25-34>
- Katadata. (2023). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. Katadata.Com. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-sentuh-212-juta-pada-2023>
- Lioa, Sara., & Luqiu, Luwei Rose. (2022). #MeToo in China: The Dynamic of Digital Activism against Sexual Assault and Harassment in Higher Education. *Signs: Journal of Women*

*in Culture and Society*, 47(2).

0/polemik-ruu-kesehatan

Maréchal, Nathalie. (2015). Information politics: liberation and exploitation in the digital society. *Choice Reviews Online*, 53(03), 53-1125-53-1125.

<https://doi.org/10.5860/choice.192748>

Wuriani, Nur Indah. (2021). Aktivisme Tagar #Percumalaporpolisi Sebagai Zeitgeist Demokrasi Siber Di Indonesia. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 171-183.

<https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1702>

Mochtar, Iqbal. (2022). *Kontroversi RUU Kesehatan*. Kompas.Id.

<https://www.kompas.id/baca/opini/2022/10/17/kontroversi-ruu-kesehatan-1>

Yonatan, Agnes. (2023). *Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia*. Goodstats.

<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>

MPR RI. (2023). *Fadel Muhammad: RUU Omnibus Law Kesehatan Berpotensi Menyengsarakan Masyarakat*.

[https://www.mpr.go.id/berita/Fadel-Muhammad--RUU-Omnibus-Law-Kesehatan-Berpotensi-Menyengsarakan-Masyarakat#:~:text=Dalam sambutannya%20 Fadel Muhammad antara,termasuk dari Organisasi Profesi kesehatan.](https://www.mpr.go.id/berita/Fadel-Muhammad--RUU-Omnibus-Law-Kesehatan-Berpotensi-Menyengsarakan-Masyarakat#:~:text=Dalam%20sambutannya%20Fadel%20Muhammad%20antara,termasuk%20dari%20Organisasi%20Profesi%20Kesehatan.)

Nurizal, Yulian Fata. (2023). *Penyusunan RUU "Omnibus Law" Kesehatan Masih Belum Libatkan Tenaga Kesehatan*.

<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2022/11/28/penyusunan-ruu-omnibus-law-kesehatan-masih-belum-libatkan-tenaga-kesehatan>

Olivia, Herlinda. (2023). *RUU Kesehatan: paket kejar tayang, kontroversi, dan pasal krusial untuk transformasi sistem kesehatan*. The Conversation.

<https://theconversation.com/ruu-kesehatan-paket-kejar-tayang-kontroversi-dan-pasal-krusial-untuk-transformasi-sistem-kesehatan-206603>

Suwana, Fiona. (2020). What motivates digital activism? The case of the Save KPK movement in Indonesia. *Information Communication and Society*, 23(9), 1295-1310.

<https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1563205>

Trinugroho, A. T. (2023). *Polemik RUU Kesehatan*. Kompas.Id.

<https://www.kompas.id/baca/opini/2023/05/1>