



*Corresponding author: Zainal Abidin,
Department, Faculty, University, City,
Country

E-mail:
zainal.abidin@students.paramadina.a
c.id

RESEARCH ARTICLE

Political Communication Strategy of the Indonesian Labor Party in the Campaign for Labor Rights

Zainal Abidin* & Shofiatul Husnah

Faculty of Philosophy and Civilization, University of Paramadina, Jakarta

Abstract: Within Indonesia's democratic framework, political parties ostensibly committed to public welfare face a pervasive skepticism rooted in the perceived prioritization of elite interests. This erosion of trust stems from instances of corruption, collusion, and nepotism. Addressing this, the previously dormant Labor Party underwent a revival, introducing new symbols and leadership. Employing a descriptive analytical approach through interviews, observation, and documentation, this research delves into the party's political communication strategies. Findings reveal the adoption of the AIDDA strategy (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) as a persuasive tool aligning with the party's emphasis on social capital over financial resources. This strategic shift aims to rebuild public trust and underscores a commitment to the workforce's well-being. The party's nuanced approach to political communication emerges as a response to broader challenges, presenting a persuasive narrative to engage the community within the confines of Indonesia's intricate political landscape.

Keywords: Labour Party, Political Communication, AIDDA Strategy

1. Pendahuluan

Dalam kerangka sistem demokrasi di Indonesia, partai politik berperan sebagai saluran utama keterlibatan masyarakat dalam dunia politik, dengan tujuan mendukung dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Meskipun demikian, terdapat persepsi umum yang menunjukkan bahwa sebagian besar partai yang terpilih cenderung lebih memprioritaskan kepentingan elit politik, sehingga terjadi penurunan signifikan dalam tingkat kepercayaan publik akibat tindakan korupsi, kolusi, dan nepotisme. Dalam konteks inilah muncul fenomena seperti disahkan undang-undang kontroversial, seperti Undang-undang Cipta Kerja, yang semakin memperparah ketidakpercayaan masyarakat.

Data dari survei Indikator Politik mencerminkan bahwa partai politik berada pada posisi terendah dalam hal kepercayaan masyarakat, mencapai angka 61,8%. Meskipun demikian, keterlibatan dalam partai politik masih dianggap sebagai solusi utama untuk mencapai perubahan dalam sistem demokrasi. Konteks ini mempertegas relevansi peran Partai Buruh Indonesia (PBI), yang baru saja muncul sebagai peserta dalam Pemilihan Umum 2024. PBI secara eksplisit mengusung tujuan menciptakan negara kesejahteraan, dan dengan mencantumkan kata "buruh" dalam namanya, menggarisbawahi fokusnya pada isu-isu hak-hak tenaga kerja.

Penelitian mengenai strategi komunikasi politik PBI dalam kampanye untuk hak-hak tenaga kerja memiliki relevansi yang signifikan. Isu hak-hak tenaga kerja menjadi pusat perhatian dalam dinamika sosial dan politik Indonesia. PBI, sebagai pemain penting dalam advokasi



hak-hak buruh, memiliki potensi untuk memainkan peran strategis dengan mengadopsi strategi komunikasi politik yang efektif. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah pengetahuan tentang peran PBI dalam membela dan memperjuangkan hak-hak tenaga kerja, membuka wawasan lebih dalam tentang dinamika politik Indonesia yang kompleks.

2. Literature Review

2.1. Strategi Komunikasi Politik

Strategi berasal dari Bahasa Yunani “Strategos” yang bermakna secara harfiah “Seni dan Jenderal”. Strategi dalam konteks ini mencakup suatu pendekatan holistik terhadap konsepsi, perencanaan, dan implementasi aktivitas dalam suatu jangka waktu tertentu. Dalam sebuah strategi yang efektif, terdapat koordinasi yang baik di antara anggota tim, serta suatu tema yang dapat mengidentifikasi faktor pendukung sesuai dengan prinsip-prinsip rasionalitas pelaksanaan ide, efisiensi dalam alokasi sumber daya keuangan, dan penerapan taktik yang terarah guna mencapai tujuan dengan efektif. (Tjiptono, 2000) Strategi komunikasi politik merupakan perpaduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Anwar (2010), terdapat beberapa metode yang dibutuhkan dalam merancang strategi komunikasi politik, yaitu:

- 1) *Redundancy*. Suatu upaya untuk mempengaruhi komunikasi dengan cara mengulang-ulang pesan politik agar melekat dalam ingatan. Dengan metode ini, pesan politik komunikator dapat diingat oleh komunikasi atau audiens.
- 2) *Canalizing*. Suatu cara untuk mempengaruhi komunikasi dengan melakukan survey lapangan untuk melihat, memahami, dan meneliti kebiasaan dan kecenderungan masyarakat.
- 3) *Informatif*. Suatu kegiatan memberikan informasi dan penerangan guna meningkatkan pengetahuan dan pemahaman dengan memaparkan fakta dan data agar komunikasi sependapat dengan komunikator.
- 4) *Persuasif*. Suatu upaya untuk mempengaruhi komunikasi dengan cara sugestif atau memberikan dorongan secara sadar dengan cara membujuk agar meyakini dan melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang komunikator inginkan. (Eviany, 2019)

Strategi komunikasi politik disusun berdasarkan dua proses penting yaitu perencanaan (*planning*) dan tata kelola (*management*). Keduanya sangat diperlukan agar tercapainya tujuan dari komunikasi politik. Perencanaan berfungsi untuk menentukan peta jalan yang harus dilalui, sedangkan tata kelola berkaitan dengan cara apa yang akan digunakan untuk menempuh jalan tersebut. Selanjutnya, dikenal juga strategi komunikasi politik yang disebut AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). (Eviany, 2019:19) Strategi komunikasi politik ini bersifat persuasif. Sehingga dibutuhkan upaya untuk masuk dan membaaur dengan audiensnya. Dalam konteks pergerakan sosial, strategi ini sangat cocok diterapkan sesuai dengan intensitas komunikasi yang dilakukan.

Lebih lanjut, Arifin (2011: 235-263) merumuskan strategi politik kedalam beberapa bentuk yaitu:

- 1) Ketokohan dan Kelembagaan

Ketokohan bermakna bahwa pemimpin yang menduduki jabatan politis sayogyanya memiliki kredibilitas, integritas, dan charisma sehingga menjadi orang yang layak untuk memimpin dan dihormati oleh masyarakat. Meskipun pada realitanya, sering dijumpai pimpinan-pimpinan partai yang melanggar etika, melakukan tindak pidana juga merangkap jabatan sehingga tidak terlepas dari adanya konflik kepentingan. Sedangkan kelembagaan disini haruslah terstruktur dengan baik dan efisien. Kelembagaan yang terorganisir dengan baik dapat memaksimalkan strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh instrument politis.

2) Menciptakan kebersamaan

Arifin (2011) membagi strategi menciptakan kebersamaan kedalam empat indikator utama yaitu: Pertama, pemahaman terhadap khalayak yang meliputi pengetahuan tentang kondisi yang terjadi dilapangan, gambaran masalah serta pemetaannya. Kedua, menyusun pesan persuasif berdasarkan pegamatan sebelumnya guna mempengaruhi persepsi public terhadap sesuatu yang ingin disampaikan. Ketiga, memilih metode apa yang tepat untuk digunakan sesuai dengan kondisi di lapangan. Keempat adalah menentuka media dan alat komuikasi apa yang paling cocok sesuai dengan keadaan di lapangan.

3) Membangun Konsensus

Membangun konsensus melibatkan dialog, negosiasi, dan kompromi untuk mencapai persetujuan bersama. Hal ini dapat menciptakan stabilitas dan dukungan yang lebih luas terhadap kebijakan politik. Dalam hal ini, minimla terdapat dua hal yang perlu diperhatikan yaitu seni berkompromi dan ketersediaan membuka diri. Dalam komunikasi politik, komunikator harus berupaya semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan dari komunikasi. Tentunya akan dijumpai tantangan dan penolakan yang didasari perbedaan latar belakang dan kepentingan antara komunikator dan komunikan. Disinilah seni berkompromi dibutuhkan untuk menghadirkan solusi bersama "*Win-win Sollution*" bagi kedua belah pihak. Keterbukaan diri juga menjadi suatu keniscayaan atas dasar perbedaan pengetahuan dan pengalaman.

Pada hakekatnya, strategi komunikasi politik sangat erat kaitannya komunikatornya. Seorang komunikator harus senantiasa menjaga kredibilitas dan integritas diri agar mampu memperoleh kepercayaan dari komunikan yang dalam ini adalah masyarakat. Adapun strategi politik sebenarnya hanya sebuah perencanaan dan manajemen terpadu untuk tercapainya tujuan individu maupun kelembagaan. Agar Strategi politik dapat efisien, pendekatan yang dilakukan haruslah fleksibel dengan kondisi dan keadaan komunikan.

2.2. Tenaga Kerja

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan menyatakan, "Ketenagakerjaan adalah segala hal yang berhubungan dengan tenaga kerja pada waktu sebelum, selama, sesudah masa kerja." Adapun yang dimaksud dengan tenaga kerja adalah penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang melakukan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Tenaga kerja meliputi angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja atau yang diistilahkan *Labour force* adalah bagian dari tenga kerja yang memiliki keinginan atau sudah menghasilkan barang dan jasa. Sehingga golongan orang yang menganggur karena belum mendapatkan pekerjaan juga tergolong kedalam angkatan kerja. Sedangkan kelompok bukan angkatan kerja adalah orang-orang yang masih bersekolah, mengurus rumah tangga, dan lain sebagainya yang masih menerima pendapatan dari angkatan kerja. Kelompok yang tergabung dalam bukan angkatan kerja juga sering disebut sebagai "*potential labour force*" karena masih memungkinkannya beralih ke status angkatan kerja.

Berdasarkan berbagai klasifikasi, tenaga kerja dapat digolongkan kedalam berbagai jenis. Badan Pusat Statistik sendiri membagi tenaga kerja (*manpower*) kedalam tiga jenis, yaitu:

- 1) Tenaga kerja penuh (*full employed*), yaitu golongan tenaga kerja dengan jumlah waktu kerja lebih dari 35 Jam (>35 jam) dalam seminggu dengan hasil yang ditentukan berdasarkan uraian kerja.
- 2) Tenaga Kerja tidak penuh waktu atau setengah pengagguran (*under employed*), adalah kelompok tenaga kerja dengan jumlah durasi masa kerja dibawah 35 jam (< 35 jam) selama seminggu. dan
- 3) Tenaga kerja yang belum berkerja atau sementara belum bekerja (*unemployed*), yaitu tenaga kerja yang durasi kerjanya Nol atau lebih dari satu jam (0 >1 Jam) dalam seminggu.

Jenis-jenis tenaga kerja juga dapat dikategorikan berdasarkan beberapa aspek, yang melibatkan sifat dan kualitas dari pekerja tersebut. Pertama-tama, berdasarkan sifatnya, tenaga kerja dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu Tenaga Kerja Jasmaniah dan Tenaga Kerja Rohaniah. Tenaga kerja jasmaniah adalah individu yang menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dengan menggunakan tenaga fisik. Contohnya termasuk profesi seperti supir, montir, dan pekerja fisik lainnya. Di sisi lain, Tenaga Kerja Rohaniah adalah mereka yang lebih mengandalkan proses pemikiran, gagasan, dan ide dalam melaksanakan pekerjaan, seperti direktur, konsultan, dan manajer.

Selain itu, tenaga kerja juga dapat diklasifikasikan berdasarkan kualitasnya, yaitu tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terlatih, dan tenaga kerja tidak terdidik dan terlatih

Tenaga kerja terdidik merupakan individu yang telah memperoleh tingkat pendidikan yang tinggi, membuat mereka ahli di bidangnya masing-masing. Contoh dari kelompok ini mencakup guru, dosen, dokter, dan sejenisnya. Di sisi lain, Tenaga Kerja Terlatih adalah individu yang memiliki keahlian dan keterampilan tertentu dalam bidang pekerjaannya, yang umumnya diperoleh melalui pengalaman kerja. Montir, sopir, dan pekerja terampil lainnya termasuk dalam kategori ini. Sementara itu, Tenaga Kerja Tidak Terlatih dan Tidak Terdidik merujuk pada individu yang tidak memiliki pendidikan formal atau keterampilan khusus, dan mereka sering ditempatkan dalam pekerjaan yang membutuhkan tingkat keahlian minimum. Pemahaman yang cermat terhadap berbagai jenis tenaga kerja ini menjadi penting dalam perencanaan sumber daya manusia dan pengembangan kebijakan ketenagakerjaan yang efektif. Klasifikasi ini membantu mengidentifikasi kebutuhan pelatihan, tingkat pendidikan yang diperlukan, dan strategi perekrutan yang sesuai untuk memastikan keberlanjutan dan efisiensi di pasar tenaga kerja.

3. Research Method and Materials

Dalam penelitian kualitatif, tujuannya adalah untuk memahami (*to understand*) apa yang terjadi pada fenomena ataupun gejala sosial di masyarakat. Sehingga, diperolehnya sebuah pemahaman mendalam yang membentuk kerangka pemikiran untuk menghasilkan sebuah kesimpulan dengan didukung oleh teori, konsep, ataupun sistem. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mencakup penemuan-penemuan baru yang sebelumnya tidak diketahui. Temuan ini dapat berupa gambaran atau deskripsi tentang suatu objek yang sebelumnya kurang jelas atau tidak terlalu terang, dan setelah diteliti, menjadi lebih terperinci. Kesimpulan kualitatif juga dapat berupa identifikasi hubungan kausal atau interaktif, serta pengembangan hipotesis atau teori yang mungkin belum ada sebelumnya. Penelitian ini akan menggunakan metode analisis deskriptif. Dengan menggabungkan sumber-sumber kajian pustaka untuk menemukan teori maupun konsep yang akan digunakan sebagai kerangka kerja. Metode penelitian analisis deskriptif juga bertujuan untuk menemukan interpretasi dari istilah-istilah yang ada. Dalam konteks penelitian ini, maka peneliti akan berusaha menemukan pemahaman sebaik mungkin mengenai strategi komunikasi politik partai buruh Indonesia dalam kampanye untuk hak-hak tenaga kerja.

Pendekatan kualitatif merupakan bagian dari *naturalistic inquiry* yang menekankan penggunaan manusia sebagai instrumen penelitian. *Naturalistic inquiry* selalu dilakukan dalam setting alamiah karena konteks sangat berperan dalam arti makna. Peneliti, sebagai instrumen penelitian, harus sepenuhnya memahami dan dapat beradaptasi dengan situasi sosial yang dihadapi selama kegiatan penelitian. Pengalaman peneliti dalam menggunakan berbagai metode seperti wawancara, observasi, partisipasi, analisis dokumen dan kepustakaan, analisis dokumentasi konkret, pendekatan riwayat hidup, dan teknik penelitian lainnya membentuk dasar penelitian. Bagi ilmuwan sosial dan humaniora, statistika dianggap sebagai bagian dari teknik penelitian dan bukan sebagai inti dari penelitian itu sendiri. Oleh karena itu, statistika bukanlah satu-satunya teknik penelitian yang dapat membantu mengungkapkan informasi dan mencapai hasil penelitian yang valid.

Selanjutnya, dalam konteks penelitian politik. Terdapat tiga jenis pendekatan yang dapat dilakukan yaitu, pendekatan normatif (*normative approach*), pendekatan structural (*structural approach*), dan pendekatan perilaku (*behavioural approach*). (Winarno, 2013)

Pendekatan normatif adalah Pendekatan ini menyoroti nilai-nilai budaya dalam masyarakat, menganalisis norma-norma melalui aturan-aturan dan kewajiban. Analisis normatif lebih fokus pada pengamatan empiris, mencari makna mendalam terkait nilai-nilai masyarakat. Sedangkan pendekatan struktural biasanya melibatkan analisis struktur sosial atau politik dalam masyarakat. Meskipun bisa relevan dalam konteks isu tenaga kerja, namun fokusnya mungkin lebih pada struktur sosial dan politik secara umum, bukan pada strategi komunikasi politik yang spesifik. Adapun penelitian ini akan menggunakan jenis pendekatan ketiga yaitu pendekatan perilaku (*behavioural approach*). Pendekatan ini melibatkan perilaku yang konkret, dimana strategi komunikasi politik PBI adalah sesuatu yang dapat dianalisis berdasarkan fenomena dan fakta yang telah terjadi yang mencakup analisis pesan, platform komunikasi, serta cara pendekatan terhadap isu-isu terkait tenaga kerja. Bagaimana pesan-pesan PBI dapat memengaruhi pemilih atau masyarakat dalam mendukung atau menolak hak-hak tenaga kerja melalui kampanyenya dapat dianalisis lebih mendalam.

Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan pendekatan perilaku agar penelitian dapat secara lebih spesifik dan terfokus memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana strategi komunikasi politik diimplementasikan dalam kampanye untuk memperjuangkan hak-hak tenaga kerja di Indonesia.

4. Results and Discussion

For Results, provide sufficient detail to allow the results to be meaningful and informative. For Discussion, this should explore the significance of the results of the work, not repeat them. A combined Results and Discussion section is often appropriate. Avoid extensive citations and discussion of published literature. Dalam Strategi komunikasi politik klasik dikenal sebuah teori yang disebut AIDDA (*ATTENTION, INTEREST, DESIRE, DECISION, ACTION*). (Evianny, 2019:19) Dalam komunikasi jenis ini, komunikator mengawali komunikasi dengan membangkitkan perhatian (*Attention*), Selanjutnya dengan cara menumbuhkan kepentingan komunikasi (*Interest*). Pada Fase ini, komunikasi akan terbangun kesadarannya akan kondisi yang dialami sehingga akan timbul hasrat untuk mengetahui isi pesan politik lebih lanjut (*Desire*). Dengan mempertimbangkan pesan yang diterima, komunikasi akan dengan sadar memutuskan apa yang benar dan salah, serta mana yang harus diikuti ataupun ditinggalkan. Dan pada tahap terakhir, komunikasi akan melakukan tindakan (*Action*) sebagai hasil dari komunikasi politik yang dilakukan. Adapun dalam konteks strategi komunikasi politik yang dilakukan oleh partai buruh hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) *Attention*

"*We are Working Class*" adalah jargon yang dimiliki partai buruh Indonesia. Dalam kaitannya terhadap sistem partai politik di Indonesia, jargon yang bermakna harfiah Kami Adalah Kelas Pekerja ini merupakan suatu terobosan yang tidak hanya baru namun juga unik. Berbagai partai yang menjadi bagian dari kontestasi politik dalam setidaknya satu dekade terakhir adalah partai-partai yang berlandaskan ideologi agama dan nasionalis. Padahal, reformasi kita telah memberikan ruang untuk berkreasi menyuarakan aspirasi dalam partai politik apapun selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai Pancasila dan keutuhan NKRI.

Sebagai partai yang mengambil latar belakang kelas pekerja, kehadiran partai buruh sendiri juga peneliti nilai sebagai bagian yang tepat ditengah momentum gelombang penolakan buruh dan kelas pekerja lain atas kehadiran Undang-undang nomor 11 tahun 2020 Tentang Cipta kerja atau yang umum diketahui dan dikenal dengan sebutan *Omibus Law*. Meskipun undang-undang tersebut telah diputuskan cacat secara formil oleh Mahkamah Konstitusi, namun secara substantif tidak akan merubah arus penolakan masyarakat melalui aturan-aturan turunannya. Seakan tidak menghiraukan opini publik, pemerintah dan DPR

mengatur siasat baru untuk merubah *Omnibus Law* menjadi aturan baru tanpa mengubah isi substansinya yang justru merupakan inti dari penolakan berbagai golongan terutama kelas pekerja.

Di tengah dinamika politik yang terus berkembang, kehadiran Partai Buruh menjadi sebuah titik fokus yang menarik dalam arena politik. Partai ini tidak hanya sekadar menjadi representasi kelas pekerja, tetapi juga sebuah wadah yang diharapkan mampu merangkul lebih banyak aspirasi dan keluhan dari berbagai lapisan masyarakat, khususnya mereka yang berasal dari kalangan pekerja. Dengan jargon yang menggema, "*We are Working Class*," partai ini memberikan identitas yang kuat sebagai penyampai suara dan perwakilan utama bagi mereka yang berjuang dalam dunia pekerjaan.

Kemenangan yang diraih oleh Partai Buruh Australia dalam pemilihan Perdana Menteri, dengan Anthony Albanese sebagai pemimpinnya, memberikan semangat baru dan angin segar. Hal ini menunjukkan bahwa Partai Buruh tidak hanya memiliki eksistensi politik, tetapi juga potensi untuk menduduki posisi strategis dalam pemerintahan. Kesuksesan ini memberikan keyakinan bahwa partai ini mampu memberikan solusi konkret yang diinginkan oleh masyarakat.

Momentum kemenangan ini juga memberikan peluang bagi Partai Buruh untuk meraih dukungan lebih luas dari masyarakat, baik sebagai pemilih maupun konstituen. Saat ini bukan hanya sekadar waktunya bagi partai ini untuk membangkitkan kembali kepercayaan masyarakat, tetapi juga kesempatan emas untuk menjelma menjadi kekuatan politik yang mampu mewujudkan perubahan positif. Partai Buruh dapat memanfaatkan momentum ini untuk membuka dialog yang lebih intensif dengan rakyat, mendengarkan aspirasi mereka, dan merancang kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat.

Dengan sikap proaktif dan solusi praktis yang ditawarkan, Partai Buruh dapat memperkuat citra sebagai agen perubahan yang mampu memberikan dampak positif dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh kelas pekerja dan masyarakat secara umum. Oleh karena itu, saat ini merupakan waktu yang tepat bagi Partai Buruh untuk memanfaatkan momentum ini dengan bijaksana, menjalin koneksi yang kuat dengan masyarakat, dan menjadi kekuatan yang diperhitungkan dalam panggung politik.

b. Interest

Partai buruh Indonesia didirikan oleh organisasi-organisasi pendiri, seperti: Pengurus Partai Buruh yang Lama, Rumah Buruh Indonesia unsur konfederasi Serikat Pekerja Indonesia (KSPI), Rumah Buruh Indonesia unsur Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI), Organisasi Rakyat Indonesia – KSPSI, Serikat Petani Indonesia (SPI), Konfederasi Persatuan Buruh Indonesia (KPBI), Rumah Buruh Indonesia unsur FSP KEP, Rumah Buruh Indonesia unsur FSP FARKES Reformasi, Forum Pendidik dan Tenaga Honorar Swasta Indonesia (FPTHSI), Gerakan Perempuan Indonesia (GPI). Keseluruhan organisasi ini tentunya memiliki anggota yang dalam rentang usia, perbedaan gender serta latar belakang pendidikan dan profesi. Apabila menelusuri sejarah awal kehadiran partai buruh dalam perpolitikan Indonesia pada pemilu 1999 dengan nama Partai Buruh Nasional, konsolidasi dan organisasi partai buruh belum sistematis saat ini. Sehingga bersatunya serikat dan organisasi kelas pekerja sehingga mampu membangkitkan kembali partai buruh dengan lambang dan konsep yang baru tentunya merupakan suatu kemajuan. Tentunya untuk mencapai kondisi ini tidaklah mudah. Setidaknya terdapat dua hal yang dicermati peneliti sebagai alasan mengapa perjuangan partai buruh Indonesia saat ini sangatlah berat.

Pertama adalah tantangan terhadap bonus demografi dan Internet of Things (IoT). Partai buruh sebagai pengusung partai kelas pekerja, perlu menemukan solusi atas ketimpangan jumlah angkatan kerja dan kesempatan kerja. Dalam proporsinya sebagai partai baru yang belum menduduki parlemen ataupun pemerintahan, membuat penyaluran aspirasi partai buruh menjadi berada di ranah abu-abu. Pasalnya, dalam satu dekade terakhir saja, kita kerap menjumpai pengesahan undang-undang yang notabenehnya mendapat penolakan,

sebut saja Undang-undang Omnibus Law, Revisi RKHUP, Serta Revisi Undang-undang KPK. Pada situasi ini, Mahkamah Konstitusi seringkali diposisikan seperti Ring Tinju, dimana rakyat dihadapkan dengan DPR ataupun pemerintah yang juga secara gamblang bisa dilihat berada pada kepentingan yang sama dengan para pemodal atau yang lebih dikenal oleh masyarakat umum dengan sebutan Oligarki. Padahal secara etis pemerintah harus memosisikan dirinya sebagai pelindunga atu pengayom golongan yang lebih rentan, dalam hal ini adalah masyarakat. Imbasnya dari ketimpangan tenaga kerja dan kesempatan kerja adalah penerimaan upah dibawah seharusnya. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), pada Agustus 2022 ada 46,12% buruh, karyawan, atau pegawai yang menerima gaji di bawah upah minimum provinsi (UMP).



Gambar 1. Persentase buruh yang menerima gaji dibawah UMP

Selanjutnya apabila melihat dari perkembangan teknologi saat ini yang berkembang pesat, beberapa sektor pekerjaan akan digantikan dengan teknologi-teknologi mutakhir. Istilah Internet of Things (IoT) yang saat ini ramai diperbincangkan saat ini mengacu pada penggunaan teknologi digital dan konektivitas internet yang memudahkan kegiatan-kegiatan manusia. Dalam bidang perdagangan misalnya, IoT dapat memudahkan bisnis agar menjadi lebih otonom. (Saragih, 2019:14) Disatu sisi, IoT dapat membuat pekerjaan lebih mudah dan efisien. Hal ini selaras dengan tujuan dari teknologi itu sendiri. Namun disisi lain, akan banyak pekerjaan manusia yang digantikan pelakunya. Konsekuensi logisnya, masyarakat yang tidak mampu beradaptasi serta minim kemampuan skill, akan tergradasi serta terpinggirkan. Ditambah lagi apabila peralihan ini tidak diselaraskan dengan pemberdayaan dan pelatihan, maka peningkatan pengangguran menjadi sebuah keniscayaan.

Tantangan kedua yang dihadapi oleh partai buruh adalah perjuangan melawan pebisnis, investor, ataupun pemodal yang memiliki kekuatan finansial yang cukup besar. Kekuatan finansial ini juga secara nyata dapat digunakan untuk mempengaruhi persepsi public ataupun arah kebijakan politik. Sebagai bagian dari kekuatan kelas buruh, tentunya partai buruh harus memiliki strategi yang baik. Menjalin kerjasama dengan kelompok dan golongan yang memiliki tujuan yang sama, mengakomodir aspirasi dengan berlandung dibawah payung konstitusi, memberikan contoh dalam etika dan perilaku politik dengan tidak culas ataupun korupsi, adalah bagian dari usaha-usaha yang dapat dilakukan Partai buruh untuk meguatkan peran dan eksistensinya. Kesamaan kepentingan (*Interest*), harus dimaksimalkan sebagai bagian dari strategi politik.

c. *Desire*

Kesamaan nasib dan kepentingan, mengarahkan konstituen maupun pendiri partai buruh untuk secara sukarela dan penuh cita membangun program-program penunjang. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa partai buruh ini ditopang dengan dua jenis strategi kegiatan yaitu Strategi serangan darat (*Ground Attack*), dan Strategi Serangan Udara (*Air Attack*). Dengan bermodalkan kerja-kerja sosial tanpa dukungan finansial, akan sulit untuk mengokohkan kedua strategi ini. Disinilah letak kemampuan pendiri partai buruh dalam mengakomodir hasrat (*Desire*) para konstituen dan anggotanya. Bahwa perjuangan dalam mewujudkan negara kesejahteraan (*Welfare State*) adalah sesuatu yang harus dibayar mahal. Presiden Partai Buruh, H. Ir. Said Iqbal, ME juga kerap kali menjelaskan bahwa proses pembekalan dan inagurasi juga bersumber dananya dari pembiayaan pribadi anggota. (*bisa dilihat dalam berita acara pelantikan Garda Rakyat angkatan 1 pada situs resmi partai buruh*). Hasrat konstituen dan anggota partai untuk mendapatkan posisi di parlemen dan pemerintahan merupakan satu hal yang selaras dengan keinginan untuk menghadirkan perubahan.

d. *Decision*

Tahapan selanjutnya yang dilakukan dalam strategi komunikasi politik partai buruh adalah mengambil keputusan (*Decision*). Pada tahapan ini, penguatan terhadap nilai-nilai inti partai harus dilakukan. Pesan-pesan politik yang disampaikan bukan hanya perihal posisi keberpihakan, melainkan alasan yang kuat untuk memihak. Sebagai partai baru yang belum memiliki suara di parlemen, tentunya keputusan-keputusan untuk memihak dalam isu tertentu atau pasangan calon tertentu perlu diambil dengan hati-hati. Karena ketika salah dalam pengambilan keputusan, maka konstituen pun bisa berkurang. Pada posisi ini, kadang tidak memihak terhadap salah satu dari kekuatan politik yang ditawarkan bisa menjadi citra politik yang kuat. Program-program kerja partai seperti Salam satu pintu (*SaSaTu*) serta *Vergadering* bisa dimaksimalkan untuk menampung seluruh aspirasi anggota maupun konstituen. Apabila masih dijumpai titik buntu, maka partai buruh bisa mengajukan pakta integritas untuk ditandatangani oleh koalisi partai yang ingin mendapatkan dukungan partai buruh. Dengan begitu pengambilan keputusan bukanlah suatu hal yang sulit untuk dilakukan.

e. *Action*

Tahapan terakhir adalah aksi (*Action*) menjadi puncak dari keseluruhan upaya yang dilakukan. Partai Buruh di Indonesia, sebagai representasi kelas pekerja, telah menunjukkan komitmen konkretnya melalui berbagai aksi nyata, yang sekaligus menjadi langkah efektif dalam memperkuat hubungan dengan konstituennya.

Contohnya terlihat pada demonstrasi kenaikan Upah Minimum Provinsi (UMP) DKI Jakarta pada tanggal 27 Oktober 2023. Partai Buruh tidak hanya turut serta mengawal pendemo, tetapi juga menjadi salah satu inisiator dari aksi tersebut. Keikutsertaan ini mencerminkan peran aktif partai dalam memperjuangkan hak-hak pekerja, khususnya terkait dengan masalah kesejahteraan ekonomi. Dengan ikut serta dalam demonstrasi ini, Partai Buruh menjalin koneksi yang lebih erat dengan konstituennya, menunjukkan bahwa partai ini tidak hanya berbicara, tetapi juga bertindak nyata.

Dalam konteks lain, melalui Jamkeswatch, Partai Buruh terus memberikan advokasi dan bimbingan kepada masyarakat terkait masalah kesehatan, seperti permasalahan terkait BPJS dan layanan kesehatan lainnya. Partai ini tidak hanya menjadi wadah aspirasi politik, tetapi juga menjadi penjaga kepentingan dan hak-hak sosial masyarakat. Dengan begitu, Partai Buruh menjelma menjadi mitra yang dapat diandalkan dalam upaya melindungi hak-hak konstituennya.

Posko orange yang diinisiasi oleh Partai Buruh juga menciptakan ruang untuk advokasi atas permasalahan lainnya yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan membuka saluran komunikasi melalui posko ini, partai dapat secara langsung merespons dan mengatasi berbagai isu yang

muncul, sehingga memperkuat keterlibatannya dalam menyelesaikan permasalahan riil yang dihadapi oleh konstituennya.

Meskipun demikian, keberhasilan strategi komunikasi politik hingga tahap aksi tidak selalu dapat diukur secara langsung. Perolehan suara pada pemilihan umum menjadi indikator penting, namun faktor eksternal seperti money politic dan penyebaran hoax juga dapat menjadi variabel yang sulit terukur dan dapat mempengaruhi hasil. Oleh karena itu, partai perlu senantiasa memperbarui dan menyesuaikan strategi komunikasinya dengan dinamika politik dan tantangan eksternal yang mungkin muncul, guna memastikan bahwa aksi yang diambil benar-benar mencerminkan kepentingan dan aspirasi masyarakat yang diwakilinya.

5. Conclusion

Partai Buruh adalah wujud dari perjuangan politik yang dimulai oleh serikat buruh dan organisasi untuk memiliki dampak yang lebih besar melalui keterlibatan mereka dalam posisi eksekutif dan legislatif. Sebagai partai baru dalam Pemilu 2024, Partai Buruh merumuskan strategi politik secara strategis untuk mendapatkan dukungan dari konstituennya. Mengidentifikasi dirinya sebagai satu-satunya partai nasional yang berakar dari latar belakang kelas pekerja, partai ini memperkenalkan slogan "We Are Working Class" bersama dengan 13 platform perjuangan kunci yang secara cermat mencakup berbagai segmen pekerja di Indonesia.

Dalam menangani isu-isu ketenagakerjaan di Indonesia, Partai Buruh muncul sebagai solusi potensial terhadap fragmentasi dalam gerakan dan organisasi buruh. Melalui relasi Makro-Struktural, Meso-Institusional, dan Mikro-Individual, Partai Buruh Indonesia mampu mengakomodir masalah-masalah tersebut dengan program-program dan nilai-nilai yang disepakati antara pendirinya dan anggotanya.

Selanjutnya, partai ini mengembangkan program-program sebagai bagian dari metode penyampaian pesan politiknya, mengkategorikannya menjadi Serangan Darat dan Serangan Udara. Serangan Darat diwujudkan melalui program infrastruktur seperti Garda Rakyat, Sasatu, Jamkeswatch, Vergadering, dan posko orange. Sementara itu, Serangan Udara bertujuan untuk meningkatkan popularitas, elektabilitas, dan akseptabilitas partai, dengan program seperti Perhimpunan Jurnalis Rakyat (PIJAR), Sayap Milenial dan Gen Z, dan lainnya. Partai ini menggunakan berbagai media untuk kampanyenya, termasuk Instagram, TikTok, YouTube, Snack Video, X (Twitter), WhatsApp, Zoom Meeting, dan lainnya.

Sebagai partai yang lebih memprioritaskan modal sosial daripada finansial, Partai Buruh menerapkan strategi komunikasi politik yang persuasif. Penelitian ini menggunakan analisis AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action) untuk menganalisis strategi komunikasi partai, dengan menyoroti tantangan komunikasi yang dihadapi oleh Partai Buruh, baik dari faktor internal maupun eksternal. Mengingat perjuangan sejarah partai ini, peneliti memberikan penghargaan dan perhatian yang substansial terhadap partai ini, mengantisipasi peran berpengaruhnya dalam membentuk lanskap politik dan potensi lahirnya partai-partai baru berbasis kelas pasca-reformasi.

References

- Aravik, H. (2018). Konsep Buruh dalam Perspektif Islam. *Islamic Banking*, 4(1), 2. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8411.1988.tb00200.x>
- Arifin, A. (2011). *Komunikasi Politik*. Graha Ilmu.
- Budiardjo, M. (2008). *Dasar-dasar Ilmu Politik*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi* (1st ed.). Rajawali Press.
- Eviany, E. (2019). Strategi Komunikasi Politik. *Politikologi*, 1(7), 19.



- Habibi, M. (2013). Gerakan Buruh Pasca Soeharto : Politik Jalanan di Tengah Himpitan Pasar Kerja Fleksibel. *JSP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik)*, 16(3), 204. <https://media.neliti.com/media/publications/37772-none-bb29b0f1.pdf>
- Hubberman, M. A., & Milles. B. Matthew. (1992). *Analisis Data Kualitatif Sumber tentang Metode-metode Baru*. UI Press.
- Hutapea, E. B. T. (2020). *Komunikasi Politik* (1st ed.). Gibon Books.
- Moleong, L. J. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Remaja Rasdakarya.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KU_ALITAIF.docx
- Nambo, A., & Puluhuluwa, M. (2005). Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik (Suatu Telaah dari Sistem Politik). *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 21(2), 262–285.
- Nasiwan, & Cholisin. (2012). *Dasar-dasar Ilmu Politik* (1st ed.). Ombak.
- Partai Buruh. (2022). Buku Saku Partai Buruh. In *Partai Buruh* (1st ed.). <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Ridha, M. (2016). *Tentang Fragmentasi Gerakan Rakyat*. Indoprogres.Com. <https://indoprogres.com/2016/10/tentang-fragmentasi-gerakan-rakyat/>
- Santika, E. F. (2023). Survei Indikator Politik Atas Kepercayaan Masyarakat. In *Databoks Katadata* (Issue April). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/02/survei-indikator-politik-atas-kepercayaan-masyarakat-terhadap-lembaga-tni-masih-memimpin>
- Saragih, L. (2019). Identifikasi Dampak Perkembangan Teknologi Terhadap Tenaga Kerja Toko Ritel Indonesia: Studi Kasus Toko X. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 14(1), 14. <https://doi.org/10.14203/jki.v14i1.364>