

ADVOKASI MEDIA SOSIAL
DALAM MOBILISASI GERAKAN SOSIAL BURUH KONSTRUKSI
(Studi Kasus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia, Yogyakarta)



UIN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh :

Haidir Aly Ashidiqi

NIM 17102050056

Pembimbing :

Andayani, SIP, MSW

NIP 19721016 199903 2 008

PROGRAM STUDI ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2023

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-564/Un.02/DD/PP.00.9/03/2023

Tugas Akhir dengan judul : ADVOKASI MEDIA SOSIAL DALAM MOBILISASI GERAKAN SOSIAL BURUH KONSTRUKSI (STUDI KASUS SERIKAT BURUH KONSTRUKSI INDONESIA, YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HAIDIR ALY ASHIDIQI
Nomor Induk Mahasiswa : 17102050056
Telah diujikan pada : Selasa, 14 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Andayani, SIP, MSW
SIGNED

Valid ID: 642691ab633e1



Penguji I

Siti Solechah, S.Sos.I., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6423b03e69de1



Penguji II

Khotibul Umam, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6426874c85e23



Yogyakarta, 14 Maret 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6426926972fab

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Tempat

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Haidir Aly Ashidiqi
NIM : 17102050056
Judul Skripsi : Advokasi Media Sosial Dalam Mobilisasi Gerakan Sosial Buruh Konstruksi
(Studi Kasus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia, Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Kesejahteraan Sosial.
Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualatukum wr.wb.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Mengetahui,
a.n. Dekan
Ketua Program Studi
Ilmu Kesejahteraan Sosial

Siti Sofechah, S.Sos.I, M.Si
NIP. 198305192009122002

Pembimbing

Andayani, SIP, MSW
NIP. 197210161999032008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haidir Aly Ashidiqi
NIM : 17102050056
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Advokasi Media Sosial Dalam Mobilisasi Gerakan Sosial Buruh Konstruksi (Studi Kasus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia, Yogyakarta) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Yang menyatakan,



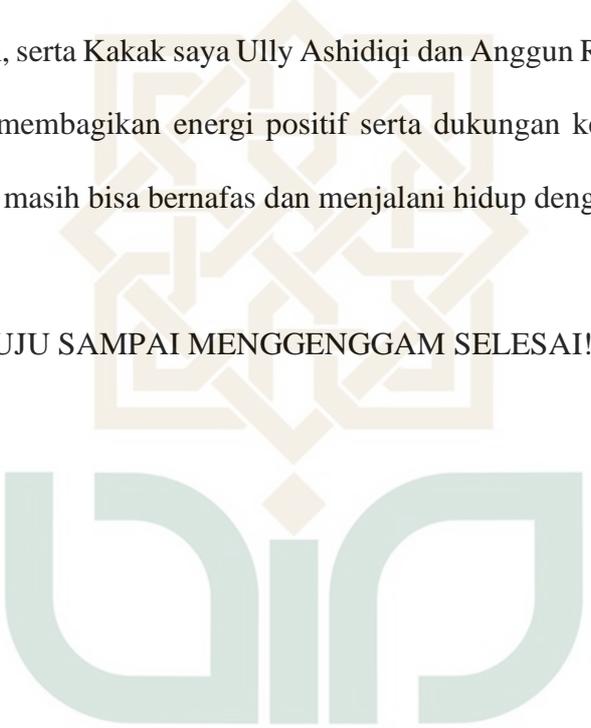
Haidir Aly Ashidiqi
NIM. 17102050056

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan “Alhamdulillah” atas rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, dimana atas seizinNya lah karya Skripsi ini dapat terselesaikan. Karya ini saya persembahkan kepada : Almarhum Bapak saya Muhammad Tohir Ashidiqi, Ebook Uswatun Munawaroh, serta Kakak saya Ully Ashidiqi dan Anggun Riani, yang tak pernah ada hentinya dalam membagikan energi positif serta dukungan kepada saya, sehingga sampai detik ini saya masih bisa bernafas dan menjalani hidup dengan asik juga bahagia.

MENUJU SAMPAI MENGGENGAM SELESAI!!!



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Wahai lautan derita, hantamkan ombakmu ke pantai hatiku.

Agar keyakinan ini semakin padat, atau runtuh sama sekali!”

-UNSTRAT-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa dimana hanya atas kehendak-Nya lah penulis dapat menyelesaikan karya skripsinya yang berjudul “Advokasi Media Sosial dalam Mobilisasi Gerakan Sosial Organisasi (Studi Kasus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia, Yogyakarta). Shalawat serta salam selalu tucurahkan kepada kekasih Tuhan, baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman yang gelap menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Phill. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Siti Solechah, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Seluruh staf tata usaha Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang sudah membantu dalam semua urusan administrasi
5. Siti Solechah, S.Sos.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA)

6. Andayani, SIP, MSW., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang sudah memberikan kesabaran dan keikhlasan dalam membimbing, mengarahkan, serta menuntun saya dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Ilmu Kesejahteraan Sosial yang sudah memberikan ilmunya selama masa studi baik secara offline maupun online
8. Kedua orang tua saya, Alm. bapak M. Tohir Ashidiqi dan Ibu Uswatun Munawaroh yang selalu mendukung dalam setiap kegiatan positif yang saya lakukan.
9. Kakak saya M. Ully Dhuha Ashidiqi dan istri Anggun Riani yang takahentinya juga mendukung baik dalam segi moral, mental, dan material.
10. Kepada seluruh teman-teman Ilmu Kesejahteraan Sosial angkatan 2017
11. Kepada seluruh sahabat saya Husain Maulana, Rieka Yusuf, Vianza, Hutomo, Ririn Maharani, Asmariyana, Rizal Gopek, yang selalu membantu dan menemani saya dalam proses pengerjaan karya skripsi ini.
12. Kepada anggota dan pengurus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia, Yogyakarta yang sangat membantu dan mendukung terciptanya karya skripsi ini.
13. Kepada seluruh anggota dan pengurus Kanal Muda yang telah menyediakan ruang untuk mendiskusikan karya skripsi ini.
14. Kepada sahabat Unit Studi Sastra, Teater, dan Sinematografi yang kebersamai dan menghibur selama proses pengerjaan karya skripsi.

Oleh karena itu penulis dari lubuk hati yang terdalam mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dan memberi dukungan selama karya skripsi

ini dikerjakan. Semoga atas kebaikan yang diberikan akan dibalas berkali-kali lipat kebaikan oleh Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT, amin.

Yogyakarta, 20 Februari 2023

Penyusun,



Haidir Aly Ashidiqi

NIM 17102050056



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Dengan penggunaan media sosial yang begitu masif serta semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia, setiap individu ataupun kelompok semakin mudah pula untuk berinteraksi dan bertukar informasi satu sama lain. Media sosial menjadi alat penunjang utama untuk sebuah organisasi. Media sosial dapat mendorong terciptanya perubahan sosial. Media sosial memberdayakan orang untuk mengekspresikan pikiran dan pendapat mereka serta membaginya dengan orang lain. SBKI (Serikat Buruh Konstruksi Indonesia) adalah salah satu organisasi yang memanfaatkan media sosial untuk mengkampanyekan isu, menyuarakan pendapat, membagikan ceritanya, dan menuntut apa yang pantas mereka dapatkan sebagai buruh konstruksi. Media sosial merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh SBKI untuk memobilisasi gerakan sosial. Organisasi yang berisikan buruh konstruksi berjuang bersama-sama dalam usaha pemenuhan kesejahteraan hidupnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana advokasi media sosial dalam memobilisasi gerakan sosial organisasi Serikat Buruh Konstruksi Indonesia, Yogyakarta (SBKI). Responden dalam penelitian ini adalah pengurus SBKI, anggota SBKI, serta organisasi ataupun individu yang memiliki relasi dengan SBKI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknis *purposive sampling*. Analisis data yang dilakukan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Hal ini dilakukan dengan wawancara untuk mengumpulkan informasi dan menghubungkannya dengan teori Advokasi Media dan teori strategi mobilisasi gerakan sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, advokasi media sosial dalam memobilisasi gerakan sosial organisasi berjalan dengan cukup efektif. SBKI menggunakan 4 media sosial untuk melakukan gerakan sosial, media sosial tersebut yaitu Instagram @sbki_berjuang, website serbukindonesia.org, youtube Serbuk Indonesia, dan grup Facebook Kuli Bangunan Jogja. Dalam menjalankan advokasinya untuk memobilisasi gerakan sosial organisasi SBKI mendapat banyak dukungan baik dari sesama organisasi serikat buruh, mahasiswa, ataupun masyarakat umum. Dukungan yang diberikan ditujukan pada 4 isu yang diangkat oleh SBKI dalam gerakannya, isu tersebut terkait upah kuli bangunan yang dibawah UMK, tidak terpenuhinya Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) untuk kuli bangunan, serta tidak adanya jaminan kesehatan atau BPJS Ketenagakerjaan untuk kuli bangunan.

Kata Kunci : Advokasi media, Mobilisasi Gerakan Sosial, SBKI

DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Kajian Pustaka	13
F. Kerangka Teori.....	19
G. Metodologi Penelitian.....	35
H. Sistematika Pembahasan.....	42
BAB II	43
PROFIL SBKI DAN PERJUANGANNYA	43
A. Sejarah SBKI	43
B. Struktur Kepengurusan	47
C. Tujuan.....	47
D. Pokok-Pokok Perjuangan SBKI	48
E. Hak Anggota.....	49
F. Kewajiban.....	49

G. Logo Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI).....	51
H. Perjuangan SBKI	53
BAB III	60
ADVOKASI MEDIA SOSIAL DALAM MEMOBILISASI GERAKAN SOSIAL SERIKAT BURUH KONSTRUKSI INDONESIA (SBKI).....	60
A. Gerakan Sosial Buruh Konstruksi	60
1. Advokasi Media Sosial dalam Gerakan Sosial SBKI.....	60
2. Strategi Mobilisasi Gerakan Sosial.....	90
BAB IV.....	102
PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	106
PEDOMAN WAWANCARA	109
DOKUMENTASI.....	111
CURRICULUM VITAE.....	114

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemanfaatan media sosial sebagai media untuk melakukan gerakan sosial beberapa tahun terakhir menjadi fenomena baru yang muncul di Indonesia. Media sosial sebagai alat advokasi untuk memobilisasi gerakan sosial diawali dengan adanya pembentukan suatu komunitas virtual yang didasarkan pada kesamaan minat dan tujuan gerakan itu sendiri. Buruh adalah salah satu elemen masyarakat yang memanfaatkan media sosial untuk mobilisasi gerakan sosial dalam organisasinya.¹

Hampir semua orang pasti mengerti siapa itu buruh. Di seluruh dunia termasuk di Indonesia, setiap tanggal 1 Mei diperingati sebagai hari buruh (*mayday*). Tidak diketahui secara pasti dari mana kata buruh itu berawal. Akan tetapi, menurut seorang sosiolog yang mengupas mengenai konflik sosial, dikatakan bahwa kata buruh berasal dari bahasa lisan petani jawa yang kemudian diidentifikasi dengan konsep proletariat yang menunjukkan pada suatu hubungan konfliktual antara pekerja dan majikan dengan penekanan pada ide perjuangan kelas.²

Dalam pengertian yang lain, buruh menurut Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1957 tentang Penyelesaian Perselisihan Perburuhan, Pasal

¹ Dea Rizki Kapriani & Djuana P.Lubis. 2014. *Efektivitas Media Sosial Untuk Gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan*. ISSN : 2302 - 7517, Vol. 02, No. 03. Hal.1.

² Susetiawan. 2000. *Konflik Sosial: Kajian Sosiologis Hubungan Buruh, Perusahaan dan Negara di Indonesia*. Cet.ke-1. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

1 huruf a menyatakan bahwa “Buruh ialah barang siapa bekerja pada majikan dengan menerima upah”. Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan (*selanjutnya disebut UU Ketenagakerjaan*), buruh disamakan dengan pekerja. Hal itu dapat dibaca seperti tertulis pada Pasal 1 ayat (3) yang menyatakan bahwa “Pekerja/buruh adalah setiap orang yang bekerja dengan menerima upah atau imbalan dalam bentuk lain”. Kata pekerja sendiri dalam KBBI tersebut memiliki dua pengertian. Pengertian pertama adalah orang yang bekerja dan yang kedua orang yang menerima upah atas hasil kerjanya; buruh; karyawan.³

Buruh seperti yang sudah dijelaskan di atas juga memiliki beberapa sektor, salah satunya adalah buruh dalam sektor informal. Buruh sektor informal menurut UU Ketenagakerjaan merupakan orang yang bekerja tanpa relasi kerja, artinya tidak ada perjanjian yang mengatur elemen-elemen kerja, upah, dan kekuasaan. Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi secara umum mendefinisikan sektor informal sebagai aktivitas ekonomi yang tidak terdaftar, yang tidak memiliki struktur organisasi formal dan secara umum memiliki ciri-ciri: dimiliki keluarga, kegiatan berskala kecil, padat karya, menggunakan teknologi yang diadaptasi dan bergantung pada sumber lokal.⁴

³ Idi Setyo Utomo, “Suatu Tinjauan Tentang Tenaga Kerja Buruh Di Indonesia,” *The Winners* 6, no. 1 (2005): 83.

⁴ R Prastyo, *Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Informal Di Indonesia*, 2019. Hlm 4

Jumlah pekerja informal di Indonesia terus mengalami peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pekerja informal mencapai 78,14 juta orang pada Februari 2021, naik 2,64 juta orang dibandingkan Agustus 2020 yang sebanyak 77.68 juta orang.⁵ Hal ini pantas saja terjadi di negara-negara ekonomi berkembang karena sektor informal relatif membutuhkan modal yang kecil, fleksibel, dan tidak terlalu rumit seperti pada sektor formal. Sehingga banyak masyarakat di negara berkembang yang mayoritas berstatus ekonomi menengah ke bawah memilih untuk bekerja di sektor informal.

Nasib buruh informal ini seringkali begitu bergantung pada majikan atau tempat perusahaan mereka bekerja tanpa jaminan yang pasti. Ikatan hubungan pekerjaan di sektor informal juga seringkali didasarkan pada prinsip kepercayaan dan kegotong-royongan. Sebab fleksibilitas itulah pekerja sektor informal sangat rentan dan memiliki risiko yang tinggi untuk tidak mendapatkan aspek perlindungan ketenagakerjaan secara hukum seperti upah minimum, uang pesangon, uang lembur, jaminan hari tua, jaminan kesehatan dan keselamatan kerja, serta yang lainnya.⁶

Buruh konstruksi atau kuli atau buruh bangunan termasuk ke dalam kategori buruh informal. Buruh konstruksi tidak memiliki pengertian yang pasti di dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Jasa

⁵<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/07/berapa-jumlah-pekerja-informal-pada-februari-2021>.

⁶ Rebdra Dwi Prastyo, "Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Informal Di Indonesia" (2019): 4-5, <http://repository.untag-sby.ac.id/9091/>.

Konstruksi ataupun Peraturan Pemerintah tentang usaha dan peran masyarakat jasa konstruksi.

Namun, karena buruh konstruksi ini termasuk dalam kategori buruh informal, paling tidak ada tiga pendapat yang menjelaskan mengenai buruh sektor informal. Pertama, sektor informal ada karena terbatasnya industri formal dalam penyerapan tenaga kerja, sehingga sektor informal sebagian besar muncul di daerah pinggiran kota besar. Kedua, sektor informal sudah muncul dalam jangka waktu yang lama dalam bentuk atau model ekonomi tradisional, sedang industri sektor formal merupakan model dari ekonomi modern. Ketiga, pada dasarnya sektor formal dan sektor informal merupakan suatu kesatuan yang terpadu dikarenakan rantai pasok kerjanya saling berkaitan dan terhubung satu sama lain.⁷

Data Badan Pusat Statistik (BPS) memaparkan jumlah tenaga kerja sektor konstruksi di Indonesia mencapai 8,3 juta pada 2020. Dari jumlah tersebut, sekitar 72% merupakan lulusan SMA ke bawah dan hanya ada sekitar 8,9% pekerja yang tersertifikasi.⁸

Industri konstruksi sendiri merupakan industri yang menduduki peringkat pertama pekerjaan paling berbahaya dan penyumbang tingginya angka kecelakaan kerja baik diluar maupun dalam negeri. Di Indonesia, Menteri Ketenagakerjaan, Ida Fauziyah menyatakan bahwa berdasarkan

⁷Muhammad Husain Maulana, *Gerakan Buruh Dalam Peningkatan Kesejahteraan*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020).

⁸<https://intakindo.or.id/berita/detail/sektor-konstruksi-belum-pulih-pekerja-makin-terpuruk>

data dari Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS), kecelakaan kerja di konstruksi meningkat dari 114.000 di tahun 2019 menjadi 177.000 kecelakaan di tahun 2020. Namun, harus dicatat bahwa hal ini berdasarkan klaim yang diajukan kepada BPJS, yang berarti bahwa angka sebenarnya bisa jadi jauh lebih tinggi karena tidak semua pekerja menjadi anggota BPJS. Angka tersebut tentu menjadi bukti bahwa dalam sektor informal menunjukkan bahwa buruh konstruksi dalam aktivitasnya masih mengalami kerentanan dalam aspek keselamatan dan kesehatan kerja (K3)⁹.

Tidak hanya berhenti dalam persoalan keselamatan dan kesehatan kerja, buruh konstruksi juga memiliki kerentanan dalam hal pemberian upah. Pemberian upah atas apa yang sudah dikerjakan oleh buruh konstruksi seringkali tidak sesuai, baik dari segi waktu atau nominal, dan juga beban kerja yang berlebih. Permasalahan ini disebabkan karena dalam industri informal, dalam hal ini bidang konstruksi seringkali tidak dilakukan perjanjian tertulis antara pemberi kerja dan buruhnya. Hal ini tentu kembali menjadi bukti betapa rentanya buruh konstruksi dalam pemenuhan hak-haknya sebagai pekerja. Belum lagi buruh konstruksi seringkali masih ditimpa oleh permasalahan domestik seperti persoalan hutang, pemenuhan ekonomi dan kesehatan keluarga yang tentu hal tersebut membutuhkan dana tambahan.¹⁰

⁹<https://www.bps.go.id/publication/2021/06/11/13b1dd33aeb9366db474c83/konstruksi-dalam-angka-2019>. Diakses 18 Juni 2022.

¹⁰Wawancara Agus Sekertaris SBKI, 20 Juni 2022.

Advokasi dapat diartikan sebagai tindakan untuk memberikan dukungan dan pembelaan yang mengindikasikan keinginan untuk memihak kepada salah satu bagian aktor dalam sebuah isu yang melibatkan dua atau lebih pihak. Advokasi secara umum merupakan tindakan yang berorientasi kepada proses persuasi kepada masyarakat untuk dapat melihat sebuah isu dari perspektif pihak tertentu yang kemudian berusaha untuk mengajak masyarakat mendukung posisi yang ditawarkan satu pihak. Untuk itu, terdapat tiga hal yang menjadi tujuan advokasi media yaitu: untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap sebuah isu, membuat rangkaian berita terpercaya sebagai sumber informasi yang dapat mengubah persepsi masyarakat, dan memotivasi seluruh bagian masyarakat ataupun instansi pemerintahan untuk kemudian berkontribusi dalam isu-isu yang diangkat sebelumnya.¹¹

Nugroho dalam Dea Kapriani media sosial adalah media dalam jaringan yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi, serta menciptakan sebuah forum virtual dan gerakan sosial bersama.

Dewasa ini penggunaan media sosial begitu masif digunakan di Indonesia. Pada Januari 2022 ada sekitar 191 juta pengguna aktif di berbagai media sosial. Jumlah itu naik 12,35% dibandingkan tahun sebelumnya yang berjumlah 170 juta pengguna. Whatsapp menjadi media sosial yang paling

¹¹Aimee Whitman. 2015. Organizing for Effective Advocacy, Chapter 34. Media Advocacy, Section 1. Working with the Media. <http://ctb.ku.edu/en/table-of-contents/advocacy/mediaadvocacy/working-with-media/main>. Diakses 26 Juli 2022.

banyak digunakan dengan persentase mencapai 88,7%, diikuti Instagram dan Facebook masing-masing sebesar 84,8% dan 81,3%, serta Tik Tok dan Telegram sebesar 63,1% dan 62,8%.¹²

Dengan pengguna media sosial yang begitu masif serta semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia, setiap individu ataupun kelompok semakin mudah pula untuk berinteraksi dan bertukar informasi satu sama lain. Penyebaran pesan dan pemberitaan tidak lagi dikuasai sepenuhnya oleh kelompok yang memiliki akses lebih tetapi bebas dikonsumsi oleh masyarakat umum. Media sosial yang memiliki efektivitas tinggi dalam penyebaran informasi menjadi pilihan untuk mempengaruhi, memotivasi, dan melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh penyebar pesan.¹³

Efektivitas advokasi media sosial dalam suatu gerakan sosial dapat dibuktikan dengan adanya perubahan perilaku yang dilatarbelakangi dengan keterlibatan dalam gerakan sosial tersebut baik online maupun offline. Salah satu contohnya adalah kasus penolakan oleh ForBali (Forum Rakyat Bali) terhadap rencana reklamasi Teluk Benoa. Gerakan ini senantiasa menjaga nafas tersebut dengan tetap melaporkan perkembangan-perkembangan singkat mengenai reklamasi Teluk Benoa maupun isu lingkungan Bali secara umum melalui berbagai platform media sosial yang dimiliki.

¹²<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>. Diakses pada 14 Maret 2022.

¹³Eko Susanto, *Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik*, Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 3, Juli 2017, hlm. 379-398.

Gerakan yang dilakukan di media sosial ForBali berhasil mengajak masyarakat untuk turut mendukung gerakan yang dilakukan, baik dukungan berupa kampanye yang dilakukan di media sosial dan dukungan langsung untuk melakukan pergerakan di lapangan.¹⁴ Gerakan yang dilakukan ForBali pada akhirnya mencapai keberhasilan ketika pada tanggal 25 Agustus 2018 proyek reklamasi dihentikan karena tidak sesuai dengan Analisis Dampak Lingkungan (AMDAL).¹⁵

Advokasi media sosial dalam gerakan sosial juga dilakukan dalam gerakan “Warga Bantu Warga”, terutama di media sosial Twitter maupun Instagram. Gerakan ini dimulai pada masa awal pandemi awal tahun 2020 yang merupakan hasil kolaborasi yang dilakukan oleh lembaga dan juga individu yaitu Pemimpin.id, Indorelawan, Kitabisa, Kawal COVID, FIM, Forum Zakat, Kata.ai, Pandemic Talks, Lapor Covid, Filantropi Indonesia, Narasi, Qiscus, UrundayaCovid19.com, dan terus bertambah.

Gerakan yang dilakukan dalam Warga Bantu Warga adalah penyediaan rumah sakit untuk pasien COVID-19, batuan oksigen, donor konvalesen dan juga permasalahan lain yang terdampak dari pandemic COVID-19. Melalui gerakan ini masyarakat menunjukkan diri untuk tidak menunggu dan bergantung pada pemerintah dalam menghadapi dampak

¹⁴F. Suwana. “Digital Activism in Bali: The ForBALI Movement. In *Security, Democracy, and Society in Bali Trouble with Protection*,” 2020, hlm 253-284.

¹⁵Tatik Dwi Lestari; Muhammad Ali Azhar; A.A Jayanthi Merta. Sagung. “Gerakan Sosial FORBALI Dalam Menghentikan Reklamasi Teluk Benoa Tahun 2014-2018.” **Jurnal Nawala Politika**, [S.L.], V. 1, N. 1, June 2019. ISSN 2827-9131.

yang ditimbulkan oleh pandemi. Solidaritas di antara masyarakat tumbuh dan menguat, direalisasikan melalui sebuah gerakan sosial sebagai respon atas pandemi. Dilansir dari jajak pendapat yang dilakukan oleh media Kompas pada pertengahan Mei tahun 2020, dapat dilihat menguatnya solidaritas publik, di mana 64% responden mengatakan masyarakat semakin peduli saat pandemi ini.¹⁶

Pada akhirnya media sosial memiliki peranan yang sangat penting. Media sosial menjadi alat penunjang utama untuk sebuah organisasi. Media sosial dapat mendorong terciptanya perubahan sosial. Media sosial memberdayakan orang untuk mengekspresikan pikiran dan pendapat mereka serta membaginya dengan orang lain. Untuk menambah kekuatan yang baru ditemukan ini, orang-orang menyadari bahwa mereka tidak berbicara dalam ruang hampa. Mereka membangun interaksi yang responsif bersama audiens, mengambil bagian dalam percakapan, menyampaikan sudut pandang, dan mendengar suara mereka. Sekarang seseorang tidak perlu menderita di tangan yang berkuasa, dipaksa dengan kualitas produk atau layanan yang tidak dapat diterima, atau menghabiskan hidupnya menunggu keadilan dan penyelesaian masalah. Seseorang memiliki pilihan untuk muncul di media sosial, memberikan sisi ceritanya, dan menuntut apa yang pantas dia dapatkan.

¹⁶<https://bjss.ub.ac.id/index.php/bjss/article/viewFile/7/4>. Diakses 26 Juli 2022.

SBKI (Serikat Buruh Konstruksi Indonesia) adalah salah satu organisasi yang memanfaatkan media sosial untuk mengkampanyekan isu, menyuarakan pendapat, membagikan ceritanya, dan menuntut apa yang pantas mereka dapatkan sebagai buruh konstruksi. Media sosial merupakan salah satu sarana yang digunakan oleh SBKI untuk memobilisasi gerakan sosial organisasi. Organisasi yang berisikan buruh konstruksi akan berjuang bersama-sama untuk kesejahteraan hidupnya, baik secara sosial maupun ekonomi.

Mengenai situasi buruh konstruksi saat ini, SBKI berkampanye melalui media sosial yang dimiliki dengan tujuan menyebarkan informasi kepada khalayak umum agar mengetahui bahwa buruh konstruksi berada pada situasi yang sangat rentan. Kerentanan tersebut meliputi ketidakpastian upah dan tidak adanya perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja untuk buruh konstruksi. Selain itu SBKI juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk berinteraksi dengan buruh konstruksi lainnya, baik sekedar untuk bertukar informasi atau dalam tingkat yang lebih lanjut digunakan untuk menceritakan permasalahan di tempat kerja masing-masing yang kemudian diteruskan dengan ajakan bergabung bersama SBKI untuk melakukan perjuangan bersama dalam penyelesaian masalah-masalah buruh konstruksi di tempat kerja, dalam hal ini adalah proyek konstruksi.

Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI) sendiri hadir atas dasar kerentanan pada sektor buruh konstruksi dan juga upah yang seringkali

tidak layak dengan apa yang telah mereka kerjakan. SBKI hadir sebagai wadah untuk buruh konstruksi untuk menampung semua kegelisahan yang dirasakan oleh buruh konstruksi dalam pekerjaan, seperti upah yang terlambat dibayarkan, keberlangsungan kerja yang tidak pasti, kasus mandor-mandor nakal, dan lain sebagainya.

Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI) didirikan pada tahun 2017 di Kecamatan Playen, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. SBKI secara formal tercatat sebagai salah satu serikat di Dinas Tenaga Kerja Gunung Kidul dan berafiliasi dengan Serikat Buruh Kerakyatan Indonesia. SBKI dapat dikatakan sebagai representasi dari kelompok buruh bangunan yang melakukan pergerakan untuk kesejahteraannya, termasuk didalamnya adalah kesejahteraan sosial.

Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh SBKI diikuti dengan dengan aksi serta gerakan yang berkelanjutan dan tidak serta merta berhenti di media sosial. Selain itu ada juga capaian-capaian yang dihasilkan dari peran media sosial yang dimanfaatkan oleh SBKI tersebut, capaian itu diantaranya tersebarnya informasi mengenai perjuangan SBKI melalui media sosial kepada seluruh lapisan masyarakat, bertambahnya jaringan organisasi, serta bertambahnya anggota organisasi.

Gerakan sosial yang dilakukan oleh SBKI diantaranya adalah dengan melakukan kampanye di media sosial mengenai kerentanan buruh informal sektor konstruksi, membuat artikel di website mengenai situasi buruh informal dan buruh formal di Indonesia, produk audio visual

mengenai gerakan yang dilakukan organisasi dalam menuntut hak-hak kuli bangunan yang selalu tidak terpenuhi. Hal ini menjadi menarik karena buruh konstruksi yang mayoritas berlatar belakang pendidikan rendah serta berada pada sektor informal ini menggunakan cara atau strategi penggunaan media sosial dalam melakukan perjuangannya.

Melihat penggunaan media sosial yang dilakukan oleh SBKI, peneliti berusaha untuk memetakan proses advokasi media sosial yang menjadi sarana perjuangan serta keterhubungannya pada mobilisasi gerakan sosial dalam organisasi. Strategi yang mampu dipetakan dengan tepat ini nantinya akan menjadi semacam formula yang mampu dikembangkan dalam mekanisme perjuangan buruh konstruksi agar bisa meluas dan menginspirasi gerakan yang sejenis. Bahkan, jika hasil pemetaan nanti menunjukkan hasil yang kurang memuaskan pun akan menjadi pembelajaran penting bagi gerakan-gerakan sosial yang sejenis di masa mendatang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana advokasi media sosial dalam memobilisasi gerakan sosial organisasi Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana advokasi media sosial

dalam memobilisasi gerakan sosial organisasi Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk akademisi, aktivis, dan masyarakat umum terkait advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI).

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kebijakan untuk pemerintah, serta dapat dijadikan rekomendasi program kerja untuk organisasi SBKI.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka pada umumnya berisi tentang uraian tentang teori dan berbagai bahan temuan yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian. Uraian dalam literature review ini diarahkan untuk menyusun kerangka pemikiran yang jelas tentang pemecahan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya pada perumusan masalah. Selain itu kajian Pustaka dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan dan

menghindari kesamaan penelitian. Pada penelitian “Advokasi Media Sosial dalam Mobilisasi Gerakan Sosial Organisasi (Studi kasus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia Yogyakarta)” peneliti melaksanakan kajian pustaka terhadap beberapa penelitian sebelumnya untuk menambah wawasan penulisan serta menghindari kesamaan penelitian seperti yang dimaksud diatas. Kajian tersebut antara lain yaitu :

Pertama, jurnal karya Dea Rizki Kapriani dan Djuana P. Lubis yang berjudul “Efektivitas Media Sosial Untuk gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan”. Dalam jurnal tersebut diutarakan bahwa media sosial telah menjadi salah satu media untuk kampanye gerakan sosial pelestarian lingkungan. Organisasi KeSeMaT sebagai organisasi pelestarian mangrove yang mengajak masyarakat untuk berpartisipasi melalui aktivitas online dengan menggunakan @KeSEMaT dan aktivitas offline. Penelitian ini mendeskripsikan keterlibatan followers akun @KeSEMaT dalam media sosial dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhinya, untuk mendeskripsikan efektivitas akun @KeSEMaT dalam menyebabkan perubahan perilaku followers dan analisis hubungannya dengan keterlibatan dalam media sosial, dan menganalisis keterlibatan followers akun @KeSEMaT dalam kegiatan offline dan analisis hubungannya dengan perubahan perilaku.

Dalam penelitian tersebut dijelaskan, dengan menggunakan media sosial (Twitter) pesan-pesan kampanye pelestarian mangrove lebih mudah disampaikan dan memudahkan interaksi antara KeSEMaT dengan para

pengguna Twitter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa followers mengakses Twitter sebanyak 2 sampai 3 kali perhari dengan durasi 40 sampai 60 menit. Sedangkan followers membaca tweet dari akun @KeSEMaT sebanyak 4 sampai 5 kali perhari dengan durasi 8 sampai 10 menit. Dalam mengakses Twitter, followers dipengaruhi oleh pendidikan, pendapatan, pengeluaran untuk akses internet, dan kepemilikan perangkat TIK. Akses terhadap akun Twitter @KeSEMaT efektif dalam mengubah perilaku dan sikap followers terhadap pelestarian mangrove. Semakin tinggi frekuensi dan durasi mengakses akun @KeSEMaT maka semakin tinggi perubahan perilaku yang terjadi. Perubahan perilaku efektif dalam menggerakkan followers untuk terlibat dalam kegiatan offline. Semakin tinggi perubahan perilaku, semakin tinggi pula keterlibatan followers dalam kegiatan offline pelestarian mangrove¹⁷. Persamaan antara jurnal ini dengan skripsi saya adalah sama-sama mengangkat advokasi media sosial dalam gerakan sosial, dan yang membedakan jurnal ini dengan skripsi saya adalah topik pembahasan serta pelaku gerakan sosial. Jika dalam jurnal ini memiliki topik pembahasan mengenai efektifitas media sosial dalam gerakan pelestarian lingkungan hidup, dalam skripsi saya memiliki topik pembahasan mengenai advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi Serikat Buruh Konstruksi Indonesia. Perbedaan yang kedua adalah, jika dalam jurnal ini pelaku gerakan sosial adalah orang

¹⁷Rizki Kapriani, Dea, Djuana P Lubis, "Efektivitas Media Sosial Untuk gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan", *SODALITY: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, (2015).

yang memiliki latar belakang pendidikan yang tinggi serta melek teknologi, dalam skripsi saya pelaku gerakan sosial adalah kuli bangunan itu sendiri yang berusaha memanfaatkan media sosial untuk melakukan gerakan sosial dalam organisasinya.

Kedua, jurnal karya Laila Kholid Alfirdaus dan Prasetyo Sitowin yang berjudul “Media Sosial dan Gerakan Sosial. Studi Kasus : Penggunaan Instagram Dalam Penolakan Pendirian Pabrik Semen di Kabupaten Rembang”. Dalam jurnal tersebut ditekankan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam gerakan sosial yang dilakukan. Keberadaan media sosial merupakan salah satu cara yang sangat membantu masyarakat dan memberikan manfaat dalam mewujudkan cita-cita gerakan tersebut. Media sosial dapat memberikan pengaruh baik bagi gerakan nyata di lapangan yang dilakukan oleh masyarakat itu sendiri. Selanjutnya jurnal ini juga memaparkan bahwa penggunaan media sosial dalam gerakan penolakan pabrik semen secara signifikan berpengaruh terhadap kepedulian masyarakat luas terhadap isu yang sedang dihadapi oleh masyarakat lokal terhadap ancaman pendirian pabrik semen, atau bisa disimpulkan gerakan ini menjadi tumbuh besar karena adanya penggunaan media sosial yang mampu memberikan informasi pada masyarakat luas sehingga memunculkan solidaritas atas dasar persamaan rasa ataupun identitas wilayah.

Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa keberadaan media sosial memberikan pengaruh terhadap pembentukan nalar masyarakat luas

dengan pengangkatan konten isu terkait lingkungan dan juga kemanusiaan. Kemudian dijelaskan juga bahwa penggunaan media sosial oleh penggerak sosial adalah untuk memperkuat jaringan, penggunaan media sosial dengan mengabarkan fakta lapangan kemudian akan memberikan pemahaman pada masyarakat dan secara langsung akan memperkuat jaringan karena dasar rasa kepedulian untuk bersolidaritas¹⁸. Persamaan jurnal ini dengan skripsi saya adalah penggunaan media sosial untuk melakukan gerakan sosial. Sedangkan perbedaan antara jurnal ini dengan skripsi saya terletak pada objek penelitian yang diangkat, dalam jurnal ini objek yang diangkat yaitu mengenai media sosial untuk gerakan sosial untuk menolak pembangunan pabrik semen di Rembang, sedangkan dalam skripsi saya objeknya adalah advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi kuli bangunan dalam hal ini adalah Serikat Buruh Konstruksi Indonesia.

Ketiga, jurnal karya Khairil Anam, Lala M Kolopaking, dan Rilus A Kinseng, dengan judul "Efektivitas Sosial Media Dalam Gerakan Sosial Penolakan Reklamasi Teluk Jakarta, Indonesia". Jurnal ini menganalisa efektivitas gerakan penolakan reklamasi di daerah Kampung Nelayan Kaliadem dan Kalibaru, Jakarta Utara. Hasil dari penelitian tersebut menegaskan bahwa gerakan sosial yang dilakukan oleh nelayan dilakukan

¹⁸P. Sitowin, dan L. K. Alfirdaus, "MEDIA SOSIAL DAN GERAKAN SOSIAL STUDI KASUS: PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM PENOLAKAN PENDIRIAN PABRIK SEMEN DI KABUPATEN REMBANG," *Journal of Politic and Government Studies*, vol. 8, no. 03, pp. 271-280, Jul. 2019.

karena melihat adanya upaya praktik-praktik yang mengancam keberlanjutan penghidupan nelayan melalui reklamasi. Bahasan mengenai reklamasi di media sosial dalam kurun waktu 2017 – 2019 cenderung fluktuatif dilihat dari intensitas perbincangan mengenai reklamasi di media sosial.

Dalam masalah reklamasi, muncul pengkubuan di media sosial maupun di dalam gerakan akar rumput. Setidaknya ada 3 pemegang peran dalam gerakan sosial ini, KSTJ dan AKAR sebagai representasi dari pemeran protagonis, Pemerintah Daerah, Pemerintah Pusat, dan Pengembang proyek reklamasi sebagai representasi pemeran antagonis, sedangkan *bystander* adalah publik secara luas. Pengkubuan ini juga dapat dilihat melalui pemetaan SNA, dimana masing-masing pemeran membentuk jaringan sesuai dengan sikap yang ditunjukkan mengenai permasalahan reklamasi.

Penggunaan media sosial sebagai media aktivis dalam menjalin komunikasi dan koordinasi dianggap efektif dalam membantu keberhasilan dalam gerakan yang dilakukan. Meski begitu penggunaan media sosial dalam gerakan ini bersifat fleksibel dan tidak mutlak, sehingga hadir atau tidaknya media sosial tidak menghambat proses gerakan yang sedang dijalankan¹⁹. Persamaan antara jurnal ini dengan skripsi saya terdapat pada penggunaan media sosial dalam melakukan

¹⁹Khairil Anam, Lala M Kolopaking, Rilus A Kinseng, “Efektivitas Sosial Media Dalam Gerakan Sosial Penolakan Reklamasi Teluk Jakarta, Indonesia”, *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 08 (01) 2020.

gerakan sosial, dimana media sosial dianggap efektif untuk melakukan sebuah gerakan sosial. Sedangkan perbedaan jurnal ini dengan skripsi saya terdapat pada topik penelitian, jika dalam jurnal ini membahas mengenai efektifitas media sosial dalam gerakan sosial penolakan reklamasi teluk Jakarta, pada skripsi saya topik yang dibahas adalah advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi.

F. Kerangka Teori

1. Teori Advokasi

a. Definisi

Advokasi berasal dari kata *advocatus* dalam bahasa latin yang artinya membantu seseorang dalam perkara. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan bahwa istilah advokat atau advokat yaitu ahli hukum yang berwenang sebagai penasihat atau pembela perkara di pengadilan, dalam istilah lain disebut pengacara.. Jadi dalam bahasa Indonesia advokasi adalah pembelaan, sokongan atau bantuan terhadap seseorang yang mempunyai permasalahan.²⁰

Tujuan dan sasaran advokasi adalah terjadinya perubahan kebijakan publik. Dengan kata lain, advokasi sebenarnya hanyalah salah satu dari perangkat sekaligus proses-proses demokrasi yang dapat dilakukan oleh warga negara untuk mengawasi dan melindungi kepentingan mereka

²⁰Hadi Pratomo, ADVOKASI : Konsep, Teknik dan Aplikasi di Bidang Kesehatan di Indonesia,(Jakarta : PT Rajagrafindo Perkasa, 2015), Hal 6.

dalam kaitanya dengan kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah. Sehingga advokasi hanyalah bertujuan mengubah, menyempurnakan atau bahkan membela suatu kebijakan publik tertentu.²¹

Merujuk pada makna advokasi tersebut diatas, dalam pekerjaan sosial, advokasi diarahkan pada aras sosial, sehingga istilah yang digunakan advokasi sosial. Zastrow dalam Adi Fahrudin menjelaskan, advokasi sosial adalah sebagai kegiatan menolong Pemerlu Pelayanan Kesejahteraan Sosial (PPKS) atau sekelompok PPKS untuk mencapai layanan tertentu ketika mereka ditolak suatu lembaga atau suatu sistem layanan, dan membantu memperluas pelayanan agar mencakup lebih banyak orang yang membutuhkan.²²

b. Tujuan Advokasi

Advokasi Sosial dilakukan manakala melihat suatu kondisi yang tidak menunjukkan keberpihakan pada orang yang bermasalah dalam mengakses pelayanan sosial. Advokasi sosial dilakukan oleh pekerja sosial untuk membela kepentingan PPKS jika lembaga pelayanan yang ada tidak tertarik, tidak mau, atau bahkan memusuhi mereka. Tujuannya bukan untuk menghakimi, mencela atau melecehkan sistem yang ada, tetapi untuk mengubah suatu lembaga atau suatu sistem baik program maupun kebijakannya agar responsif terhadap kebutuhan-kebutuhan PPKS.

²¹ <https://digilib.uinsby.ac.id/18467/7/Bab%202.pdf>. Diakses 28 Juli 2022.

²² Adi Fahrudin, "Advokasi Pekerjaan Sosial", *F:\KOLEKSI MAKALAH-1\NASKAH AKHIR ADVOKASI SOSIAL.doc*, Juli 2010, Hal 6.

Tujuan advokasi sosial bermaksud untuk mengubah kebijakan, program atau kedudukan dari pemerintah, institusi atau organisasi. Lebih fokusnya, tujuan advokasi sosial adalah apa yang ingin kita ubah, siapa yang akan melakukan perubahan itu, seberapa banyak, dan kapan. Menurut ZastroW, advokasi sosial adalah menolong PPKS atau sekelompok PPKS untuk mencapai layanan tertentu ketika PPKS (individu atau kelompok) ditolak suatu lembaga atau sistem pelayanan, dan membantu memperluas layanan agar mencakup lebih banyak orang yang membutuhkan. Pada umumnya kerangka waktu untuk suatu pencapaian tujuan advokasi sosial adalah 1-3 tahun.²³

c. Jenis-Jenis Advokasi Sosial

Jenis advokasi sosial menurut Sheafor, Horejsi dan Horejsi, DuBois dan Miley, dan Suharto, terbagi 2, meliputi:

1. Advokasi Kasus

Kegiatan yang dilakukan seorang pekerja sosial untuk membantu PPKS agar mampu menjangkau sumber atau pelayanan sosial yang telah menjadi haknya. Alasannya terjadi diskriminasi atau ketidakadilan yang dilakukan oleh lembaga, dunia bisnis atau

²³ https://bppps.kemensos.go.id/bahan_bacaan/file_materi/advokasi-sosial.pdf. Diakses 28 Juli 2022, Hal 4.

kelompok profesional terhadap PPKS dan PPKS sendiri tidak mampu merespon situasi tersebut dengan baik.²⁴

2. Advokasi Kelas

Diarahkan pada kegiatan-kegiatan atas nama kelas atau sekelompok orang untuk menjamin terpenuhinya hak-hak warga dalam menjangkau sumber atau memperoleh kesempatan-kesempatan²⁵.

3. Advokasi Media

Advokasi media adalah penggunaan media sosial secara strategis untuk menciptakan kebijakan publik yang adil dan mencakup seluruh lapisan masyarakat. Advokasi media menggunakan berbagai strategi melalui media, seperti melakukan kampanye mengenai isu-isu yang diangkat melalui media sosial, dengan tujuan informasi tersebut dapat tersampaikan dan diketahui masyarakat luas. Advokasi media sosial mencoba untuk mengemas dan menciptakan ruang diskusi publik untuk meningkatkan

²⁴ https://bppps.kemensos.go.id/bahan_bacaan/file_materi/advokasi-sosial.pdf. Diakses 28 Juli 2022, Hal 5-6.

²⁵ *Ibid.*

dukungan dan mendorong terciptanya kebijakan publik yang sehat dan adil.²⁶

Advokasi media dapat diartikan sebagai tindakan untuk memberikan dukungan dan pembelaan yang mengindikasikan keinginan untuk memihak kepada salah satu bagian aktor dalam sebuah isu yang melibatkan dua atau lebih pihak. Advokasi secara umum merupakan tindakan yang berorientasi kepada proses persuasi kepada masyarakat untuk dapat melihat sebuah isu dari perspektif pihak tertentu yang kemudian berusaha untuk mengajak masyarakat mendukung posisi yang ditawarkan satu pihak. Untuk itu, terdapat tiga hal yang menjadi tujuan advokasi media yaitu: untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap sebuah isu, membuat rangkaian berita terpercaya sebagai sumber informasi yang dapat mengubah persepsi masyarakat, dan memotivasi seluruh bagian masyarakat ataupun instansi pemerintahan untuk kemudian berkontribusi dalam isu-isu yang diangkat sebelumnya.

Advokasi media sosial atau media massa setidaknya memiliki tiga fungsi, diantaranya²⁷:

²⁶ U.S. Department of Health and Human Services, *Media Strategies for Smoking Control: Guidelines*. (NIH Publication: Washington, D.C., 1989), hlm. 30I3.

²⁷ *Ibid*, hlm 3015.

1. Advokasi media untuk mengangkat masalah ke permukaan

Fungsi ini berisikan penyusunan program advokasi. Program yang disusun dalam proses advokasi ini ditujukan agar masyarakat umum dapat mengetahui dan mendukung advokasi yang dilakukan, karena dukungan masyarakat sangat bergantung dengan apa yang kita lakukan di media sosial.

2. Advokasi media berfokus pada akar permasalahan

Fungsi yang kedua, advokasi media membantu untuk fokus pada penyebab utama sebuah masalah. Ketika advokasi media fokus pada akar permasalahan hal tersebut dapat mempermudah menemukan penanggung jawab utama untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

3. Advokasi media meningkatkan inisiatif sosial

Advokasi media berusaha untuk menstimulasi dan meningkatkan inisiatif masyarakat luas sebagai pendekatan utama untuk penyelesaian masalah yang ada dalam lingkungan masyarakat. Dalam tataran yang lebih besar, advokasi media dapat mendorong pemerintah untuk menetapkan kebijakan publik, dimana tujuan dari fungsi tersebut adalah terciptanya perubahan struktur sosial dalam masyarakat.

2. Gerakan Sosial

a. Definisi Gerakan Sosial

Gide dalam Wahyudi menjelaskan, gerakan sosial adalah suatu gerakan yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Gerakan sosial disebabkan oleh adanya suatu ketidaksesuaian antara yang diinginkan dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang bertujuan untuk mencapai keadilan secara merata. Gerakan sosial adalah suatu kekuatan kunci untuk mencapai perubahan sosial. Gerakan sosial memiliki suatu karakter masing-masing sesuai dengan keadaan zaman dan masalah yang diangkat.²⁸

Gerakan sosial merupakan bentuk gerakan kolektif. Gerakan kolektif mengacu pada suatu tindakan secara kolektif baik oleh dua atau lebih dari dua orang yang memiliki tujuan yang sama²⁹. Gerakan sosial tidak bisa dilakukan secara individu. Aktivitas secara terorganisir sangat diperlukan dalam melakukan gerakan sosial. Apapun masalah atau isu yang diangkat dalam gerakan sosial harus memenuhi unsur kolektif, berkelanjutan, berkesinambungan serta terorganisir. Gerakan sosial juga merupakan struktur jaringan yang mempermudah mobilisasi massa, serta

²⁸ *Ibid*, hlm 21.

²⁹ Enkin Asrawijaya. (2018). Dinamika Gerakan Sosial Gafatar. *Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 1(1), 279–288.

memiliki banyak anggota dan masing-masing organisasi memiliki suatu posisi sentral dalam jaringan pergerakan yang saling berhubungan.³⁰

b. *New Social Movement Theory* (Media Sosial dan Gerakan Sosial)

Gerakan sosial merupakan bentuk perlawanan politik dengan menyuarakan sebuah isu atau wacana dalam prosesnya. Gerakan sosial pada masa ke masa mengalami beberapa pembaharuan. Gerakan sosial pada zaman dahulu sebatas menggunakan pola-pola konvensional. Dari masa ke masa gerakan sosial mulai menghadirkan variasi dengan tidak mengesampingkan esensi isu ataupun wacana yang dibawa. Di kehidupan yang serba modern mulai abad ke-20, gerakan sosial mulai dijalankan dengan berbagai variatif. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang begitu masif mempengaruhi pola-pola atau strategi dalam melakukan gerakan sosial. Pada masa silam sebelum TIK begitu berkembang, gerakan sosial diimplementasikan melalui media-media konvensional seperti koran, radio, televisi, dari mulut ke mulut dan juga telegram. Akan tetapi, pesatnya perkembangan internet menghadirkan media sosial sebagai sarana baru yang dapat digunakan dalam proses gerakan sosial.³¹

³⁰ Wahyudi, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial*, hlm 22.

³¹ Shabitah, D. (2014). *Gerakan Sosial Baru: Studi Penggunaan Jejaring Sosial Twitter Dalam Memobilisasi Massa Pada Gerakan Gejayan Memanggil I Di Yogyakarta* (pp. 1–29).

Karakteristik media sosial yang sederhana, mudah menyebar dan tanpa hierarki menjadikannya sebagai salah satu wadah terbaik untuk memulai pergerakan sosial. Media sosial dinilai sangat efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi. Propaganda pergerakan sosial dalam media sosial dapat ditempuh untuk memberikan literasi dan juga memicu individu untuk turut serta dalam melakukan perlawanan³². Interaksi secara *online* dalam media sosial dapat mempengaruhi niat dan keinginan individu lain untuk menyuarakan isu dan melakukan gerakan sosial secara digital hingga dunia nyata.

Aktivitas pergerakan sosial tidak dapat dianggap remeh mengingat masyarakat khususnya pemuda dunia hari ini menggunakan media sosial dalam kebutuhan hidupnya. Berbagai upaya propaganda dalam media sosial bukan dilakukan tanpa strategi dan analisa sebelumnya.³³

Strategi untuk keberhasilan advokasi media setidaknya terbagi menjadi dua. Pertama, *framing the issue to get access to media*. Strategi ini merupakan bagaimana advokasi media membingkai isu yang ada untuk kemudian disebarkan secara masif dan konsisten melalui media sosial dan atau media massa. Strategi ini dinilai sebagai sebuah langkah sukses dalam advokasi media karena dengan strategi tersebut dapat menggiring masyarakat untuk mengikuti isu yang sedang diangkat. Kedua, *framing the*

³² Agung, I. G., & Kade, A. (2016). "Media Sosial sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi". *Jurnal ILMU KOMUNIKASI Mentransformasi*, 13(1), 73–92.

³³ Nordin, N. H., Mohamad, A. M., Hidayu, N., Syuhada, N., & Media, A. M. (2019). *Media Sosial dan Instagram Menurut Islam*.

issue of the content. Strategi ini berfokus pada konten advokasi media untuk mengangkat isu yang sedang dihadapi. Dalam strategi ini isu yang ada dibuat kontroversial, dramatis, dan dapat menarik perhatian masyarakat luas untuk mendukung penyelesaian isu yang dihadapi.³⁴

Menurut Sukmana dalam teori gerakan sosial baru, bahwa terdapat perubahan karakter dari gerakan sosial. *New social movements theory* menekankan pada kekhasan gerakan sosial yang juga berkaitan dengan penggunaan media sosial dalam pengangkatan isu dan wacana perlawanan. *New social movements theory* mementingkan bagaimana proses mempromosikan ide pada khalayak umum agar mendapat asupan informasi yang sama sehingga melahirkan keinginan untuk terlibat serta dalam kelompok gerakan sosial. Media sosial sebagai salah satu media yang dapat dimaksimalkan guna memaksimalkan hal tersebut. Kemudian terdapat berapa karakter dari *New social movements theory*, karakter tersebut adalah tujuan dan ideologi, taktik, struktur dan partisipasi dari gerakan kontemporer³⁵. Hal ini dapat digabung dan dikombinasikan untuk dimuat dalam berbagai *platform* media sosial dan menjadi titik dasar pergerakan.

Ulfa & Fatchiya menjabarkan bahwa media sosial memiliki kekuatan yang besar untuk membentuk gerakan sosial yang solid dan

³⁴ Hadi Pratomo, *Advokasi Media (Media Advocacy)*, https://ocw.ui.ac.id/pluginfile.php/231/mod_resource/content/0/Sesi%209%20Advokasi%20Media.pdf, diakses pada 1 Desember 2022.

³⁵ Sukmana, O. (2016). *Konsep Dan Teori Gerakan Sosial*.

bertahan. Hal tersebut dikarenakan kekuatan CMC (*Computer Mediated Communication*) dalam penyebaran informasi mampu menggalang rasa kebersamaan serta solidaritas secara sosial dalam waktu yang cepat dan mencakup banyak orang sekaligus³⁶. Konsep gerakan sosial secara online tidak hanya menampung kelompok secara virtual saja, akan tetapi menjadi dasar komunikasi untuk perkumpulan di dunia nyata pula. Propaganda gerakan sosial yang dimuat dalam media sosial dapat menumbuhkan kepekaan sosial masyarakat. Secara tidak langsung pasca mendapatkan informasi tentang isu dan wacana dalam tuntutan kelompok gerakan, individu pengguna media sosial akan peduli dan tergabung dalam kelompok gerakan sosial itu sendiri. Tingkat kepekaan pengguna ini juga didasarkan pada kelompok umur, dalam hal ini remaja lebih peka terhadap situasi-situasi sosial yang ada³⁷.

Gerakan sosial menurut Sutrisna dapat dimulai dari memperbanyak literasi digital kepada masyarakat. *Platform* media sosial dapat dijadikan media untuk mengubah pola pikir masyarakat yang dulunya apatis terhadap suatu isu menjadi peduli dan berkeinginan untuk ikut turut serta dalam kelompok gerakan sosial. Media sosial dapat menjadi sesuatu yang positif jika difungsikan dengan baik dan benar. Gerakan literasi digital dapat menumbuhkan pemikiran kritis masyarakat terhadap suatu isu. Jika

³⁶ Ulfa, G. S., & Fatchiya, A. (2018). Efektivitas Instagram“ EARTH HOUR BOGOR ” Sebagai Media Kampanye Lingkungan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1).

³⁷ Gita Aprinta E.B, E. D. S. . (2017). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Tingkat Kepekaan Sosial di Usia Remaja. *THE MESSENGER*, 9(1), 65–69.

hal ini dimaksudkan tentu akan menjadi pola yang baik dan efisien dalam mendulang massa gerakan kelompok³⁸.

Media sosial dapat membentuk jaringan sosial yang cepat dan luas sehingga sangat bermanfaat dalam pendistribusian isu gerakan sosial. Media sosial dan gerakan sosial di era digital seolah dua hal yang tidak dapat dipisahkan adanya³⁹. Jaringan protes yang dilayangkan dalam media sosial dapat menjadi sesuatu yang dapat dipertimbangkan kembali oleh pemerintah selaku pemangku kebijakan. Tidak jarang adanya pertimbangan kembali oleh pemerintah pasca adanya berbagai jaringan protes masyarakat yang tertuang dalam berbagai *platform* media sosial. Pada hal ini, media sosial memiliki fungsi yang fundamental dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah. Perkumpulan kelompok yang termuat dalam media sosial bukanlah aksi sepele yang tidak mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah, akan tetapi dapat terjadi sebaliknya⁴⁰.

c. Mobilisasi Sumberdaya Gerakan Sosial

Teori mobilisasi sumber daya (Resource Mobilization Theory) merupakan teori yang diperkenalkan oleh Anthony Oberschall yang meneliti bagaimana gerakan sosial dapat muncul dan berhasil dengan

³⁸ I Putu Gede Sutrisna, *Gerakan Literasi Digital Pada Masa Pandemi*, (Institut Teknologi dan Kesehatan Bali, 2020), hal. 277

³⁹ Ley, B. L., & Brewer, P. R. (2018). Social Media , Networked Protest , and the March for Science. *Social Media + Society*, 1(12). <https://doi.org/10.1177/2056305118793407>

⁴⁰ Sumarwan, A. (2018). Memahami Framing Gerakan Sosial. *Basis*, 1(2).

proses-proses sosial yang dilakukannya⁴¹. Mobilisasi (mobilization) sendiri mengacu pada proses pembentukan kerumunan, kelompok, asosiasi, dan organisasi untuk mencapai suatu tujuan kolektif.⁴²

Teori mobilisasi sumber daya berasumsi bahwa jika ada ketidakpuasan yang terjadi dalam suatu masyarakat, hal tersebut cukup memungkinkan gerakan sosial muncul. Gerakan sosial dimaknai oleh para pemikir teori mobilisasi sumber daya sebagai Gerakan kontemporer yang syarat akan bentuk komunikasi dan organisasi yang canggih dibanding gerakan sosial 'lama' yang cenderung tidak terorganisir dengan baik.⁴³

Gerakan sosial dalam kacamata teori mobilisasi sumber daya justru melihat bahwa perilaku kolektif dilakukan dengan mobilisasi pergerakan yang terorganisir, dan pembentukan organisasi sebagai wadah gerakan justru diperlukan untuk memelihara tujuan yang ingin dicapai serta pergerakan berlangsung berkelanjutan. Dari penjabaran tersebut, maka adanya pembentukan organisasi AKP dapat dilihat sebagai sebuah bagian strategis yang minimal dapat menghimpun para penganut aliran kebatinan perjalanan dalam satu naungan organisasi. Naungan organisasi ini pun tidak hanya sebagai wadah dan sarana para

⁴¹ Oman Sukmana, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*, (Malang, Intrans publishing, 2016) Hal. 171-176

⁴² Klandermans, Bert. 1997. *The Social Psychology of Protest*. Cambridge: Blackwell.

⁴³ Oman Sukmana, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*, (Malang, Intrans publishing, 2016) Hal. 171-172.

penghayat melakukan ritual atau aktivitas kepercayaannya saja, namun dijadikan wadah mobilisasi dan penghimpunan sumber daya-sumber daya dari partisipan untuk gerakan sosial.⁴⁴

Menurut Canel dalam Tri Wibowo, pendekatan mobilisasi sumber daya memusatkan analisisnya pada seperangkat proses kontekstual (keputusan mengenai pengelolaan sumberdaya, dinamika organisasi, serta perubahan politik) yang memungkinkan gerakan sosial untuk mengoptimalkan potensi-potensi struktural yang dimiliki guna mencapai tujuannya. Pendekatan ini menganalisis bagaimana para aktor gerakan sosial mengembangkan strategi dan berinteraksi dengan lingkungannya untuk memperjuangkan kepentingan-kepentingan mereka. Munculnya gerakan sosial dan capaian dari aktivisme mereka dipandang sebagai hasil dari proses yang terbuka dan dipengaruhi oleh serangkaian taktik, strategi dan keputusan tertentu yang dipilih oleh para aktor dalam konteks relasi kuasa dan interaksi konfliktual yang ada.

Dalam perspektif mobilisasi sumberdaya, John D. McCarthy dan Mayer N. Zald menekankan pada kondisi yang mendukung perubahan nilai-nilai pada tindakan yang nyata, serta menekankan pada kondisi yang mempermudah organisasi yang melakukan gerakan sosial dalam menjalin kerjasama maupun berkompetisi.

⁴⁴ <http://socius.ppi.unp.ac.id/index.php/socius/article/view/381/68>. Diakses 1 Desember 2022.

Gerakan sosial bukanlah gerakan yang berjalan dengan tertutup. Gerakan sosial harus memiliki hubungan dengan organisasi lain, terutama dengan organisasi yang memiliki garis besar haluan yang sama. Pendekatan mobilisasi sumber daya gerakan sosial harus melakukan penyelidikan terhadap keanekaragaman sumber daya yang akan dimobilisasi dalam suatu gerakan sosial yang akan dilakukan, serta

McCarthy dan Zald memaparkan mengenai aspek penting dalam mobilisasi sumberdaya gerakan sosial, seperti adanya basis dukungan, strategi dan pendekatan, hubungan dengan masyarakat luas. Dalam strategi mobilisasi sumber daya gerakan sosial setidaknya terdapat 3 strategi⁴⁵, yaitu :

1. Basis Dukungan

Aspek yang pertama adalah adanya basis dukungan. Dukungan yang ada dapat berupa dana, fasilitas, dan juga tenaga. Dengan adanya dukungan ini sebuah gerakan sosial dapat berjalan dengan efektif serta massa yang terlibat langsung dalam pergerakan merasa terapresiasi dan semangat dalam perjuangannya. Selain itu dengan adanya basis dukungan, peningkatan kualitas sumber daya manusia yang ada dalam sebuah gerakan sosial akan meningkat, dan

⁴⁵McCarthy, dan Mayer N Zald, “*Resource Mobilization and Social Movements, A Partial Theory*,” *The American Journal of Sociology* Vol 82 (1997): 1217.

hal itu sangat berpengaruh pada keberhasilan gerakan yang dilakukan.

2. Strategi dan pendekatan

Tujuan dari gerakan sosial adalah mempengaruhi kebijakan pemerintah. Agar tujuan ini tercapai maka diperlukan sebuah strategi dan pendekatan kepada pihak yang memegang wewenang dalam isu yang diangkat dalam sebuah gerakan sosial.

Selain membangun relasi dengan pihak yang berwenang terhadap isu yang diangkat dalam gerakan sosial, membangun relasi dengan organisasi atau kelompok yang memiliki isu sama dengan gerakan yang dilakukan juga penting agar gerakan sosial bisa terus meluas dan menjadi sangat kuat untuk kemudian mencapai apa yang menjadi tujuan utama sebuah gerakan sosial yang dilakukan.

2. Relasi dengan Masyarakat luas

Aspek ini memaparkan bahwa relasi dengan masyarakat luas dalam gerakan sosial merupakan sebuah strategi untuk mempengaruhi masyarakat luas yang sebelumnya apati terhadap isu gerakan sosial yang sedang diangkat menjadi memberi dukungan terhadap gerakan tersebut. Agar tujuan ini dapat tercapai maka diperlukan proses edukasi agar masyarakat dapat memahami

mengenai isu yang diangkat dan menjadi memiliki motivasi untuk mendukung gerakan yang dilakukan.

Setiap Social Movement Organization (SMO) harus mampu mengelola sumber- sumber (resources) yang tersedia dengan baik. Sumber-sumber dimaksud meliputi sumber-sumber material, seperti pekerjaan (jobs), penghasilan (income), dan tabungan (savings), serta sumber-sumber non-material seperti wewenang (authority) komitmen moral (moral commitment), kepercayaan (trust), persahabatan (friendship), kemampuan (skills) dan sebagainya. Menurut Oberschall, keberhasilan dan kegagalan sebuah gerakan, tergantung atas seberapa banyak orang-orang yang tergabung ke dalam organisasi, bagaimana mengarahkan mereka, apa pengorbanan mereka, dan bagaimana mereka bertahan terhadap pihak lawan (opponents).⁴⁶

G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian atau metode ilmiah adalah syarat atau langkah-langkah dalam mendapatkan ilmu atau pengetahuan ilmiah, singkatnya metode penelitian adalah cara sistematis dalam menyusun ilmu pengetahuan. Metode penelitian pada umumnya mengacu pada jenis-jenis dari penelitian yang akan dilakukan⁴⁷.

⁴⁶ Oman Sukmana, *Konsep dan Teori Gerakan Sosial*, (Malang, Intrans publishing, 2016) Hal.174-175.

⁴⁷ Prof. Dr. Suryana, M.Si., "Metodologi Penelitian : *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*," Universitas Pendidikan Indonesia (2012): 15.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan survei langsung ke lokasi penelitian di Serikat buruh Konstruksi Indonesia untuk mencari informasi yang terkait dengan advokasi media sosial Serikat Buruh Konstruksi (SBKI) dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi. Jenis penelitiannya merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), artinya data yang menjadi rujukan merupakan fakta-fakta yang didapati dari lapangan.⁴⁸ Sifat penelitiannya sendiri merupakan penelitian yang bersifat deskriptif analisis. Penelitian deskriptif analisis ini adalah penelitian yang menuturkan, menganalisa, dan mengklasifikasi data secara kualitatif.⁴⁹

2. Subjek dan Objek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah buruh/pekerja bangunan dalam serikat buruh konstruksi Indonesia (SBKI) yang dapat memberikan informasi mengenai advokasi media sosial Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI) dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi. Peneliti menggunakan sampel data dengan data yang didapatkan melalui wawancara dengan pengurus SBKI dan perwakilan anggotanya yang memiliki keterlibatan aktif dalam aktivitas organisasinya. Objek penelitiannya sendiri

⁴⁸ Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian kualitatif jenis, karakteristik, dan keunggulannya*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), hlm. 2.

⁴⁹ Saefudin Anwar, *Metode penelitian bidang sosial*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 1990), hlm. 63.

adalah bagaimana advokasi media sosial Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI) dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 sumber data yaitu:

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini yaitu hasil wawancara dengan subjek-subjek yang sudah ditentukan.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini yang termasuk data sekunder seperti skripsi, jurnal, artikel, buku, situs web yang sesuai dengan apa yang sedang diteliti

4. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode yang sering dikenal dengan metode *non-probability sampling*. Gall dan Borg mengatakan bahwa sampel yang didapat dalam *non probability sampling* dipilih berdasarkan tujuan dan kebutuhan dari peneliti. Pengambilan sampling non-

probabilitas ini sendiri memiliki dua kriteria sebagaimana berikut; 1) Setiap individu dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama dengan individu lainnya untuk dijadikan sampel, 2) Pemilihan sampel berdasarkan tujuan penelitian dan subjektivitas penelitian. Gall dan Borg melanjutkan penjelasannya bahwa setidaknya ada beberapa cara untuk menentukan teknik sampling non-probabilitas diantaranya; *convenience, purposive, opportunity, snowball, combination, volunteer*.⁵⁰

Teknik yang digunakan peneliti dalam penelitiannya ini adalah teknik *purposive sampling*. Penjelasan *purposive sampling* ini adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan atau nilai guna individu pada penelitian yang dilakukan. Individu tersebut digunakan sebagai sampel karena memiliki banyak informasi yang dibutuhkan peneliti.⁵¹ Pada teknik ini, peneliti akan memilih sampel sesuai dengan kriteria yang diinginkan dan yang dibutuhkan sehingga mempermudah dan memperjelas penelitian.

Kriteria yang peneliti tetapkan sebagai acuannya adalah sebagai berikut:

- a. Anggota SBKI yang aktif lebih dari 2 tahun
- b. Pengurus dan Anggota SBKI yang terlibat aktif dalam kegiatan organisasi, rapat rutin, dan kegiatan yang telah diprogramkan lainnya.

⁵⁰ Febri Endra, *Pedoman Metodologi Penelitian Statistika Praktis*, (Sidoarjo: Zifatama Jawa, 2017), hlm. 45.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 46.

- c. Pengurus dan Anggota SBKI yang namanya terdaftar dalam SK pencatatan Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Gunung Kidul.

Peneliti hanya akan mengambil sampel dengan kriteria di atas, hal ini dimaksudkan peneliti agar penelitiannya tidak melebar atau keluar konteks, serta mudah mendapatkan data yang sesuai.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode Wawancara

Metode wawancara tersebut merupakan wawancara yang terkait dengan advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial buruh bangunan. Wawancara yang dilakukan dengan menggunakan panduan berupa pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya oleh penulis. Wawancara ini ditujukan kepada Anggota dan Pengurus SBKI yang memenuhi kriteria yang peneliti tetapkan di *Purposive Sampling*.

b. Metode Observasi

Selain metode wawancara, peneliti juga menggunakan metode observasi non partisipatif. Metode ini dilakukan oleh peneliti dengan melibatkan pelaku yang bersangkutan dengan advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi. Metode ini dilakukan dengan mengamati aktivitas media sosial yang

dilakukan oleh SBKI untuk memobilisasi gerakan sosial organisasi dan terjun langsung ke lapangan guna memverifikasi data dengan melibatkan narasumber lain.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini digunakan sebagai penguat data yang diperoleh peneliti saat melakukan observasi di lapangan. Dokumentasi dapat berupa foto saat melakukan wawancara maupun data wawancara yang diperoleh terkait advokasi media sosial dalam mobilisasi gerakan sosial organisasi.

6. Analisis Data

Menurut Moleong, analisis data adalah sebuah upaya dari peneliti untuk mengatur dan menyusun data, untuk kemudian memilahnya menjadi satu kesatuan yang memiliki pola penting dan memutuskan hal apa yang akan dipaparkan kepada publik.⁵² Adapun beberapa tahapan dalam proses analisis data, yaitu :

a. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya

⁵² Suwendra, (*Metodologi Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, Dan Keagamaan*), hlm 74.

dan membuang yang tidak perlu⁵³. Peneliti mendeskripsikan hasil wawancara dalam bentuk transkrip yang terpisah. Hal ini ditujukan agar mempermudah peneliti dalam menyajikan data.

b. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman bahwa penyajian data adalah proses menunjukkan sekumpulan informasi secara tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan⁵⁴. Dalam metode ini peneliti menyisihkan data yang tidak sesuai dengan tema penelitian, sehingga mempermudah proses penarikan kesimpulan dan data yang disajikan mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah semua data tersusun selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan. Tetapi dalam proses verifikasi data guna penarikan kesimpulan diperlukan adanya uji kebenaran dan kesesuaian data lapangan sehingga validitas data terjamin. Validitas data diuji menggunakan metode keabsahan data/Triangulasi. Dalam metode ini dilakukan perbandingan dari hasil wawancara dan observasi yang diperoleh dari narasumber satu dengan yang lain oleh peneliti. Kemudian digunakan juga data dokumentasi, sebagai

⁵³ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 248

⁵⁴ Sandu Siyoto dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 2015, hlm 123.

pelengkap keabsahan data yang sudah didapat, sehingga dengan adanya pembandingan data satu dengan data yang lain dapat diperoleh data yang tepat.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini disusun untuk mempermudah pemahaman dalam pembahasan isi skripsi. Maka sistematika ini disusun secara utuh dan sistematis sebagai berikut:

Bab I, merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, sistematika pembahasan

Bab II, bab ini menguraikan secara umum tentang profil SBKI dan aktivitas yang dilakukan dengan memperdalam pembahasan mengenai judul yang dibuat oleh peneliti, yang ditujukan sebagai pengantar dalam bab-bab berikutnya.

Bab III, bab ini merupakan bagian inti dari penelitian yang membahas tentang bagaimana peran media sosial SBKI dalam peningkatan gerakan sosial organisasi.

Bab IV, bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan serta saran terkait dengan penelitian.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Advokasi media sosial dalam memobilisasi gerakan sosial organisasi merupakan sebuah gerakan sosial baru yang cukup efektif. Munculnya gerakan sosial melalui media sosial didasari oleh semakin majunya perkembangan teknologi informasi, komunikasi saat ini, serta pengguna aktif media sosial yang semakin luas dari berbagai macam lapisan masyarakat.

Penelitian ini menemukan Serikat Buruh Konstruksi Indonesia (SBKI) menggunakan empat media sosial untuk melakukan advokasi berbagai isu. Melalui Instagram (@SBKI_berjuang), SBKI membagikan konten advokasi berbentuk audio visual dan gambar (poster dan foto kegiatan). Melalui laman resmi (serbukindonesia.org), digunakan tulisan (berita dan siaran pers berupa pernyataan sikap) dan gambar (foto kegiatan, poster, dan ilustrasi lainnya). Melalui media Youtube (Serbuk Indonesia), SBKI melakukan kampanye dan advokasi dengan bentuk video berisi wawancara dan dokumenter. Sementara itu, melalui Facebook digunakan fitur grup komunitas.

Terdapat empat permasalahan yang diadvokasikan oleh media SBKI. Keempatnya yaitu upah kuli bangunan di bawah Upah Minimum Kota/Kabupaten (UMK) di DIY, mekanisme pemberian upah yang tidak

sesuai, Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) para kuli bangunan yang tidak terpenuhi, dan tidak tersedianya jaminan kesehatan atau BPJS Ketenagakerjaan untuk kuli bangunan. Keempat permasalahan ini dipublikasikan oleh SBKI dengan fokus pada akar permasalahan atau penyebab hingga memobilisasi inisiasi sosial dari para kuli bangunan maupun masyarakat umum.

Dalam menjalankan advokasinya, SBKI mendapat dukungan dari Serbuk Indonesia, Building and Wood Worker's International (BWI), Organisasi Kanal Muda, dan Organisasi Mahasiswa. Dukungan yang diberikan berupa fasilitas, dana, hingga dukungan kampanye di media sosial organisasi-organisasi terkait. Dalam berbagai bentuk kampanye yang sudah dilakukan, SBKI pun mendapat respons dari pihak pemerintah, dalam hal ini adalah Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Gunung Kidul. Selain itu, dukungan juga didapat dari kalangan masyarakat umum yang menaruh perhatian pada isu yang diadvokasikan oleh SBKI berupa dukungan kehadiran dalam aksi lapangan yang diselenggarakan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan terkait Advokasi Media Sosial dalam Mobilisasi Gerakan Sosial Organisasi (Studi Kasus Serikat Buruh Konstruksi Indonesia Yogyakarta), peneliti memberikan saran untuk beberapa pihak mengenai advokasi media sosial sebagai berikut :

1. Kepada organisasi buruh sektor formal dan informal, penelitian ini dapat dijadikan catatan evaluasi terhadap aktivitas advokasi yang telah dilakukan. Evaluasi berkaitan dengan efektivitas publikasi isu permasalahan hingga dampak yang ditimbulkan berkaitan dengan mobilisasi gerakan sosial organisasi. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dan rujukan bagi organisasi sejenisnya dalam melakukan advokasi untuk mobilisasi gerakan sosial yang ditujukan.
2. Kepada masyarakat umum penelitian ini diharapkan bisa mengedukasi terkait advokasi media sosial dalam memobilisasi gerakan sosial yang dilakukan oleh organisasi atau perserikatan kelompok masyarakat tertentu, dalam hal ini khususnya buruh di berbagai sektor. Hal ini juga berkesinambungan dengan dampak yang ditimbulkan untuk kesejahteraan sosial buruh.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian sejenis berkaitan dengan advokasi media sosial dalam memobilisasi gerakan sosial organisasi. Disarankan pula bagi penelitian selanjutnya untuk lebih fokus membahas dampak dari adanya advokasi media sosial untuk mengetahui efektivitas advokasi yang dilakukan terhadap isu-isu lain menyangkut kesejahteraan sosial buruh.
4. Untuk pemerintahan terkait seperti Disnakertrans provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, diharapkan dapat menaruh perhatian lebih terhadap isu-isu atau permasalahan ketidakadilan yang dialami oleh klas

buruh. Selain itu, diharapkan juga adanya upaya penyelesaian dari masalah-masalah yang dihadapi oleh buruh yang juga telah diadvokasikan melalui media sosial organisasi terkait.



DAFTAR PUSTAKA

- Admin, *Data Indonesia*. 2022. Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022. Artikel. Diakses melalui <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022> pada 14 Maret 2022.
- Admin, *Ikatan Nasional Tenaga Ahli Konsultan Indonesia*. 2022. Sektor Konstruksi Belum Pulih Pekerja Makin Terpuruk. Artikel. Diakses melalui <https://intakindo.or.id/berita/detail/sektor-konstruksi-belum-pulih-pekerja-makin-terpuruk> pada 14 Maret 2022.
- Admin, *Katadata*. 2021. Berapa Pekerja Informal Pada Februari 2021. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/07/berapa-jumlah-pekerja-informal-pada-februari-2021> pada 11 Maret 2022.
- Anam, K., Kolopaking, L. M., & Kinseng, R. A. (2020). Efektivitas Sosial Media Dalam Gerakan Sosial Penolakan Reklamasi Teluk Jakarta, Indonesia. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 80-98.
- Asrawijaya, Enkin. 2018. Dinamika Gerakan Sosial Gafatar. *Jurnal Dakwah dan Sosial*.
- Candraningrum, Diah Ayu. 2018. Teknologi Komunikasi Informasi Untuk Peningkatan Kesadaran Publik Pada Organisasi. *Jurnal Komunikasi Vol. 10 (2)*.

- Lestari, T. D., Azhar, M. A., & Mertha, A. S. (2019). Gerakan Sosial ForBali dalam Menghentikan Reklamasi Teluk Benoa Tahun 2014-2018. *Nawala Politika*, 65-75.
- Kartika, A. (2021). Gerakan Sosial Digital “Warga Bantu Warga” Sebagai Respons Masyarakat Indonesia dalam Menghadapi Pandemi. *Brawijaya Journal of Social Science*, 15-29.
- Maulana, Muhammad Husain. 2020. Gerakan Buruh Dalam Peningkatan Kesejahteraan. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sositeknologi. *Simbiosis Rekatama Media*.
- Prastyo, Rebdra Dwi. 2019. Perlindungan Hukum Terhadap Pekerja Informal Di Indonesia hal. 4-5. Diakses melalui <http://repository.untag-sby.ac.id/9091/>.
- Pratomo, H. (2015). *ADVOKASI : Konsep, Teknik dan Aplikasi di Bidang Kesehatan di Indonesia*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Perkasa.
- P. Sitowin, dan L. K. Alfirdaus. 2019. MEDIA SOSIAL DAN GERAKAN SOSIAL STUDI KASUS: PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM PENOLAKAN PENDIRIAN PABRIK SEMEN DI KABUPATEN REMBANG. *Journal of Politic and Government Studies*, Vol 8 (3) hal. 271-280, Jul. 2019.
- Prof. Dr. Suryana, MSi. 2012. “Metodologi Penelitian : Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.” *Universitas*

Pendidikan Indonesia.

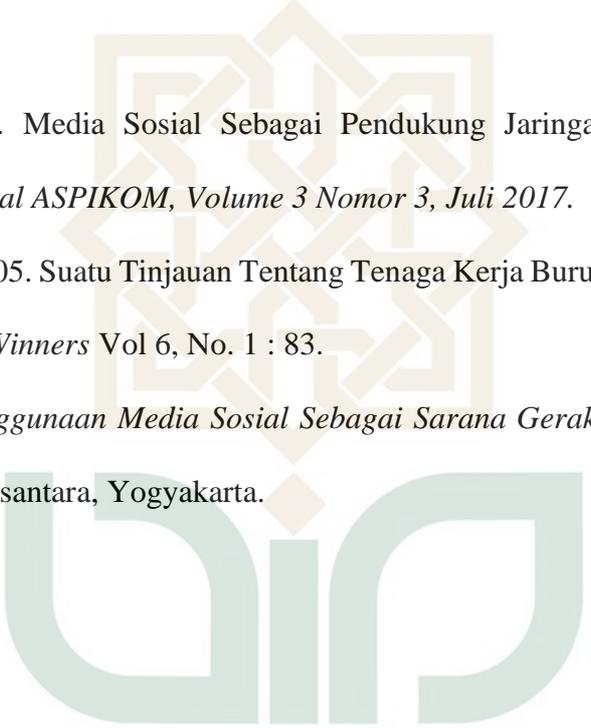
Rizki Kapriani, Dea, Djuana P Lubis. 2015. Efektivitas Media Sosial Untuk gerakan Sosial Pelestarian Lingkungan. *SODALITY: Jurnal Sosiologi Pedesaan.*

Sukmana, Oman. 2020. Similarity - Sukmana - Konsep Dan Teori Gerakan Sosial (1).

Susanto, Eko. 2017. Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 3, Juli 2017.*

Utomo, Idi Setyo. 2005. Suatu Tinjauan Tentang Tenaga Kerja Buruh Di Indonesia. *Jurnal The Winners* Vol 6, No. 1 : 83.

Wahyudi. 2021. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Gerakan Sosial.* CV. Building Nusantara, Yogyakarta.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA