

PENGUNAAN MEDIA DIGITAL OLEH SERIKAT BURUH SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PENYEBARAN INFORMASI, ADVOKASI, DAN PEMBANGUNAN DUKUNGAN TERHADAP ISU PERBURUHAN

(Studi Kasus Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia)

Adhi Panji Satria¹, Ayunda Ganesha Gita²

^{1,2}Universitas Paramadina, Jakarta, Indonesia

Email: adhi.satria@students.paramadina.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis penggunaan media digital oleh Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI) sebagai strategi komunikasi dalam penyebaran informasi, advokasi, dan pembangunan dukungan terhadap isu perburuhan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan perwakilan buruh dan pengurus FSPMI, observasi nonpartisipan pada akun Instagram @fspmi_kspi dan situs resmi, serta dokumentasi konten digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital FSPMI berfungsi sebagai sarana advokasi dan penyebaran informasi yang konsisten serta memperkuat legitimasi organisasi. Namun, pemanfaatannya masih cenderung satu arah dan belum optimal sebagai ruang edukasi dan partisipasi buruh. Rendahnya interaksi audiens menunjukkan bahwa potensi dialogis media digital belum dimaksimalkan. Meskipun demikian, media digital tetap berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran buruh terhadap isu ketenagakerjaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi komunikasi digital FSPMI memerlukan pendekatan yang lebih partisipatif, edukatif, dan berbasis pengalaman buruh agar dapat berfungsi sebagai ruang pemberdayaan.

Kata Kunci: *Komunikasi Digital, Serikat Buruh, Advokasi, FSPMI.*

Abstract

This study aims to analyze the use of digital media by the Federation of Indonesian Metal Workers' Union (FSPMI) as a communication strategy for information dissemination, advocacy, and building support for labor issues. The study employs a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews with worker representatives and FSPMI administrators, non-participant observation of the Instagram account @fspmi_kspi and the official website, as well as documentation of digital content. The results show that FSPMI's digital media functions as a consistent tool for advocacy and information dissemination while strengthening organizational legitimacy. However, its use remains largely one-way and has not been optimized as a platform for worker education and participation. Low audience engagement indicates that the dialogic potential of digital media has not been fully utilized. Nevertheless, digital media contributes to increasing workers' awareness of labor issues. This study concludes that optimizing FSPMI's digital communication requires a more participatory, educational, and worker experience-based approach so that it can serve as a space for empowerment.

Keywords: *Digital Communication, Labor Union, Advocacy, FSPMI.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap komunikasi organisasi secara fundamental, termasuk dalam konteks gerakan sosial dan serikat pekerja. Media digital, khususnya platform media sosial, kini menjadi ruang strategis untuk menyebarkan informasi, membangun solidaritas, dan menguatkan advokasi kolektif (Pera et al. 2024). Dalam konteks pergerakan buruh di era digital, media sosial berperan tidak hanya sebagai alat penyebaran pesan, tetapi juga sebagai sarana dialog interaktif antara organisasi serikat dengan anggota maupun publik luas. Penelitian di ranah global menunjukkan bahwa penggunaan media digital oleh serikat buruh dapat dipetakan melalui berbagai frame komunikasi, seperti *frame diagnostik* (identifikasi masalah), *prognostik* (solusi), *motivasional* (mobilisasi), serta komunitas (pembangunan solidaritas) (Pera et al. 2024).

Di Indonesia, meskipun kajian empiris mengenai penggunaan media digital oleh serikat buruh masih relatif terbatas, beberapa penelitian terkait komunikasi digital organisasi menunjukkan bahwa media digital merupakan alat penting dalam memperluas jangkauan pesan organisasi dan menarik keterlibatan publik. Misalnya, studi tentang penggunaan media digital dalam komunikasi organisasi secara umum menemukan bahwa media digital menyediakan peluang untuk interaksi dua arah, tetapi juga memiliki tantangan dalam hal kualitas keterlibatan audiens (Istighfarin, Istikhomah, and Pratama 2024).

Dalam ranah komunikasi massa, teori *framing* menjelaskan bagaimana media tidak sekadar menyampaikan fakta, tetapi juga memilih dan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari realitas untuk membentuk makna pada khalayak. Robert N. Entman mendefinisikan framing sebagai proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu dari realitas yang membuat sebuah isu lebih menonjol sehingga membentuk persepsi audiens tentang konteksnya secara khusus. Proses ini mencakup empat elemen utama: mendefinisikan masalah (*define problems*), mendiagnosis penyebab (*diagnose causes*), melakukan penilaian moral (*moral judgment*), dan menyarankan solusi (*treatment recommendation*) yang kesemuanya menentukan cara pesan media dipahami oleh publik (Sarrah Kurnia Fadhillah, Jamiati KN, Depita Kardiati, Yuli Santri Isma, Fitria Akmal, Syarifah Chairunnisak 2025).

Selain itu, penelitian terkait advokasi digital pekerja dalam konteks ketenagakerjaan Indonesia meskipun bukan spesifik pada serikat buruh formal seperti FSPMI menggarisbawahi bahwa media sosial telah menjadi medium ekspresi publik yang murah dan efektif bagi pekerja untuk memobilisasi dukungan serta mendapatkan respons terhadap isu hukum ketenagakerjaan (Larina and Selvia 2025). Kondisi komunikasi digital serikat pekerja di Indonesia secara praktis juga tercermin dalam dinamika penolakan terhadap kebijakan ketenagakerjaan oleh federasi buruh nasional, seperti yang dianalisis dalam penelitian jaringan komunikasi organisasi terkait penolakan Undang-Undang Cipta Kerja 2023 (Setiawan and Shahreza 2024).

Strategi produksi konten pada akun @fspmi_kspi, menunjukkan rendahnya tingkat orisinalitas, karena sebagian besar unggahan merupakan hasil repost atau adaptasi dari konten pihak lain. Kondisi ini berpotensi memengaruhi kekuatan pesan dan identitas komunikasi organisasi dalam kampanye digital perburuhan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis strategi komunikasi digital dalam kampanye perburuhan di Indonesia, khususnya dalam melihat secara mendalam dari media sosial yang dimanfaatkan sebagai sarana edukasi, advokasi, dan penguatan posisi buruh di ruang digital.

Akses dan literasi digital yang tidak merata akan memengaruhi kemampuan buruh untuk memanfaatkan kanal digital dalam advokasi kolektif. Studi semacam ini membantu menjelaskan mengapa taktik komunikasi digital yang “*one-size-fits-all*” sering gagal di lingkungan industri padat (Gayatri et al. 2025). Selain itu, studi yang meneliti komunikasi emosional melalui media digital menunjukkan bahwa pesan yang menyentuh elemen

emosional sering memobilisasi simpati publik, yang dapat digunakan untuk membuat konten untuk kampanye perburuhan (Taufani 2025).

Namun, peran komunikasi digital serikat buruh masih menghadapi sejumlah tantangan, khususnya dalam hal konsistensi dan substansi konten. Berdasarkan pengamatan terhadap akun Instagram @fspmi_kspi, strategi komunikasi yang dijalankan menunjukkan keterbatasan dalam menghadirkan konten edukatif mengenai hak dan kewajiban buruh, serta masih didominasi oleh konten dokumentatif dan repost dari pihak lain. Minimnya produksi konten orisinal yang bersifat informatif dan edukatif berimplikasi pada berkurangnya fungsi media sosial sebagai sarana peningkatan kesadaran dan pemahaman buruh. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan akademik untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana strategi komunikasi digital serikat buruh dapat dikembangkan, khususnya dalam membangun konten yang berkelanjutan, relevan, dan berorientasi pada edukasi serta advokasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memperluas dan memperdalam pemahaman akademik mengenai praktik komunikasi digital serikat buruh di media sosial, sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi penguatan peran organisasi buruh dalam ekosistem digital di Indonesia.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Digital

Komunikasi digital didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan yang dimediasi oleh teknologi digital dan jaringan internet, sehingga memungkinkan pertukaran informasi berlangsung secara cepat, luas, dan melampaui batas ruang serta waktu (Andi Asari, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitri Ningsi, Sudianto, Hana Diana Maria, Iwan Adhichandra, Rini Nuraini, Achmad Bajuri, Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, Genik Puji Yuhanda 2023). Berbeda dengan komunikasi konvensional, komunikasi digital memiliki karakteristik utama berupa kecepatan, kemudahan akses, serta kemampuan mengemas pesan dalam berbagai format seperti teks, visual, audio, dan video, yang dapat meningkatkan daya tarik dan jangkauan pesan.

Komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah dan partisipatif antara komunikator dan komunikan. Komunikasi digital dipahami sebagai sarana utama penyampaian pesan organisasi kepada anggota dan publik luas, sementara teori framing digunakan untuk menganalisis bagaimana pesan-pesan tersebut dikonstruksi (Andi Asari, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitri Ningsi, Sudianto, Hana Diana Maria, Iwan Adhichandra, Rini Nuraini, Achmad Bajuri, Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, Genik Puji Yuhanda 2023). Melalui perspektif framing, penelitian ini mengkaji bagaimana FSPMI membingkai isu ketenagakerjaan seperti hak buruh, kebijakan pemerintah, dan aksi kolektif dalam konten media digitalnya.

2. Strategi Komunikasi Digital

Strategi komunikasi digital merupakan bagian dari perkembangan ilmu komunikasi yang muncul seiring kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kehadiran internet dan media sosial telah mengubah pola penyampaian pesan serta cara organisasi membangun relasi dengan publik. Dalam konteks gerakan sosial dan perburuhan, komunikasi digital berperan sebagai ruang utama advokasi, mobilisasi, dan pembentukan opini publik, sehingga pemahaman konseptual mengenai strategi komunikasi digital menjadi landasan penting dalam penelitian ini.

Secara umum, komunikasi digital dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan yang dimediasi oleh teknologi digital dan jaringan internet. Nasrullah mendefinisikan komunikasi digital sebagai bentuk komunikasi yang berlangsung melalui media berbasis

internet, yang memungkinkan interaksi berlangsung secara cepat, luas, dan lintas batas ruang serta waktu (Wida Nofiasari, Febi Ramadhani Rusdin and I Gusti Ayu Agung Aristi Putri, Felisianus Novandri Rahmat, Arief Yulianto, Nanoe Rolin Prasetyo, Muhammad Muthahari Ramadhani, Latifa Ramonita 2024).

Mulyana dalam (Wida Nofiasari, Febi Ramadhani Rusdin and I Gusti Ayu Agung Aristi Putri, Felisianus Novandri Rahmat, Arief Yulianto, Nanoe Rolin Prasetyo, Muhammad Muthahari Ramadhani, Latifa Ramonita 2024) memandang komunikasi sebagai proses pertukaran makna melalui simbol-simbol tertentu. Dalam ranah digital, simbol tersebut hadir dalam bentuk teks, gambar, video, dan konten multimedia yang disebarluaskan melalui platform digital. Oleh karena itu, komunikasi digital tidak hanya menekankan kecepatan penyampaian pesan, tetapi juga proses pembentukan dan penafsiran makna, yang menjadi penting dalam kampanye perburuhan agar narasi isu ketenagakerjaan dipahami secara jelas oleh audiens.

3. Teori Framming

Teori framing berasal dari pendekatan konstruksionis yang memandang realitas sosial tidak disajikan secara objektif, melainkan dikonstruksi melalui proses komunikasi. Dalam konteks media, framing dipahami sebagai strategi media dalam menyeleksi, menonjolkan, dan menyajikan aspek tertentu dari realitas, sementara aspek lainnya diabaikan. Dengan demikian, berita atau pesan media merupakan hasil konstruksi, bukan cerminan realitas yang utuh (Wibisono 2021).

Framing didefinisikan sebagai proses seleksi isu dan penekanan aspek tertentu dalam teks komunikasi agar suatu peristiwa tampak lebih menonjol dibandingkan peristiwa lainnya. Proses ini bertujuan membentuk cara pandang audiens terhadap suatu isu melalui pemilihan kata, struktur kalimat, penempatan informasi, serta penggunaan visual pendukung. Dalam perspektif framing, kebenaran suatu peristiwa tidak dihilangkan sepenuhnya, melainkan “dibelokkan secara halus” dengan memberikan sorotan pada aspek tertentu sehingga menghasilkan makna tertentu bagi khalayak. Oleh karena itu, framing berperan penting dalam membentuk opini publik dan memengaruhi pemaknaan sosial terhadap suatu isu.

Teori framing digunakan untuk memahami bagaimana FSPMI mengonstruksi isu-isu ketenagakerjaan dalam media digital. Media digital FSPMI diposisikan sebagai ruang produksi makna, di mana organisasi secara sadar memilih isu tertentu (seperti upah, kebijakan ketenagakerjaan, dan aksi buruh) serta menonjolkan sudut pandang tertentu untuk membangun narasi perjuangan buruh.

Melalui perspektif framing, penelitian ini menganalisis bagaimana pesan-pesan FSPMI di media digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya pembentukan opini, penguatan identitas kolektif buruh, serta mobilisasi dukungan publik. Dengan demikian, teori framing menjadi landasan penting untuk mengkaji strategi komunikasi digital FSPMI dalam mengemas, menekankan, dan memaknai isu ketenagakerjaan di ruang publik digital.

4. Serikat Pekerja

Istilah "serikat buruh" juga sudah biasa digunakan dalam percakapan publik. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2002 tentang ketenagakerjaan, serikat buruh atau serikat pekerja secara definitif berarti organisasi yang dibuat oleh, untuk, dan oleh pekerja di perusahaan dan di luar perusahaan yang bebas, terbuka, mandiri, demokratis, dan bertanggung jawab untuk memperjuangkan, membela, dan melindungi hak dan kepentingan pekerja serta meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan pekerja dan keluarga mereka (Saepulloh et al. 2024).

Para ahli perburuhan melihat serikat pekerja sebagai pilar utama dalam sistem hubungan industrial yang berkeadilan. Hyman dalam (Dr. Luluk Tri Harinie, Siti Nurmayanti, et al. 2022) menyatakan bahwa serikat pekerja berfungsi sebagai alat kolektif bagi pekerja untuk menegosiasikan kondisi kerja dan melawan ketimpangan struktural dalam kapitalisme industri. Fungsi ini mencakup perundingan upah, jaminan kerja, perlindungan dari pemutusan hubungan kerja sepihak, serta akses terhadap jaminan sosial. Dalam konteks Indonesia, fungsi tersebut semakin relevan mengingat tingginya fleksibilisasi tenaga kerja dan perubahan regulasi ketenagakerjaan.

5. Hak dan Kewajiban Pekerja

Hak dan kewajiban buruh merupakan unsur mendasar dalam hubungan industrial yang mengatur relasi antara pekerja, pengusaha, dan negara. Hak buruh mencakup perlindungan atas upah yang layak, jaminan sosial, keselamatan dan kesehatan kerja, kebebasan berserikat, serta perlindungan dari pemutusan hubungan kerja yang tidak sesuai ketentuan (Nikmah Dalimunthe 2024).

Dalam konteks penelitian ini, hak dan kewajiban buruh dipahami sebagai substansi utama pesan dalam kampanye perburuhan digital. Observasi terhadap akun Instagram @fspmi_kspi menunjukkan bahwa konten edukatif mengenai hak dan kewajiban buruh masih relatif terbatas, sehingga fungsi media sosial sebagai sarana pendidikan perburuhan belum dimanfaatkan secara maksimal. Oleh karena itu, kajian ini menempatkan hak dan kewajiban buruh sebagai elemen penting dalam analisis strategi komunikasi digital serikat buruh, khususnya dalam melihat bagaimana pesan-pesan perburuhan dikemas dan disebarluaskan untuk membangun kesadaran serta solidaritas pekerja di ruang digital.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan secara komprehensif strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI) dalam menyebarkan informasi, membentuk opini publik, dan menggalang dukungan terhadap isu perburuhan (Didin Hikmah Perkasa, Muhamad Al Faruq Abdullah 2021). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami proses, konteks, dinamika, serta makna komunikasi digital serikat buruh dalam ruang advokasi dan pergerakan sosial.

Pemilihan informan dilakukan secara purposif dengan melibatkan dua kelompok utama, yaitu perwakilan buruh dan unsur organisasi serikat buruh. Informan dari unsur buruh terdiri atas Ahmad Yasir Munadi dan Nabil Rasya Fatir, sementara informan dari unsur organisasi adalah Irawan Effendi selaku Wakil Ketua Biro Organisasi FSPMI. Kombinasi informan ini diharapkan memberikan perspektif yang utuh dan berimbang terkait praktik komunikasi digital dan peran FSPMI.

Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi nonpartisipan terhadap media sosial FSPMI (akun Instagram @fspmi_kspi dan situs resmi fspmi.or.id), serta dokumentasi berupa arsip digital dan dokumen organisasi. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis interaktif yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara induktif (Didin Hikmah Perkasa, Muhamad Al Faruq Abdullah 2021). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan data, dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta didukung oleh ketekunan pengamatan dan kecukupan referensi untuk memastikan kredibilitas dan objektivitas temuan penelitian.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI) melalui Instagram @fspmi_kspi dan website fspmi.or.id

berfungsi utama sebagai sarana advokasi, penyebaran informasi, dan mobilisasi gerakan buruh. Akun Instagram FSPMI menampilkan identitas organisasi yang jelas sebagai serikat buruh resmi dengan afiliasi nasional dan internasional, sehingga memperkuat legitimasi organisasi di ruang publik digital. Jumlah pengikut yang mencapai sekitar 36-37 ribu menunjukkan basis audiens yang spesifik, meskipun tingkat keterlibatan audiens (*engagement*) masih relatif rendah.

Temuan wawancara dengan informan buruh menunjukkan bahwa FSPMI dipersepsikan sebagai organisasi serikat buruh yang memiliki legitimasi kuat dalam memperjuangkan hak dan kesejahteraan pekerja. Achmad Yasir Munadi, yang pernah menjadi anggota FSPMI selama kurang lebih empat tahun, menyatakan bahwa FSPMI dikenal sebagai serikat buruh besar yang konsisten memperjuangkan isu pengupahan, status kerja, dan perlindungan buruh. Pengalaman langsung sebagai anggota memperkuat pemahamannya terhadap garis perjuangan dan peran advokasi FSPMI. Sementara itu, Nabil Rasya Fatir, meskipun tidak pernah mengakses media sosial FSPMI, tetap mengenal FSPMI sebagai organisasi yang memperjuangkan hak-hak buruh melalui jejaring sosial dan komunikasi interpersonal di lingkungan keluarganya. Temuan ini menunjukkan bahwa legitimasi FSPMI tidak hanya dibangun melalui media digital, tetapi juga melalui relasi sosial di kalangan buruh.

Dari sisi organisasi, Irawan Effendi selaku Wakil Ketua Biro Organisasi FSPMI menegaskan bahwa penggunaan media sosial merupakan strategi untuk menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus mengoreksi stigma negatif terhadap gerakan buruh yang kerap dipersepsikan sebatas aksi demonstrasi. Media sosial dipandang sebagai sarana edukasi publik, penyampaian informasi cepat, dan mobilisasi solidaritas buruh. Namun demikian, hasil wawancara juga menunjukkan adanya keterbatasan dalam implementasi strategi komunikasi digital, seperti keterbatasan sumber daya manusia, keterampilan digital, serta tantangan algoritma platform.

Analisis konten Instagram menunjukkan bahwa unggahan didominasi oleh konten informatif dan dokumentatif terkait aksi, advokasi, dan kegiatan organisasi. Hal ini sejalan dengan penilaian informan buruh yang menyebutkan bahwa media sosial FSPMI lebih berfungsi sebagai media informasi satu arah dibandingkan ruang diskusi. Achmad Yasir mengungkapkan bahwa informasi FSPMI dinilai jelas dan kredibel, terutama terkait isu nasional seperti upah minimum dan regulasi ketenagakerjaan, namun masih perlu penyederhanaan agar mudah dipahami oleh buruh awam. Website fspmi.or.id berfungsi sebagai pusat informasi resmi organisasi dengan konten yang konsisten mengenai isu ketenagakerjaan, agenda organisasi, dan dokumentasi kegiatan. Website ini memperkuat kredibilitas FSPMI, namun interaksi dengan audiens masih terbatas dan lebih berorientasi pada penyampaian informasi satu arah.

Karakteristik utama media digital meliputi kecepatan penyebaran informasi, jangkauan luas, interaktivitas, partisipasi pengguna, dan kemampuan menggabungkan berbagai format pesan (teks, visual, dan audiovisual). Berdasarkan hasil penelitian, FSPMI telah memanfaatkan sebagian karakteristik tersebut, khususnya dari aspek kecepatan dan jangkauan penyebaran informasi. Media sosial Instagram dan website resmi digunakan secara konsisten untuk menyampaikan isu-isu ketenagakerjaan, pengumuman aksi, serta dokumentasi kegiatan organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa FSPMI telah menyesuaikan diri dengan karakter media digital sebagai sarana distribusi informasi yang cepat dan mudah diakses.

Namun demikian, pemanfaatan karakteristik media digital masih belum optimal dari sisi interaktivitas dan partisipasi. Dominasi konten informatif dan dokumentatif menunjukkan bahwa komunikasi digital FSPMI masih mereplikasi pola komunikasi konvensional yang bersifat satu arah. Padahal, media digital menyediakan ruang dialog yang memungkinkan

audiens untuk berinteraksi, memberikan umpan balik, serta berpartisipasi dalam pembentukan makna. Rendahnya tingkat engagement pada akun Instagram FSPMI menjadi indikator bahwa potensi interaktif media digital belum dimanfaatkan secara maksimal.

Respons khalayak terhadap komunikasi digital FSPMI menunjukkan variasi yang menarik. Informan buruh yang pernah terlibat langsung sebagai anggota (Achmad Yasir Munadi) menilai konten FSPMI kredibel dan relevan, terutama terkait isu makro seperti upah minimum dan regulasi ketenagakerjaan. Namun, ia juga menilai bahwa konten masih membutuhkan penyederhanaan agar dapat dipahami oleh buruh dengan latar belakang pendidikan yang beragam. Respons ini menunjukkan bahwa secara kognitif pesan FSPMI diterima dan dipercaya, tetapi secara afektif dan partisipatif belum sepenuhnya mendorong keterlibatan aktif.

Sebaliknya, informan buruh yang tidak terpapar langsung oleh media sosial FSPMI (Nabil Rasya Fatir) tetap memiliki persepsi positif terhadap FSPMI melalui jejaring sosial dan komunikasi interpersonal. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh FSPMI tidak hanya bergantung pada media digital, tetapi juga pada jaringan sosial buruh di dunia nyata. Namun, kondisi ini sekaligus menunjukkan keterbatasan jangkauan media digital FSPMI, khususnya dalam menjangkau buruh muda dan non-anggota yang belum memiliki kedekatan struktural dengan organisasi. Dari perspektif organisasi, media sosial dipahami sebagai sarana untuk membangun citra, meluruskan stigma negatif, serta memobilisasi solidaritas buruh. Namun, kesenjangan antara tujuan strategis tersebut dan respons khalayak yang masih pasif menunjukkan perlunya penyesuaian strategi komunikasi agar lebih selaras dengan ekspektasi dan perilaku audiens digital.

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah kuatnya legitimasi FSPMI yang tidak sepenuhnya bergantung pada performa media digital. Kepercayaan buruh terhadap FSPMI lebih banyak dibangun melalui pengalaman empirik, rekam jejak perjuangan, dan jaringan sosial buruh. Hal ini menjelaskan mengapa persepsi positif terhadap FSPMI tetap terjaga meskipun engagement media sosial relatif rendah. Temuan menarik lainnya adalah konsistensi pesan dan disiplin organisasi dalam menjaga kredibilitas informasi. FSPMI menerapkan mekanisme verifikasi berlapis sebelum mempublikasikan informasi, yang menunjukkan kesadaran organisasi akan pentingnya akurasi di ruang digital. Praktik ini memperkuat kepercayaan publik, meskipun berdampak pada kecepatan dan fleksibilitas konten yang bersifat interaktif atau responsif.

Selain itu, media sosial FSPMI lebih efektif sebagai alat mobilisasi kolektif dibandingkan sebagai ruang dialog. Konten instruksi aksi dan solidaritas menunjukkan fungsi strategis media digital dalam menggerakkan massa, meskipun belum optimal dalam membangun diskursus dan literasi buruh secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan adanya peluang besar bagi FSPMI untuk mengoptimalkan komunikasi digitalnya. Pertama, pengembangan konten edukatif berbasis visual dan *storytelling* dapat meningkatkan keterlibatan audiens, khususnya generasi muda. Narasi pengalaman buruh, studi kasus konkret di tingkat perusahaan, serta penjelasan hak dan kewajiban buruh secara sederhana berpotensi memperluas jangkauan dan memperdalam pemahaman audiens.

Kedua, pemanfaatan fitur interaktif media sosial seperti *polling*, sesi tanya jawab, dan diskusi tematik dapat mengubah pola komunikasi dari satu arah menjadi dialogis. Pendekatan ini sejalan dengan karakter media digital sebagai ruang partisipatif dan dapat memperkuat rasa kepemilikan buruh terhadap organisasi. Ketiga, integrasi antara website dan media sosial secara tematik dan terencana dapat meningkatkan efektivitas komunikasi. Website dapat difungsikan sebagai pusat pengetahuan dan arsip advokasi, sementara media sosial menjadi pintu masuk yang mengarahkan audiens untuk mengeksplorasi informasi lebih lanjut.

Di sisi lain, FSPMI menghadapi sejumlah tantangan dalam pengelolaan komunikasi digital. Keterbatasan sumber daya manusia dan keterampilan digital menjadi hambatan utama

dalam pengembangan konten yang kreatif dan interaktif. Selain itu, perubahan algoritma platform media sosial berpengaruh terhadap jangkauan konten, sehingga pesan advokasi tidak selalu sampai kepada audiens yang lebih luas. Tantangan lainnya adalah heterogenitas audiens buruh yang memiliki tingkat literasi digital dan kebutuhan informasi yang berbeda-beda. Penyusunan pesan yang terlalu formal berisiko mengurangi daya tarik bagi buruh muda, sementara penyederhanaan berlebihan dapat mengurangi kedalaman substansi isu. Selain itu, keberadaan kritik dan stigma negatif terhadap gerakan buruh di ruang digital juga menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga citra organisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital FSPMI melalui Instagram telah berfungsi sebagai sarana advokasi dan penyebaran informasi perburuhan, namun belum optimal sebagai ruang edukasi dan partisipasi. Hal ini sejalan dengan pandangan Nasrullah yang menekankan bahwa komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media, tetapi juga perencanaan pesan, pengelolaan interaksi, dan keberlanjutan komunikasi untuk mencapai tujuan (Wida Nofiasari, Febi Ramadhani Rusdin and I Gusti Ayu Agung Aristi Putri, Felisianus Novandri Rahmat, Arief Yulianto, Nanoe Rolin Prasetyo, Muhammad Muthahari Ramadhani, Latifa Ramonita 2024). Dalam praktiknya, FSPMI secara konsisten menyampaikan isu advokasi seperti pengupahan dan aksi solidaritas, tetapi pola komunikasinya masih cenderung satu arah.

Secara teoretis, komunikasi sebagai proses pertukaran makna melalui simbol Mulyana dalam (Wida Nofiasari, Febi Ramadhani Rusdin and I Gusti Ayu Agung Aristi Putri, Felisianus Novandri Rahmat, Arief Yulianto, Nanoe Rolin Prasetyo, Muhammad Muthahari Ramadhani, Latifa Ramonita 2024) tercermin dalam penggunaan poster aksi, dokumentasi visual, dan narasi advokasi di media sosial FSPMI. Namun dominasi konten dokumentatif menunjukkan bahwa pertukaran makna belum berlangsung secara dialogis, sehingga audiens lebih berperan sebagai penerima pesan daripada partisipan aktif. Kondisi ini diperkuat oleh rendahnya engagement akun Instagram FSPMI, yang menunjukkan bahwa karakter media sosial sebagai ruang interaktif sebagaimana dikemukakan Kaplan dan Haenlein belum dimanfaatkan secara maksimal.

Dari perspektif konten digital, konten FSPMI dinilai konsisten dan memiliki legitimasi kuat, namun masih terbatas dari sisi nilai edukatif praktis. Hal ini sejalan dengan pandangan Kuenn mengenai pentingnya konten yang relevan dan bernilai untuk membangun keterhubungan dengan audiens. Minimnya konten edukasi dasar membuat media sosial FSPMI kurang menjangkau buruh pemula dan generasi muda. Selain itu, rendahnya interaksi juga menunjukkan belum optimalnya fungsi dialogis media digital sebagaimana dikemukakan McQuail.

Dalam kerangka gerakan sosial berbasis jaringan, media digital berperan penting dalam membangun narasi dan solidaritas kolektif Castells dalam (Dr. Luluk Tri Harinie, Siti Nurmayanti, et al. 2022). FSPMI telah memanfaatkan media digital untuk mobilisasi aksi dan isu nasional, namun masih minim storytelling berbasis pengalaman buruh, sehingga pesan advokasi cenderung terbatas pada audiens yang telah memiliki kepedulian terhadap isu buruh. Sementara itu, legitimasi FSPMI sebagai serikat buruh yang kuat terbentuk melalui pengalaman anggota dan rekam jejak perjuangan Hyman dalam (Dr. Luluk Tri Harinie, Siti Nurmayanti, et al. 2022), tetapi belum sepenuhnya diterjemahkan ke dalam strategi komunikasi digital yang berkelanjutan dalam meningkatkan literasi hak dan kewajiban buruh.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi digital FSPMI telah berjalan dan memiliki legitimasi organisasi yang kuat, namun masih menghadapi tantangan dalam interaktivitas, edukasi, dan pengemasan pesan. Oleh karena itu, diperlukan pergeseran dari pola komunikasi satu arah menuju pendekatan yang lebih partisipatif, edukatif, dan berbasis narasi pengalaman buruh agar media digital dapat berfungsi optimal sebagai sarana advokasi dan pemberdayaan pekerja di era digital.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Federasi Serikat Pekerja Metal Indonesia (FSPMI) telah memanfaatkan media digital, khususnya Instagram dan website resmi, sebagai sarana advokasi dan penyebaran informasi isu perburuhan. Media digital digunakan secara konsisten untuk menyampaikan tuntutan, kebijakan ketenagakerjaan, serta mobilisasi aksi kolektif, sehingga memperkuat legitimasi FSPMI sebagai organisasi serikat buruh yang kredibel dan representatif.

Namun demikian, pemanfaatan media digital FSPMI masih cenderung bersifat satu arah dan informatif, sehingga belum optimal sebagai ruang edukasi dan partisipasi buruh. Rendahnya tingkat interaksi audiens menunjukkan bahwa karakteristik media digital sebagai media dialogis dan partisipatif belum sepenuhnya dimanfaatkan. Meskipun media sosial berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran buruh terhadap isu-isu ketenagakerjaan berskala makro, perannya dalam meningkatkan literasi hak dan kewajiban buruh secara praktis dan berkelanjutan masih terbatas.

Legitimasi FSPMI sebagai serikat buruh yang kuat lebih banyak dibangun melalui pengalaman langsung anggota, rekam jejak perjuangan, dan jejaring sosial buruh, sementara peran media digital lebih berfungsi sebagai penguat informasi dan mobilisasi. Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara peran struktural FSPMI di lapangan dan representasi komunikasinya di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Maria, H. D., Adhichandra, I., Nuraini, R., ... & Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital*. Klaten: Lakeisha.
- Dalimunthe, N., & Al Amin, M. A. A. B. (2024). Hak dan Kewajiban Tenaga Kerja Berdasarkan UU Omnibus Law Cipta Kerja dan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Journal de Facto*, 10(2), 130-149.
- Fadhillah, S. K., Jamiati, K. N., Kardiati, D., Isma, Y. S., Akmal, F., Chairunnisak, S., & Fajarini, S. D. (2025). Analisis Peran Youtube “Curhat Bang” by Denny Sumargo Dalam Mendorong Respons Hukum di Indonesia: Studi Kasus Episode Makin Panas, Korban Sirkus Bawa Bukti Penyiksaan. Bapak Frans Manansang Dimana?. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(2), 323-336.
- Gayatri, G., Jaya, I. G. N. M., & Rumata, V. M. (2022). The Indonesian digital workforce gaps in 2021–2025. *Sustainability*, 15(1), 754.
- Harinie, L. T., Nurmayanti, S., Khairo, F., Wau, A., Kumagaya, J. P., Dewianawati, D., ... & Syaifudin, A. (2024). *Hubungan Industrial*. Bandung: Intelektual Manifes Media.
- Istighfarin, A., Istikhomah, F., & Pratama, A. D. (2024). Penggunaan Media Digital dalam Komunikasi Organisasi pada Kepanduan: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 4(1), 98-105.
- Larina, K., & Selvia, F. (2025). Advokasi Digital Pekerja Ojol: Peran Media Sosial Dan Respon Hukum. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(5), 7799-7806.
- Nofiasari, W., Rusdin, F. R., Yusanto, Y., Putri, I. G. A. A. A., Rahmat, F. N., Yulianto, A., ... & Pratiwi, C. P. (2024). *Strategi Komunikasi Digital*. Bandung: Widina Media Utama.
- Pera, A., Jude, V., Budak, C., & Aiello, L. M. (2025). Framing Unionization on Facebook: Communication around Representation Elections in the United States. *arXiv preprint arXiv:2510.01757*.
- Perkasa, D. H., Abdullah, M. A., & Febrina, W. D. (2021). *Metodelogi Penelitian*. Eureka Media Aksara.
- Saepulloh, A., Dewi, I. I., Masriyadi, M., Laksana, A., & Ferdiana, R. (2024). Analisis

- Dinamika Sosial Bagi Organisasi Serikat Pekerja Pada Kebijakan Undang-Undang Cipta Kerja Peraturan Pemerintah Nomor 51 Dalam Penetapan Upah Minimum 2024 Di Provinsi Banten. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 7(1), 35-46.
- Setiawan, E. (2024). *Analisis Jaringan Komunikasi Organisasi Konfederasi Serikat Buruh Seluruh Indonesia dalam Menolak Undang-undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Tangerang).
- Taufani, E. M., & Al Hafizh, M. (2025). Digital Media and Emotional Communication for Indonesian Migrant Workers (PMIs): A Uses and Gratifications Analysis. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(1), 781-796.
- Wibisono, I. (2021). *Analisis Framing (Dalam Berita Politik)*. Banyumas: Amerta Media.