

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM PROSES PEMBERDAYAAN EKONOMI (STUDI KASUS DEWAN PIMPINAN CABANG SERIKAT BURUH MIGRAN INDONESIA, KABUPATEN MALANG)

Naha Navisa

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya naha.18097@mhs.unesa.ac.id

Tsuroyya, S.S., M.A.

Prodi Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Surabaya gilangaji@unesa.ac.id

Abstrak

Malang merupakan salah satu kabupaten dengan jumlah penempatan pekerja migran terbanyak di Jawa Timur bahkan sempat menduduki tingkat nasional. Melihat kondisi itu, SBMI hadir untuk memperjuangkan perlindungan PMI di sana. Pelindungan tidak hanya tentang hukum, tapi juga ekonomi yang menjadi fokus utama saat ini. Melalui suatu sistem koordinasi berupa strategi komunikasi organisasi, DPC Kabupaten Malang telah berhasil membangun pemberdayaan ekonomi mereka. Contohnya ke dalam bentuk fisik yaitu SBMI *Mart*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Strategi Komunikasi Organisasi dalam Proses Pemberdayaan Ekonomi dengan studi kasus DPC SBMI Kabupaten Malang. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Melalui proses wawancara dan observasi, hasilpun menunjukkan strategi yang digunakan yaitu mulai dari penanaman nilai sejarah, pendirian SBMI *Mart*, identifikasi khalayak, pesan sederhana, dan fleksibilitas penyaluran pesan. Secara teoritis dan praktis, penelitian ini dapat digunakan sebagai pijakan baik penelitian selanjutan maupun berbagai pihak pemangku kepentingan lain untuk membuka kepedulian terhadap pengembangan potensi buruh migran di masa depan.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi Organisasi, Pemberdayaan Ekonomi, SBMI*

Abstract

Malang is one of the regencies with the highest rank of migrant worker placements in East Java and even occupied the national level. Seeing this condition, SBMI is here to fight for the protection of PMI there. That is not only about the law but also the economy that is the main focus at this time. Through a coordination system in the form of organizational communication strategies, Malang Regency DPC has succeeded in building its economic empowerment. For example, in physical form, namely SBMI *Mart*. Therefore, researchers are interested in knowing more about Organizational Communication Strategy in the Process of Economic Empowerment with a case study of DPC SBMI Malang Regency. This research uses a case study method with a qualitative approach. Through the interview and observation process, the results show that the strategies used are inculcating historical values, establishing SBMI *Mart*, identifying audiences, simple messages, and flexibility in message distribution. Theoretically and practically, this research can be used as a basis for both further research and other stakeholders to raise awareness about the potential development of migrant workers in the future.

Keywords: *Organizational Communication Strategy, Economic Empowerment, SBMI*

PENDAHULUAN

Tercatat sejak 2018 hingga 2020, terdapat 58.590 penempatan Pekerja Migran Indonesia (PMI) ke sejumlah negara di dunia. Hal ini bukan angka yang kecil. Mengingat jumlah PMI yang terus meningkat dengan penambahan penempatan yang terus berlanjut setiap tahunnya (BP2MI, 2020). Menurut data Komputersasi Tenaga Kerja Luar Negeri (SISKOTKLN) tahun 2019, Jawa Timur menjadi provinsi penyumbang PMI terbanyak di Indonesia dengan total 68.763 dan di susul oleh Jawa Barat sebanyak 60.432 PMI (Garsadi, 2021). Lalu, diantara berbagai kota di Jawa Timur, Malang adalah salah satu kabupaten penyumbang PMI terbesar khususnya ditahun 2020. Bahkan di tahun 2016-2017, Malang sempat mengalami kenaikan jumlah PMI yang besar yaitu sebanyak 4.890. Apabila dipresentasikan, kenaikan tersebut mencapai 50% yang mulanya 3.348 ditahun 2016, meningkat

hingga 8238 pada 2017. Kenaikan tersebut akhirnya memposisikan Kabupaten Malang pada peringkat ke-3 di Provinsi Jawa Timur dan peringkat ke-10 secara nasional sebagai Kabupaten pengirim PMI terbanyak pada waktu itu.

Oleh karena itu, sebagai salah satu kota penyumbang buruh migran terbesar, maka dapat diambil gambaran penting kehidupan PMI di Kabupaten Malang. Termasuk didalamnya menjadi bukti, masih besarnya minat masyarakat Malang untuk menjadi PMI. Animo yang besar tersebut pun, akhirnya memantik kepedulian berbagai pihak dalam melakukan perlindungan terhadap para buruh migran di Kabupaten Malang. Selain membuka mata pemerintah daerah Kabupaten Malang dengan diterapkannya berbagai aturan (Malang Times), realita tersebut juga menggugah kesadaran PMI untuk membentuk wadah perlindungan bagi diri mereka sendiri. Wadah yang dapat menjamin kesejahteraan dibidang

sosial, ekonomi, dan hukum sesuai aspirasi PMI. Khususnya dibidang ekonomi, untuk meningkatkan taraf hidup PMI dan keluarga. Melalui wadah tersebut juga, mereka dapat saling berkomunikasi dan berkoordinasi untuk mencapai cita-cita bersama.

Melihat kondisi itu, Serikat Buruh Migran Indonesia (SBMI) pun hadir di tengah semakin banyaknya PMI di Kabupaten Malang. Tujuannya untuk melindungi hak-hak dasar mereka sebagai buruh migran. Kehadirannya tersebut bermula atas dasar kekeluargaan para PMI di Kabupaten Malang yang ingin berkumpul dan menghasilkan *output* yang dapat menjamin kesejahteraan mereka. SBMI telah hadir di Malang sejak awal berdirinya organisasi ditahun 2006. Pelindungan yang dilakukan oleh SBMI tentunya selaras dengan aturan yang berlaku di dalam Undang-Undang No. 18 tahun 2017 tentang pelindungan Pekerja Migran Indonesia (selanjutnya disebut UU No. 18/2017). Aturan tersebut berbunyi tentang pelindungan PMI yang seharusnya dilakukan sejak sebelum, sedang, dan sesudah bekerja.

Sebagai satu-satunya organisasi PMI terbesar di Malang yang berfokus pada PMI, maka SBMI memiliki peran penting dalam pelindungan para pekerja migran dari sudut pandang pelaku kerja itu sendiri. Pilihan untuk berorganisasi atau berserikatpun di pilih sebagai jalan bagi para PMI untuk dapat menuangkan aspirasi dan mengumpulkan dukungan. Melalui Serikat Buruh Migran Indonesia (SBMI), para PMI berorganisasi dan berdiri secara independen untuk melindungi hak mereka sebagai Warga Negara. Khususnya hak dalam pelindungan ekonomi. Sebab, alasan utama para PMI bekerja di Luar Negeri adalah faktor ekonomi (SBMI, 2021).

Pemberdayaan ekonomipun dilakukan oleh SBMI agar para PMI memiliki bekal setelah pulang ke Indonesia. Selain itu, agar para PMI yang sudah purna tersebut tidak lagi kembali bekerja di luar negeri. Sejauh ini, beberapa upaya pemberdayaan ekonomi oleh SBMI Malang telah dilakukan. Seperti didirikannya koperasi dan berbagai pelatihan kewirausahaan yang sering diadakan. Selain itu, terdapat pula pendampingan mengenai pengelolaan keuangan dan pembekalan ekonomi bagi para PMI yang sedang bekerja. Pembekalan ekonomi tidak hanya ada di Indonesia, tapi juga di luar negeri sebagai bekal para PMI saat kembali.

Hasilnya, saat ini SBMI telah mengembangkan pemberdayaan ke dalam bentuk fisik yaitu koperasi usaha SBMI *Mart* yang telah di buka di Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang. SBMI *Mart* adalah badan usaha milik SBMI yang menjual produk-produk olahan para PMI dan keluarga. SBMI *Mart* juga menjadi *trial project* nasional bagi Serikat Buruh Migran Indonesia untuk mengembangkan program pemberdayaan ekonomi. Pengelolaannya sendiri dilakukan dalam bentuk koperasi yang bersifat kekeluargaan. Dengan begitu, para PMI dan keluarga dapat berlatih tentang pengolahan produk, pengemasan, hingga pemasaran. Saat ini SBMI *Mart* masih didirikan di dua kota yaitu Malang dan Jakarta. Malang ditunjuk sebagai kota berdirinya SBMI *Mart* karena kesiapan anggota yang lebih matang dibanding anggota di wilayah lain. Sekaligus, pendirian tersebut sebagai contoh bagi cabang-cabang SBMI lain agar memiliki motivasi yang sama dalam memajukan pemberdayaan ekonomi PMI dan mampu mendirikannya di kota masing-masing (SBMI, 2021).

Melihat proses pertimbangan dan koordinasi yang ditunjukkan SBMI tersebut, adapun komunikasi yang terjalin

dalam mekanismenya. Komunikasi tersebut dapat dirangkai sebagai suatu strategi untuk mensukseskan tujuan organisasi. Di dalam penelitian yang dilakukan Rahmawati (2013), menjelaskan tujuan strategi komunikasi dalam proses pemberdayaan adalah sebagai tuntunan berjalanya pesan secara efektif. Selain itu, menyangkut produktivitas anggota, strategi komunikasi organisasi digunakan untuk meningkatkan kualitas kerja individu yang terlibat di dalamnya. Seperti hasil dalam penelitian yang mengangkat topik tentang sanggar tari Vox Angelica dalam upaya mencapai eksistensi dengan menggunakan strategi komunikasi organisasi. Selain itu, dalam penelitian tersebut juga menyebutkan bahwa strategi komunikasi organisasi berguna untuk peningkatan kualitas pengurus dan anggota (Katuuk, 2016). Sebagaimana yang dilakukan oleh SBMI untuk mencapai tujuannya yaitu menjalankan pemberdayaan ekonomi melalui strategi komunikasi organisasi. Termasuk di dalamnya untuk meningkatkan partisipasi, motivasi, dan komitmen pengurus serta anggota.

Oleh karena itu apabila dikaitkan ke dalam konteks pemberdayaan, maka komunikasi organisasi berguna sebagai pendorong motivasi sehingga tercapainya partisipasi para anggota. Sekaligus pengatur individu sesuai tujuan organisasi. Tidak dapat dipungkiri, seperti penjelasan di atas bahwa dalam proses pemberdayaan perlu adanya partisipasi sebagai modal utama kesuksesan (Craig & Mayo, 1992). Di mana strategi dalam proses pemberdayaan menempatkan partisipasi masyarakat sebagai fokus utama dalam pembangunan yang sedang dilakukan. Sebab, dengan adanya partisipasi, maka program dapat dilaksanakan melalui kontribusi yang diharapkan. Untuk itu, strategi komunikasi organisasi berguna sebagai penguat motivasi anggota agar partisipasi dapat dijalankan sesuai tujuan.

Di SBMI, objek pemberdayaan ekonomi adalah para PMI dan anggota keluarganya yang tergabung di organisasi. Maka dari itu, komunikasi organisasi merupakan jalan bagi para anggota dalam proses pemberdayaan ekonomi yang lekat kaitannya dengan kontribusi ide dan partisipasi. Melalui komunikasi organisasi, proses transfer ide dan pewujudannya tergantung kepada para anggota di dalamnya. Bermula dari ide tersebut, saat ini SBMI telah mengembangkan inovasi organisasi berupa pemberdayaan ekonomi koperasi bagi para anggota dan pengurus. Menghitung anggota yang semakin banyak dan meluas ke seluruh Malang, maka sebagai perwujudannya, dibangunlah SBMI *Mart* sejak 2021 lalu. Di mana minimarket tersebut adalah hasil dari pengolahan ide anggota yang direalisasikan. Itu sebabnya, dalam proses penyelenggaraannya, kontribusi ide dan partisipasi menjadi hal yang utama sebagai bagian dari pembangunan potensi anggota.

Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam SBMI, komunikasi organisasi dijadikan sebagai jembatan utama untuk mensukseskan pemberdayaan ekonomi. Itulah yang menarik perhatian peneliti untuk datang dan melihat secara langsung formula atau strategi yang diterapkan oleh SBMI sehingga mencapai keberhasilan pemberdayaan ekonomi yang diinginkan melalui komunikasi organisasi. Sebagaimana SBMI *Mart* Malang yang ditargetkan akan terus mendirikan cabang dan kini telah sukses mewujudkannya dengan pendirian 2 cabang baru. Tempatnya ada di Kecamatan Ngantang dalam satu tahun pendirian dan direncanakan pula akan didirikan cabang lain di Kec. Wonosari dalam waktu

dekat.

Mengingat pentingnya pengembangan sumberdaya manusia di Indonesia yang tergolong besar (Worldmeters, 2020), maka perlu adanya pengetahuan dan inspirasi agar masyarakat mampu berdaya di negara sendiri seperti yang dicontohkan SBMI. Terlebih saat ini, SBMI sedang berusaha membentuk standar baru kesuksesan bagi PMI agar mereka tidak kembali bekerja di Luar Negeri. Hal tersebut berkaitan dengan kritik yang terus bergulir terhadap gelar “Pahlawan Devisa” yang disematkan kepada para PMI. SBMI menjadi salah satu pengkritik atas sebutan tersebut. Sebab, dengan gelar yang disematkan membentuk gambaran baru bahwa PMI hanyalah objek pendulang profit bagi pemerintah.

Sebagaimana pemaparan Susilo (2021) di dalam forum Rencana Aksi Nasional (RAN) *Global Compact for Migration* (GCM). Dia memaparkan bahwa cukup untuk tersesat dalam pemikiran PMI adalah Pahlawan Devisa dengan memikirkan remitansi yang besar bagi negara. Meski tidak menutup pemahaman bahwa remitansi PMI cukup besar. Namun harusnya yang menjadi fokus adalah kesejahteraan para buruh dan pemerintah dapat memberikan kesempatan kerja yang lebih besar di dalam negeri.

Oleh karena itu, SBMI hadir sebagai salah satu garda terdepan dalam menjamin hak-hak buruh migran agar tidak kembali termarginal sehingga bisa mendapat kesejahteraan yang diinginkan. Selain mewujudkan peran sebagai pelindung, SBMI juga mengupayakan kehidupan yang layak bagi para PMI dan keluarga. Semua itu telah dibuktikan dengan peran pentingnya dalam proses pemberdayaan ekonomi serta keberlangsungan program yang terus berkembang. Berdasarkan ulasan tersebut, peneliti pun tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Strategi Komunikasi Organisasi dalam Proses Pemberdayaan Ekonomi dengan Studi Kasus Dewan Pimpinan Cabang Serikat Buruh Migran Indonesia, Kabupaten Malang. Di mana, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai peran dan cita-cita yang telah disepakati bersama dalam satu organisasi. Dengan penelitian ini pula, peneliti dapat menarik strategi komunikasi organisasi yang dapat dicontoh bagi aktivis dan organisasi-organisasi serupa. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam pencapaian solusi isu PMI di masa depan.

METODE

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konstruktivisme dengan metode penelitian studi kasus dan menggunakan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah SBMI sebagai organisasi yang menjalankan program pemberdayaan ekonomi dengan objek penelitian adalah strategi komunikasi organisasi dalam proses pemberdayaan ekonomi. Untuk dapat mencapai data tersebut, peneliti melakukan observasi dan wawancara. Observasi dilakukan secara non-partisipan dan terstruktur. Sementara wawancara dilakukan dengan cara semi terstruktur yang mana lebih mengacu pada rangkaian pertanyaan terbuka. Sedangkan dalam menguji keabsahan data, peneliti memilih uji kredibilitas dengan cara triangulasi Sumber.

Data tersebut kemudian di sintesis, dicari, lalu ditemukan pola mengenai apa yang penting dan dipelajari untuk dimasukkan dalam hasil penelitian. Selanjutnya, data bisa dianggap lebih layak untuk dijabarkan kepada orang lain atau

pembaca (Moleong, 2007). Di dalam hal ini, peneliti menggunakan teknik analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman yang dianggap relevan dalam mencapai hasil penelitian ini. Diantaranya adalah *Data Collecting* (Pengumpulan data), *Data reduction* (Reduksi data), *Data Display* (Penyajian data), *Data Verification* (Penarikan kesimpulan dan verifikasi data).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, diperoleh hasil tentang strategi komunikasi organisasi dalam proses pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh SBMI sebagai berikut,

1. Penanaman Nilai Sejarah dalam Proses Pemberdayaan Ekonomi SBMI
2. Pendirian SBMI *Mart* sebagai Bukti Pencapaian Pemberdayaan Ekonomi Organisasi
3. Identifikasi Karakteristik Khalayak sebagai Aspek Penyesuaian Program dalam Pemenuhan Kebutuhan Moral, Sosial, dan Ekonomi Anggota.
4. Penanaman Nilai Organisasi melalui Pesan Sederhana
5. Fleksibilitas Penyaluran Pesan melalui Metode *Mapping*

Berdasarkan perolehan hasil penelitian di atas, peneliti akhirnya menemukan keunikan dalam strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh SBMI. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zamzami dan Sahana (2021) terdapat 4 strategi komunikasi organisasi yang ideal dilakukan yaitu,

- a. Mengenal lingkungan atau khalayak organisasi
- b. Menentukan tujuan organisasi
- c. Menyusun pesan yang disampaikan
- d. Menentukan metode dan media yang digunakan

Seperti yang telah dijelaskan, ke empat komponen tersebut sudah termasuk ke dalam strategi komunikasi organisasi SBMI. Mulai dari identifikasi khalayak yang berkaitan dengan poin a. Lalu terdapat pula poin b yang tersirat dalam pendirian SBMI *Mart*. Di mana pendirian minimarket sekaligus koperasi tersebut sebagai pendorong anggota untuk aktif bergabung ke dalam proses pemberdayaan ekonomi organisasi. Hal tersebut berkaitan dengan penanaman salah satu poin tujuan SBMI berupa kesejahteraan ekonomi bagi anggota.

Selain itu, pada poin c yang membahas tentang penyusunan pesan. Di mana strategi tersebut telah SBMI lakukan melalui pesan sederhana yang komunikatif konsisten disampaikan kepada para audiens. Cara tersebut digunakan agar pesan dapat lebih mudah diterima audiens. Tidak hanya itu, suasana kondusif pun dapat tercipta ditengah hubungan sosial antara pimpinan dan anggota. Pesan diolah sesederhana mungkin agar dapat diterima oleh seluruh komunikasi baik secara *online* maupun *offline* sesuai tujuan awal pengiriman pesan. Selain itu, melalui pesan sederhana diharapkan dapat mengurangi *noise* atau gangguan yang dialami audiens dalam menerima pesan sehingga terjadi miskomunikasi. Seperti yang diketahui juga, audiens SBMI Malang bukan hanya dalam satu kawasan tertentu dengan karakter yang sama, melainkan setiap daerah memiliki karakter anggota yang berbeda-beda.

Di samping itu, terdapat beberapa DPD lain yang terkadang membutuhkan pesan yang sama sehingga proses

koordinasi harus tetap selaras dan adil antara satu daerah dengan daerah lain. Contohnya, pada pesan yang dirangkai dalam acara *Road Show* peningkatan kapasitas anggota yang isinya mengandung nilai-nilai kekompakan organisasi serta motivasi pendirian cabang SBMI *Mart*. Acara tersebut di adakan dengan berkeliling dari satu DPD ke DPD lain untuk menyatukan semangat dan menyalurkan motivasi anggota SBMI di Kabupaten Malang.

Selanjutnya terdapat komponen d yaitu menentukan metode dan media yang digunakan. Komponen tersebut sudah diimplementasikan oleh SBMI sejak awal diadakannya pemberdayaan ekonomi. Penyaluran pesan adalah hal utama yang difikirkan agar pesan dapat diterima khalayak dengan baik. Di SBMI di adakan suatu pemetaan atau *mapping* untuk melihat potensi para anggota yang ada di masing-masing daerah. Potensi tersebut juga mencakup kemampuan dan karakteristik khalayak yang ada. Melalui pemetaan tersebut akhirnya diketahui pola komunikasi yang efektif yang dapat dilakukan di masing-masing daerah. Lalu penyaluran pesan pun diputuskan dilakukan secara fleksibel sesuai kemampuan cara penerimaan pesan masing-masing daerah. Oleh karena itu, strategi yang dilakukan adalah fleksibilitas penyaluran pesan melalui metode *mapping*.

Selain ke empat strategi yang di terapkan di atas, ada satu strategi komunikasi organisasi yang khas, yang di lakukan oleh SBMI. Strategi itu berupa penyampaian nilai sejarah kepada seluruh anggota SBMI. Hal ini berkaitan dengan pentingnya penanaman motivasi dalam partisipasi. Tanpa adanya motivasi, partisipasi akan sulit di dapat sehingga pemberdayaan memiliki kemungkinan untuk gagal. Seperti yang diketahui dalam teori sebelumnya bahwa proses pemberdayaan perlu adanya partisipasi sebagai modal utama kesuksesan (Craig & Mayo, 1992). Oleh karena itu, strategi komunikasi ini hadir untuk mendorong motivasi para anggota dan meningkatkan nilai diri mereka sebagai bagian keluarga organisasi buruh migran. Adapula tujuan lain dalam penanaman nilai sejarah yaitu memberikan pengertian kepada para anggota tentang pentingnya berorganisasi dan berkumpul.

Sejarah mengajarkan kepada mereka tentang perjuangan panjang buruh migran mendapat keadilan dan nilai baru yang berusaha ditanamkan oleh SBMI. Dulunya, organisasi buruh migran berdiri hanya sebagai organisasi yang melindungi hak hukum PMI berupa penanganan kasus. Bermula dari Konsorsium Pembela Buruh Migran Indonesia (KOPBUMI) yang memberikan wadah aspirasi bagi para buruh migran untuk bersuara, terlahirlah FOBMI. FOBMI merupakan cikal bakal SBMI saat ini. Saat itu, organisasi buruh migran terbagi menjadi komunitas-komunitas daerah yang dibangun dari kesadaran bersama atas dukungan berbagai pihak. Mulai dari mahasiswa, aktivis, nelayan dan lain sebagainya. Selama berdirinya FOBMI, terbentuk berbagai komunitas daerah untuk memperluas semangat perlindungan buruh migran ke seluruh Indonesia. Berikut Komunitas-komunitas yang terbentuk semasa organisasi masih bernama FOBMI,

1. Komunitas Buruh Migran Medan
2. BUMI Lampung (Lampung)
3. Komunitas Buruh Migran Jambi
4. Komunitas Buruh Migran Serang Pandeglang (Banten)
5. Komunitas Buruh Migran Bekasi
6. Komunitas Buruh Migran Sukabumi

7. Forum Warga Buruh Migran Indonesia (FWBMI), Cirebon
8. SBMB Solidaritas Buruh Migran Blitar (Blitar)
9. Komunitas Buruh Migran Wonosobo
10. Komunitas Buruh Migran Kebumen
11. Komunitas Buruh Migran Boyolali
12. Komunitas Buruh Migran Madiun
13. Gerakan Buruh Migran Malang (Gemilang)
14. Bumiwangi (Banyuwangi)
15. Komunitas Buruh Migran NTB
16. Komunitas Buruh Migran Sumbawa

Lalu, dengan berjalannya waktu, para pengurus organisasi mulai mempertanyakan “Sampai kapan mereka berperan hanya sebagai pemadam kebakaran?” Artinya, di sini mereka hanya menanggulangi kasus tanpa ada tindakan preventif agar kejadian yang sama tidak terulang. Oleh karena itu, didirikanlah SBMI yang di dalamnya tergabung komunitas-komunitas buruh migran yang sebelumnya masih bersifat kedaerahan menjadi semangat nasionalisme dalam satu wadah besar. Latar belakang didirikannya pun tidak jauh dari tujuan awal yaitu penanganan kasus dengan penambahan fokus lain yaitu pemberdayaan ekonomi bagi para PMI dan keluarga.

Melalui pemberdayaan ekonomi tersebut, diharapkan kesejahteraan buruh migran dapat dicapai dan cita-cita untuk tidak kembali ke luar negeri untuk bekerja pun bisa diwujudkan. Bermula dari hal tersebut, nilai barupun terbentuk yaitu berupa semangat memulai karir di dalam negeri dan bagi mereka yang purna tidak kembali menjadi PMI. Oleh karena itu, strategi ini menjadi roh utama dalam proses pemberdayaan ekonomi dan keberlanjutan organisasi itu sendiri. Sebab, nilai sejarah ini juga yang memberikan gambaran cita-cita organisasi yang tercakup di dalam pemberdayaan ekonomi SBMI.

Sebenarnya, pemberdayaan ekonomi sendiri diadakan sebagai upaya pemenuhan seluruh tujuan SBMI. Hal tersebut berkaitan dengan dampak yang dibawa atas kesuksesan proses pemberdayaan ekonomi. Khususnya perlindungan melalui advokasi yang didukung kekuatan ekonomi yang baik. Selain perlindungan hukum, perlindungan juga melingkupi pemenuhan kebutuhan sosial serta ekonomi. Hal tersebut tentunya selaras dengan amanat UU No. 18/2017 bahwa “Pelindungan Pekerja Migran adalah segala upaya untuk melindungi kepentingan calon pekerja migran Indonesia dan/atau Pekerja Migran Indonesia dan keluarganya dalam mewujudkan terjaminnya pemenuhan haknya dalam keseluruhan kegiatan sebelum bekerja, selama bekerja, dan setelah bekerja dalam aspek hukum, ekonomi, dan sosial”. Selain itu, SBMI juga berperan dalam mendorong kemandirian dan daya kritis PMI melalui berbagai pelatihan dan program peningkatan kapasitas anggota.

Berdasarkan hasil penelitin di atas, dapat ditarik pemahaman tentang pendekatan komunikasi organisasi yang dilakukan oleh SBMI dalam proses pengambilan keputusan. Pendekatan tersebut berupa *Human Resources Organizations Approach* yang mana teorinya peneliti gunakan juga untuk menilai dan memformulasikan strategi komunikasi organisasi SBMI. Pendekatan tersebut sedikit berbeda dengan teori pendahulunya yaitu *Human Relation Approach* (pendekatan relasi manusia) yang hanya mengandalkan kedekatan

emosional. Di sini organisasi mengandalkan kerja sama yang baik serta mengedepankan *input* anggota. Jadi, penggunaan *Human Resources Organizations Approach* merupakan cara baru yang dikembangkan sebagai upaya penyesuaian perkembangan zaman oleh organisasi terhadap anggotanya. Di mana unsur-unsur penting yang ada dalam pendekatan hubungan relasi manusia juga masih digunakan dengan evaluasi dan penyempurnaan.

Di dalam *Human Resources Organizations Approach*, relasi yang baik diupayakan tidak hanya antar anggota, tapi juga antar pengurus serta antara pengurus dengan anggota. Tujuannya, untuk memaksimalkan kapasitas seluruh khalayak yang terlibat dalam proses pemberdayaan ekonomi SBMI. Sebagaimana tujuan organisasi yaitu peningkatan SDM serta terwujudnya kesejahteraan terhadap PMI dan anggota keluarganya. Perlu diingat bahwa seluruh anggota dan pengurus merupakan PMI dan anggota keluarga. Jadi, semua individu memiliki kesempatan yang sama di dalam organisasi. Pembedanya hanya tentang tugas dan kewajiban yang diemban oleh masing-masing individu. Oleh karena itu, *Human Resources Organizations Approach* juga tidak menafikkan unsur penting yang dipercaya dalam pendekatan hubungan antar manusia. Di mana unsur tersebut menjadi bagian dari pengembangan teori *Human Resources Organizations Approach* sendiri.

Unsur yang dimaksud adalah pemenuhan kebutuhan dan kepuasan. Kepuasan tersebutlah yang dianggap dapat mendorong kontribusi anggota dalam organisasi. Itulah sebabnya, dalam menjalankan pendekatan *Human Resources Organizations Approach*, SBMI selalu berupaya memperlakukan seluruh individu dengan setara sehingga kebutuhan yang diinginkan dapat terpenuhi. Mulai dari kebutuhan moral, sosial, hukum, dan ekonomi. Selain itu, kebutuhan moral dipenuhi melalui penghargaan dan aktualisasi diri. Hal itu dapat menghasilkan iklim yang kondusif. Hasilnya berupa kepuasan dan produktivitas pekerja yang semakin berkembang dan selaras dengan tingkat kepuasan yang mereka dapat. Berikut bagan yang menunjukkan alur prinsip dasar pendekatan hubungan manusia,



Bagan 2. Alur Prinsip Pendekatan Hubungan Manusia

Akan tetapi, prinsip pendekatan hubungan manusia di atas memiliki kekurangan apabila hanya digunakan secara konvensional tanpa pembaharuan. Kekurangan tersebut yaitu rentan disalah gunakan. Seperti keresahan yang diungkapkan oleh Miles (1965) bahwa di dalam menggunakan prinsip tersebut, manajer cenderung hanya menjadikan *input* anggota sebagai pemenuhan kebutuhan. Mereka tidak benar-benar menganggap anggotanya memiliki kemampuan dalam mengatasi masalah. Kedekatan hanya dijadikan sebagai pemuas untuk meningkatkan kinerja atau kontribusi terhadap organisasi sehingga pekerja tidak benar-benar merasa masalah mereka tertangani. Berbeda dengan pendekatan pemberdayaan manusia yang menjadikan *input* sebagai pendorong kemajuan organisasi dan menempatkannya di posisi utama.

Melalui pendekatan *Human Resources Organizations Approach*, SBMI memberikan tempat yang lebih utama bagi para anggota. Khususnya dalam menghasilkan *input* ide maupun inovasi oleh para anggota dibanding pendekatan-pendekatan generasi sebelumnya. Seperti *classical approach* (pendekatan klasik) ataupun hanya mengandalkan *human relation approach* (pendekatan relasi manusia). Berikut Komunikasi Organisasi yang berjalan di SBMI dan kaitannya dengan teori pendekatan *Human Resources Organizations Approach*,

Unsur	Pendekatan Pemberdayaan Manusia (<i>Human Resources Approach</i>)	Komunikasi Organisasi dalam Proses Pemberdayaan Ekonomi SBMI
Pesan Komunikasi	Teks, sosial, dan inovasi	Pesan teks diberikan sebagai pedoman dan digunakan dalam persyaratan administrative. Baik oleh internal maupun dengan pihak eksternal. Pesan dibarengi dengan kedekatan sosial anggota dan diiringi kehadiran inovasi.
Arah Komunikasi	Semua arah, mengutamakan kerja tim	Segala arah baik vertikal, horizontal, maupun diagonal. Karena di SBMI lebih mengedepankan kerja tim sebagai bagian dari wacana pembangunan.
Saluran Komunikasi	Semua saluran	SBMI menggunakan saluran secara fleksibel sesuai kebutuhan, situasi, dan kondisi. Diupayakan memilih saluran yang mudah dan cepat serta efektif bagi para anggota dan pengurus.
Model Komunikasi	Keduanya tapi lebih utama informal	Pesan formal hanya digunakan pada situasi tertentu. Lebih sering menggunakan model komunikasi informal.

Tabel 1. *Human Resources Approach* dalam Komunikasi Organisasi SBMI pada Proses Pemberdayaan Ekonomi.

Bertolak dari implementasi proses pemberdayaan ekonomi SBMI melalui pendekatan yang di sebutkan di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi pembandingan dengan

penelitian terdahulu yang peneliti berhasil kumpulkan. Seperti yang diketahui, bahwa di dalam proses pemberdayaan ekonomi SBMI terdapat strategi komunikasi organisasi untuk menjalankannya. Hal tersebut menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang menggunakan komunikasi pemberdayaan sebagai pendekatan terhadap audiensnya. Selayaknya pada penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2013) tentang Strategi Komunikasi Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Madura Berbasis Kearifan Lokal Madura. Oleh karena itu, proses komunikasi yang berjalanpun hanya berfokus pada pesan pengurus terhadap anggota namun tidak sebaliknya. Sementara di SBMI, komunikasi dari bawah ke atas penting dilakukan untuk memperkuat keberlanjutan organisasi. Karena anggota yang diberdayakan merupakan internal organisasi yang bersentuhan langsung dengan manajemen SBMI.

Di penelitian tersebut dijelaskan bahwa pemberdayaan dilakukan oleh koperasi kepada khalayak perempuan Madura untuk mengembangkan potensi mereka. Bisa dikatakan, konsep pemberdayaan dilakukan hanya berdasarkan profit yang dikelola oleh pengurus koperasi dan melibatkan perempuan Madura sebagai objek pemberdayaan. Strategi komunikasi pun dijalankan secara *Top Down*, sehingga tidak ada *input* ide yang didapat dari para anggota. Berbeda dengan proses pemberdayaan ekonomi SBMI yang fokus objeknya adalah PMI dan keluarga yang menjadi bagian dalam organisasi dan terlibat langsung dalam sistem koordinasi. Oleh karena itu, dalam strateginya, SBMI lebih mengandalkan *Bottom Up* atau dari bawah ke atas. Itu sebabnya, pemberdayaan dijadikan sebagai pendorong potensi anggota agar mereka dapat berorganisasi dengan lebih baik di samping sebagai bekal kehidupan ekonomi mereka dimasa depan.

Selain itu, di dalam penelitian terdahulu tersebut lebih mengedepankan pada pendekatan budaya dengan melihat kearifan lokal. Sementara di SBMI menggunakan pendekatan *Human Resources Organisation Approach* sehingga komunikasi yang dijalankan dalam pemberdayaan organisasi lebih menyeluruh dan terstruktur. Selain itu, komunikasi dijalankan secara *Bottom Up* yang merupakan kebalikan dari strategi komunikasi organisasi oleh koperasi wanita Madura tersebut. Komunikasi pun juga dilakukan ke segala arah untuk menciptakan suasana yang kondusif. Di SBMI, semua berperan aktif dalam wacana pembangunan yang di programkan organisasi dan seluruh individu memiliki kesempatan yang sama untuk berkembang. Kerja tim di andalkan dalam pendekatan komunikasi organisasi ini.

Oleh karena itu, sistem komunikasi *Bottom Up* yang diadopsi oleh SBMI memiliki peran penting untuk lebih mengedepankan saran atau keinginan anggota. Itulah sebabnya, *Output* atau hasil menjadi pandangan anggota SBMI berkumpul untuk dicapai sesuai kesepakatan bersama. Salah satunya berupa pembangunan fisik yang dapat dilihat secara nyata oleh para anggota lain. Gunanya sebagai contoh dan pendorong komitmen dalam pemberdayaan ekonomi. *Output* tersebut adalah SBMI *Mart* yang berperan sebagai wadah ekonomi sekaligus bukti pencapaian pemberdayaan ekonomi. Pembangunan SBMI *Mart* juga dipengaruhi oleh keinginan

kuat anggota yang dibawah untuk diwujudkan oleh pimpinan sebagai wadah pembangunan bersama.

Secara umum, perbedaan mencolok yang diperlihatkan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu keterlibatan strategi komunikasi organisasi dengan proses pemberdayaan. Di SBMI, Hierarki kepemimpinan bukan lagi penghambat interaksi antar individu di dalam organisasi. Melainkan sebagai penguat tugas dan tanggung jawab masing-masing. Di sini, sistem sosial yang ada di dalam SBMI dipadukan dengan penyelarasan tujuan serta pembangunan. Menunjukkan bahwa dalam berjalannya SBMI terdapat wacana pembangunan bersama oleh seluruh elemen organisasi. SBMI tidak hanya menuntut kebersamaan demi tercapainya kemajuan organisasi. Tetapi juga tentang hasil dari kebersamaan tersebut terhadap kesuksesan masing-masing individu di dalam organisasi.

Bahkan sistem semacam ini juga tidak dijelaskan dalam penelitian terdahulu tentang Strategi Komunikasi Organisasi oleh Zamzami (2021). Hasil penelitian tersebut hanya menjelaskan tentang proses komunikasi dalam organisasi dari sisi manajemen sehingga hanya dijelaskan tentang sistem kelembagaan sebagai bagian dari strategi. Bukan tentang proses *output* atau inovasi yang dihasilkan. Sementara di SBMI, *Output* adalah hal penting yang dipikirkan dalam strategi komunikasi organisasi. Khususnya untuk menyukseskan proses pemberdayaan ekonomi yang menjadi program kerja SBMI.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang peneliti lakukan melalui metode studi kasus dengan paradigma konstruktivisme, dapat disimpulkan tentang Strategi Komunikasi Organisasi dalam Proses pemberdayaan ekonomi. Studi kasus dilakukan terhadap Dewan Pimpinan Cabang Serikat Buruh Migran Kabupaten Malang dengan teknik perolehan data melalui wawancara dan observasi. Di peroleh hasil strategi komunikasi organisasi mulai dari penanaman nilai sejarah, pendirian SBMI *Mart*, identifikasi khalayak, pesan sederhana, dan fleksibilitas penyaluran pesan. Melihat poin-poin strategi komunikasi yang diterapkan oleh SBMI di atas, maka dapat dilihat bahwa organisasi tersebut menerapkan teori *Human Resources Organizations Approach* dalam pendekatan komunikasinya. Oleh karena itu, komunikasi organisasi di dalam SBMI menjadi roh dalam proses pemberdayaan ekonomi. Karena dalam proses pemberdayaan sendiri tidak terlepas dari sistem koordinasi organisasi.

Saran

Berdasarkan hasil uraian kesimpulan mengenai strategi komunikasi organisasi dalam proses pemberdayaan ekonomi di atas, Disarankan kepada pihak DPC SBMI Malang agar upaya pemberdayaan ekonomi yang dilakukan lebih diekspos kepada publik dengan memaksimalkan media sosial. Melalui media sosial, SBMI Malang dapat menunjukkan aktivitas dan pencapaian pemberdayaan ekonomi secara massif dan efektif. Selain itu, di samping membangun tempat usaha secara fisik layaknya SBMI *Mart* diperlukan juga pembangunan toko *online*. Toko *online* tersebut bisa berupa pemanfaatan aplikasi

yang sudah ada atau membangun *website* penjualan khusus produk PMI oleh SBMI. Di sini penulis lebih menyarankan untuk memasarkannya melalui *website*. Mengingat SBMI telah berpengalaman dalam pengelolaan *website* sebagai media informasi. Selain itu, melalui *Website* produk dapat diorganisir secara rinci sesuai jenis produk yang dijual.

Saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih memperdalam materi mengenai strategi komunikasi organisasi untuk menelusuri potensi lain dalam proses pemberdayaan ekonomi. Khususnya yang berkaitan dengan buruh migran baik di SBMI, maupun organisasi lain agar dapat menjadi pengetahuan baru. Mengingat, buruh migran mayoritas berasal dari masyarakat daerah yang masih kental dengan ciri khas daerahnya masing-masing. Penelitian diharapkan dapat lebih menarik dan berkembang dengan keberagaman potensi dan karakter khalayak yang ada. Demikian pun bagi pembaca supaya dapat menggali potensi diri dengan sebaik mungkin agar dapat membangun masa depan yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Craig, G., & Mayo, M. (Eds.). 1995. *Community Empowerment: A Reader in Participation and Development*. Zed Books.
- Miller, K., & Barbour, J. 2011. *Organizational communication: Approaches and processes*. Sixth Edition. Cengage Learning
- Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. 2004. *Metodologi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- PUSDATIN. *Data Penempatan dan Pelindungan PMI Periode Juli 2020*. 2020. Jakarta : Badan Penempatan dan Pelindungan Pekerja Migran Indonesia (BP2MI)
- SBMI. 2021. *Modul Pemberdayaan Ekonomi Berbasis Koperasi Serikat Buruh Migran Indonesia*. Jakarta : SBMI
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Susanti, A., & Nugroho, A. 2018. Peran Dewan Pimpinan Cabang Serikat Buruh Migran Indonesia Malang Terhadap Perlindungan Pekerja Migran Indonesia Purna Di Kabupaten Malang. *Novum: Jurnal Hukum*. Vol. 5 (4).
- Sabri, S. 2015. Strategi Meningkatkan Komunikasi yang Efektif Antara Pemimpin dan Anggota Organisasi. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 18 (2): hal. 244-257.
- Wright, C. F., & Clibborn, S. 2019. Migrant labour and low-quality work: A persistent relationship. *Journal of Industrial Relations*. Vol. 61(2): hal. 157-175.
- Zamzami, W. S. 2021. Strategi Komunikasi Organisasi. *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, hal. 25-35.
- Undang-Undang Dasar 1945
- Undang-Undang No. 18 Tahun 2017 tentang Pelindungan Pekerja Migran Indonesia. Lembaran Negara RI No. 242 Tahun 2017. Jakarta
- Garsadi, R.T (2021, Juni). *Upaya Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat dalam Mendukung Integrasi Migran dan Kontribusi Migran terhadap Pembangunan Di Jawa Barat*. Paper dipresentasikan di FGD Penyusunan Rancangan Rencana Aksi Nasional (RAN) Implementasi Global Compact for Safe, Orderly & Regular Migration (GCM) IV, Klaster 3.
- Malangtimes. 2019. Jejak Pekerja Migran dan Torehan Prestasi Kabupaten Malang (Online), (<https://www.malangtimes.com/baca/47280/20191219/122200/jejak-pekerja-migran-dan-torehan-prestasi-kabupaten-malang>, diakses 15 Juni 2022).
- SBMI. 2020. *Di Kabupaten Malang, DPD SBMI Sudah Terbentuk di 11 Desa*, (Online) , (<https://sbmi.or.id/?p=11593>, diakses 20 September 2021).
- Tempo.co. 2011. Di Forum PBB, SBY Sebut TKI Pahlawan Devisa, (Online), (<https://nasional.tempo.co/read/340733/di-forum-pbb-sby-sebut-tki-pahlawan-devisa/full&view=ok>, diakses 30 Oktober 2021)