**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM NEGOISASI UPAH MINIMUM KERJA (UMK) KABUPATEN KARAWANG 2023**

**Khansa Mardhiyah Mustajabah Komara, Harmonis**

Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan

Khansakomara26@gmail.com

harmonis@umj.ac.i

**Abstract**

*Negotiation is one of the persuasive communication efforts in providing confidence to employees, remembering that not all employees carry out demonstrations because of their own encouragement. Persuasive communication is aimed at persuading the communicant, in this case the employee, to do what the communicator wants, namely by means of demonstrations so that they will be accepted in negotiations with the Regent of Karawang. Persuasive communication uses an approach that arouses feelings, thoughts, or in other words by inviting or persuading. Researchers used a descriptive qualitative approach and case study methods to find the latest data on therapist strategies in carrying out persuasive communication with employees in Karawang district. Researchers conducted observations and interviews to see directly the persuasive communication carried out. Data findings show that there is a process of planning, building trust by using certain words, listening, implementation and evaluation.*

***Keywords: Communication, Persuasion, Negotiation***

**Abstrak**

Negosiasi adalah salah satu upaya komunikasi persuasif dalam memberikan keyakinan kepada karyawan, mengingat tidak semua karyawan melakukan demonstrasi karena dorongan dari diri sendiri. Komunikasi persuasif ditujukan untuk membujuk komunikan dalam hal ini karyawan agar melakukan hal sebagaimana yang dikehendaki komunikator yaitu dengan cara demonstrasi agar diterima negosiasi dengan Bupati Karawang. Komunikasi persuasif menggunakan pendekatan yang menggugah perasaaan, pikiran, atau dengan kata lain dengan melakukan ajakan atau bujukan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus guna bisa mencari data-data terkini strategi terapis dalam melakukan komunikasi persuasif kepada karyawang di kabupaten karawang. Peneliti melakukan observasi serta wawancana guna melihat langsung komunikasi persuasif yang dilakukan. Temuan data menunjukan bahwa terdapat proses perencanaan, membangun kepercayaan dengan menggunakan kata-kata tertentu, mendengarkan, implementasi dan evaluasi.

***Keyword: Komunikasi, Persuasi, Negosiasi***

**Pendahuluan**

Istilah persuasi bersumber dari perkataan Latin, persuasio, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Pengertian persuasi adalah sebuah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi dan meyakinkan orang lain. Dalam persuasi, seorang persuader dianggap berhasil jika ia mampu memengaruhi kepercayaan dan harapan orang lain setelah ia melakukan ajakan dengan cara memaparkan berbagai alasan dan prospek-prospek baik dari sebuah barang atau sebuah kondisi. Beberapa orang masih sulit membedakan antara persuasi dan propaganda. Padahal, persuasi beda dengan propaganda. Persuasi adalah sebuah tindakan membujuk secara halus. Artinya, tidak ada unsur paksaan dalam persuasi. Pengertian ini tentunya beda dengan propaganda yang dapat dipahami sebagai tindakan untuk memengaruhi pikiran dan pendapat orang lain dengan memberikan informasi yang subjektif, manipulatif, dan cenderung menyesatkan.

Persuasi melarang keras persuader untuk melakukan kebohongan. Ketika melakukan persuasi terhadap orang lain, seorang persuader harus menyampaikan fakta secara terbuka, tanpa ada satu pun hal yang ditutup-tutupi. **Poin utama dari persuasi adalah menonjolkan kelebihan tanpa harus menutupi kekurangan.** Sehingga orang yang sedang dipersuasi akan mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu hal sekaligus, namun tetap melihat kelebihan hal tersebut sebagai sesuatu yang lebih menonjol.

Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Dengan cara rasional, komponen kognitif pada diri seseorang dapat dipengaruhi. Aspek yang dipengaruhi berupa ide ataupun konsep. Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah. Dari beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli, tampak bahwa **persuasi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku seseorang, baik secara verbal maupun non-verbal**. Komponen-komponen dalam persuasi meliputi bentuk dari proses komunikasi yang dapat menimbulkan perubahan, dilakukan secara sadar ataupun tidak sadar, dilakukan secara verbal maupun nonverbal.

Dalam hal ini komunikasi persuasif yang mendorong ada nya Tindakan demonstrasi yang di lakukan oleh para buruh pabrik/karyawan pabrik di karawang, tujuan ini yang di lakukan oleh para buruh minta untuk upah minimum kerja naik dan bernegoisasi dengan Bupati Karawang. Selama ini Karawang menjadi daerah UMK tertinggi se Indonesia, tapi di tahun 2023 ini Karawang tertinggi ke dua setelah Kabupaten Bekasi yang membuat Masyarakat dan karyawang menuntut Bupati Karawang untuk menaikan Kembali angka UMK Karawang mejadi di atas Kabupaten Bekasi. Dari hal ini negoisasi yang di lakukan oleh para buruh ini dengan negoisasi Negosiasi persuasif harus mampu menunjukkan hasil positif yang dapat diperoleh atau pengaruh yang diinginkan. Dengan mengkomunikasikan manfaat yang akan diperoleh, kata persuasif dapat meningkatkan ketertarikan dan keinginan orang untuk bertindak sesuai dengan yang diinginkan. Selain itu, kata persuasive sering membandingkan proposisi yang disampaikan dengan alternatif lain untuk menunjukkan keunggulan atau kelebihannya. Hal ini membantu menegaskan kenapa orang harus memilih tindakan atau keputusan tertentu. Terakhir, kata persuasif harus mampu membuat orang merasa terlibat dan memiliki kendali terhadap tindakan atau keputusan yang diambil. Dengan menciptakan rasa kepemilikan dan keterlibatan, kata persuasif dapat meningkatkan motivasi orang untuk mengikuti ajakan atau saran yang diberikan. Karakteristik dan ciri-ciri kata persuasif meliputi penggunaan alas an yang kuat, penggunaan emosi, menunjukkan hasil positif, membandingkan dengan alternatif lain, dan membuat orang merasa terlibat dan memiliki kendali. Dengan memahami karakteristik ini, kita dapat menggunakan kata persuasif dengan lebih efektif untuk mempengaruhi orang lain.

Komunikasi Negosiasi Model komunikasi negosiasi D. Lawrence Kincaid (dalam Tommy, 2008) menggambarkan bahwa dalam proses negosiasi perwakilan dari kedua belah pihak ini sebagai negosiator yang keduanya sama sama memiliki informasi yang akan ditukarkan dalam proses komunikasi negosiasi. Negosiator akan

menentukan bagaimana cara merundingkan informasi tersebut agar bisa dipahami dan mendapatkan respon dari klien secara positif. Respon klien ini adalah feedback yang menjadi komponen penting menentukan tingkat pemahaman terhadap pesan. Keseluruhan pesan dan proses penyampaiannya disebut proses encoding. Proses selanjutnya menyampaikan pesan lewat saluran antar pribadi. Jika pesan disampaikan secara langsung atau tatap muka, masing masing pihak yang terlibat harus memberikan interpretasi, merasakan dan memberikan pengertian kepada pesan yang dikirimkan dan diterima dalam proses pertukaran informasi. Melalui pertukaran informasi ini, semua pihak diharapkan dapat saling mendekat yang akhirnya dapat mencapai saling pengertian antara satu sama lain sehingga kemudian

tercapai kesepakatan bersama. Colquitt dalam bukunya Organizational Behavior menerangkan “*Negotiations is a process in which two or more interdependent individuals discuss and attempt to come to an agreement about their different preferences*” (Negosiasi adalah proses di mana dua atau lebih individu saling tergantung membahas dan mencoba untuk mencapai kesepakatan tentang preferensi yang berbeda). Sementara itu Phil Baguley dalam bukunya *Teach Yourself Negotiating* menjelaskan negosiasi adalah suatu cara untuk menetapkan keputusan yang dapat disepakati dan diterima oleh dua pihak dan menyetujui apa dan bagaimana tindakan yang akan dilakukan di masa mendatang. Begitu juga Robbins menjelaskan bahwa Negosiasi adalah sebuah proses dimana dua pihak atau lebih melakukan pertukaran barang atau jasa dan berupaya untuk menyepakati nilai tukarnya. Sedangkan Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, arti kata negosiasi adalah: “Proses tawar menawar dengan jalan berunding guna mencapai kesepakatan bersama antara satu pihak (kelompok atau organisasi) dan pihak (kelompok atau organisasi) yang lain. Stella Ting Toomey mengeksplorasika cara cara dimana identitas di negosiasikan dalam interaksi dengan orang lain, terutama dalam berbagai budaya. Toomey menjelaskan bahwa identitas seseorang selalu dihasilkan melalui interaksi sosial. Identitas atau gambaran refleksi diri dibetuk melalui negosiasi ketika kita menyatakan, memidifikasi atau menantang identifikasi identifikasi diri kita atau orang lain.

**Pembahasan**

Berdasarkan beberapa definisi di atas, negosiasi adalah proses untuk menyerahkan dan mempertimbangkan penawaranpenawaran sampai suatu penawaran itu diterima. Negosiasi juga bisa berarti pertimbangan, diskusi, atau konferensi dengan mengacu kepada suatu rancangan perjanjian. Bisa juga berarti tindakan untuk menyelesaikan atau mengurus ketentuan-ketentuan serta syaratsyarat bagi suatu tawar-menawar, jual beli, atau transaksi bisnis lainnya. Jadi proses negosiasi mencakup proses tawar menawar antara sebuah perusahaan dengan pemerintahan. Bernegosiasi juga dapat diartikan sebagai proses komunikasi dalam suatu transaksi bisnis dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan. Dapat juga diartikan sebagai proses komunikasi dengan pihak lain untuk mencapai sebuah kesepakatan.

Komunikasi persuasif sangat penting dalam negosiasi dengan para karyawan untuk memulai demonstrasi kepada pemerintah. buruh yang datang dari berbagai usia dan latarbelakang yang berbeda tidak semua datang melakukan demonstrasi karena dorongan keinginan diri sendiri. Paling banyak buruh yang ikut protes atau demo ini adanya dorongan karena kebutuhan ekonomi yang mengharuskannya. Negosiasi berjalan untuk membangun kepercayaan dan kepastiansampai akhirnya yang pemerintah bersedia untuk melakukan negoisasi permintaan para buruh.

Suatu protes yang dilakukan ini dimulai para buruh karawang pada (29/11/023) untuk bertujuan mengawal penetapan upah berdasarkan rekomendasi Bupati Karawang. Aksi juga digelar sebagai protes atas pernyataan Pj Gubernur Jabar yang mempersilakan buruh demonstrasi jika tak sepakat soal kenaikan upah minimum provinsi (UMP) yang ditetapkan. Apalagi dalam rapat Dewan Pengupahan Provinsi Jabar disebutkan, kenaikan upah tahun 2024 tak sampai satu persen. Ini karena pemerintah mengacu pada PP 51 Tahun 2023.

Diketahui, Upah Minimum Kabupaten (UMK) Kabupaten Karawang pada 2024 direkomendasikan **naik 12 persen** atau sebesar **Rp 600.000 dari Rp 5.176.000** menjadi **Rp 5.797.000.** Ini berdasarkan hasil rapat Dewan Pengupahan Kabupaten (Depekab) Karawang pada Rabu (22/11/2023).

Sejumlah perwakilan massa dari berbagai aliansi buruh tersebut diterima oleh Pelaksana Tugas (Plt) Bupati Aep Syaepuloh, dan Kadisnaker Kabupaten Karawang Rosmalia, untuk melakukan audiensi guna melakukan negoisasi membahas tuntutan kenaikan upah kerja. Ketua Federasi Buruh Karawang Saripudin menerangkan, permintaan tersebut disebabkan oleh adanya kenaikan untuk harga kebutuhan pokok bagi masyarakat. Jika kenaikannya hanya kecil sama saja tidak ada artinya, sebab kebutuhan pokok juga mengalami kenaikan.

Dari hasil pertemuan dengan perwakilan massa dan berhasil melakukan negoisasi dengan Plt. Bupati Karawang melakukan rekomendasi agar kenaikan UMK karawang menjadi sebesar **12 persen dari 15 persen** yang di ajukan oleh para buruh. Namun dari hasil ini pun Gubernur Jawa Barat UMK Karwang yang pada 2023 sebesar **Rp5.176.179,07** dan pada **2024 naik Rp81.654,93** atau 1,58 persen jadi sebesar **Rp. 5.257.834.** Penjabat Gubernur Jawa Barat Bey Machmudin telah menandatangani keputusan penetapan upah minimum kabupaten dan kota (UMK) tahun 2024, karena keputusan sudah di tandatangani maka kita perlu menerima dan mematuhi aturan dengan sesama.

Berikut UMK 2024 Kabupaten dan Kota di Jabar:

1. Kota Bekasi (Rp5.343.430)

2. Kabupaten Karawang (Rp5.257.834)

3. Kabupaten Bekasi (Rp5.219.263)

4. Kabupaten Purwakarta (Rp4.499.768)

5. Kabupaten Subang (Rp3.294.485)

6. Kota Depok (Rp4.878.612)

7. Kota Bogor (Rp4.813.988)

8. Kabupaten Bogor (Rp4.579.541)

9. Kabupaten Sukabumi (Rp3.384.491)

10. Kabupaten Cianjur (Rp2.915.102)

11. Kota Sukabumi (Rp2.834.399)

12. Kota Bandung (Rp4.209.309)

13. Кота Сіmahi (Rp3.627.880)

14. Kabupaten Bandung Barat (Rp3.508.677)

15. Kabupaten Sumedang (Rp3.504.308)

*Sumber : RILIS HUMAS JABAR;REP. PUN*

Bentuk komunikasi tertinggi adalah komunikasi empatik yang memiliki makna melakukan komunikasi untuk mengerti dan memahami karakter dan maksud dan peran orang lain yang menerima pesan. Dalam hal ini, kebaikan dan sopan santun seperti halnya kemampuan dan kemauan untuk memenuhi komitmen yang disampaikan, dan menjelaskan harapan yang diharapkan dalam suatu hubungan komunikasi sangat diperlukan untuk menghindari terjadinya harapan yang bertentangan atau berbeda dengan peran dan tujuan komunikasi. Selain itu, integritas

mencakup hal-hal yang lebih dari sekadar kejujuran juga diperlukan dalam membangun hubungan komukasi yang efektif dan sehat.

Kejujuran menekanka pada kemauan untuk mengatakan kebenaran atau menyesuaikan kata-kata kita dengan realitas. Integritas menyesuaikan realitas dengan kata-kata setiap individu yang menyampaikan pesan. Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik. Untuk merancang pesan, komunikator mengembangkan pesan komunikasi yang efektif, yang idealnya pesan harus melalui tahap AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decission, Action). Selain itu, komunikator harus bisa memutuskan isi pesan, format pesan dan struktur pesan sehingga pesan yang disampaikan memiliki daya tarik maksimal, baik daya tarik rasional, emosional dan moral.

**Hasil**

 Proses sesi negoisasi akan berhasil dengan hasil yang optimal apabila dorongan untuk melakukan demonstrasi datang dari dorongan yang Bersama untuk menaikan UMK setiap tahunnya. Pemerintah hanya bisa menerima dan melakukan negoisasi dengan massa pendemo agar tetap mendengarkan masyaraka, pemerintah hanya perantara masuyarakat untuk menyelesaikan masalah yang perlu diselesaikan. Apabila buruh datang bukan karena dorongan bersama maka komunikasi persuasive dalam proses negosiasi bisa menjadi strategi agar karyawan/buruh bersedia melakukan demonstrasi. Tahapan proses negosiasi dan komunikasi persuasif yang sudah dibahas sebelumnya dianggap berhasil dalam mempengaruhi pemerintah untuk bersedia melakukan kenaikan UMK Karawang dari yang sebelum nya, walaupun tidak sesuai dengan angka yang di harapkan setidak nya buruh tetap mendapatkan kenaikan upah.

**Daftar Pustaka**

Ir Febrina M I Siahaan M.A (Fin&Acc) M.Ikom,MODUL PELATIHAN: Komunikasi Persuasif

Creswell, John W, (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, Yogyakarta: Pustaka

Pelajar.

Istijanto. (2007). *Seni Menaklukkan Penjual dengan Negosiasi: Plus 12 Prinsip, 12 Strategi,*

*dan Kesalahan Negosiasi.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Konutson, T.J., Komolsevin, R., Chatiketu, P., Smith, V.R., “A Cross Cultural

Comparason of Thai and Us American Rethorical Sensitivity Implications for

Intercultural Communication Effectiveness”, (International Journal of

Intercultural Relation, 2003)

Atep Adya Barata (2005) *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo

<https://jabarprov.go.id/berita/bey-machmudin-tetapkan-umk-2024-kabupaten-dan-kota-kota-bekasi-tertinggi-banjar-terendah-11566>