

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kerjasama gerakan sosial buruh dan NGO dalam usaha menuntut dipenuhinya pembayaran upah buruh Bravo Tekstil. Bravo Tekstil adalah perusahaan di Turki yang mengerjakan produk *fashion* merek global ZARA, Next dan Mango. Upah buruh tidak dibayarkan karena Bravo Tekstil mengalami kebangkrutan pada tahun 2016. Setelah dua tahun, gerakan sosial dengan mengusung petisi daring ini pada akhirnya berhasil. Gaji buruh dibayarkan oleh Inditex, perusahaan induk merek global ZARA, bekerjasama dengan Mango dan Next. Berangkat dari permasalahan tersebut, pertanyaan yang diajukan dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi petisi daring dapat memengaruhi ZARA, Mango, dan Next untuk memenuhi hak buruh berupa upah yang tidak dibayar oleh Bravo Tekstil di Turki pada tahun 2016- 2018? Untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut penulis menggunakan tiga kerangka pemikiran, yaitu: (1) mengaitkan peran antara perusahaan ritel; merek dan pabrik lokal dalam menyikapi permasalahan upah buruh yang tidak dibayarkan; (2) penggunaan media sosial sebagai aktivisme media; (3) pengaruh *Transnational Advocacy Network* yang dapat mengoordinasikan kegiatan di berbagai organisasi serta melakukan penyebaran norma ataupun kesamaan ide melalui kampanye. Dari kerangka pemikiran tersebut maka argumen yang diajukan penulis adalah bahwa ada dua strategi yang dilakukan oleh pengusung petisi daring dalam memengaruhi ZARA untuk membayar upah buruh Bravo Tekstil. Dua strategi yang dilakukan pengusung petisi daring adalah: (1) melakukan mobilisasi gerakan melalui media sosial sebagai bagian dari politik informasi dan politik simbolik; (2) memanfaatkan rantai produksi global dengan menunjuk merek global sebagai bagian dari politik akuntabilitas dan *leverage politics*.

Kata Kunci: mobilisasi gerakan sosial, merek global, petisi daring, rantai produksi global, *transnational advocacy network*.

ABSTRACT

This research was motivated by social cooperatives and NGOs in an effort to demand payment of Bravo Textile workers' wages. Bravo Tekstil is a company in Turkey working on global fashion brands ZARA, Next and Mango. Workers' wages were not approved because Bravo Textile fixed bankruptcy in 2016. After two years, the social movement by carrying out this brave petition finally succeeded. The worker's salary is approved by Inditex, the parent company of the global brand ZARA, managed by Mango and Next. The question asked, the question raised in this thesis is a petition strategy that dares to influence ZARA, Mango, and subsequently to fulfill the rights of workers who are paid under Bravo Textiles in Turkey in 2016-2018? To answer the following research questions, the author submits three questions posed, namely: (1) linking roles between retail companies; local brands and factories dealing with unapproved wage problems; (2) the use of social media as active media; (3) Transnational Advocacy Network that can coordinate activities in various organizations and disseminate norms that can be done through ideas through campaigns. From these considerations, a proposal was made by a petition bearer who dared to influence ZARA to pay Bravo Textile workers' wages. Two strategies carried out by brave petitioners are: (1) mobilizing movements through social media as part of symbolic political and political information; (2) utilize global production chains by appointing global brands as part of political accountability and political leverage.

Keywords: social movement, global brand, online petition, global value chain, transnational advocacy network.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala anugerah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengusung Petisi Daring dalam Pemenuhan Hak Tenaga Kerja Bravo Tekstil tahun 2016-2018” sebagai tugas akhir dalam menempuh sarjana di Departemen Ilmu Hubungan Internasional Universitas Airlangga. Ide pada skripsi ini diawali dengan ketertarikan penulis pada industri *fashion*. Awalnya, skripsi ini berfokus pada pembangunan berkelanjutan pada industri *fashion*. Namun, penulis mengganti fokus menjadi dampak industri *fashion* terhadap buruh. Proses yang dilalui dalam mengerjakan skripsi ini tidak terlepas dari hambatan, walaupun pada akhirnya hambatan tersebut dapat terselesaikan oleh bantuan serta dukungan dari keluarga, pembimbing, sahabat, serta teman. Pembahasan mengenai industri *fashion* yang dikaitkan dengan ilmu Hubungan Internasional bukan merupakan subjek umum untuk dibahas. Akan tetapi, dengan bantuan dari beberapa pihak ide pada skripsi ini dapat terwujud serta menjadi bahan penelitian yang cukup menarik.

Pemanfaatan gerakan sosial serta peran NGO dalam memenuhi hak tenaga kerja menjadi bahasan utama pada skripsi ini. Hal tersebut menjadi menarik karena gerakan sosial dalam lingkup Hubungan Internasional dipahami sebagai aktor yang memiliki kekuatan lebih lemah dibandingkan dengan negara ataupun korporasi global. Skripsi ini berhasil menunjukkan bahwa gerakan sosial yaitu buruh, konsumen, serta NGO dapat bekerjasama melalui penggunaan strategi pola bumerang dalam melakukan advokasi terhadap ZARA, Mango, dan Next untuk memenuhi upah buruh Bravo Tekstil di Turki. Adanya peran *transnational advocacy network* dan media sosial untuk menekan korporasi global membuktikan bahwa jaringan dapat menimbulkan public awareness hingga berpengaruh terhadap keberlanjutan korporasi global dalam beroperasi.

Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap seluruh pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung pada proses penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa manusia tidak luput dari kekurangan, begitu pula dengan hasil penelitian pada skripsi ini. Sehingga, penulis berharap bahwa pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang dapat

dijadikan sebagai acuan dalam memperbaiki kekurangan pada skripsi ini bagi peneliti selanjutnya serta pembaca mendapatkan wawasan tambahan.

Surabaya, 2 Juli 2020