



ORGANIZING FOR POWER: PANDUAN VISUAL



Organizing for Power adalah program pelatihan global yang berfokus pada dasar-dasar inti pengorganisasian.

Pelatihan daring gratis kami dirancang untuk membantu Anda dan orang-orang di sekitar Anda membangun kampanye yang mampu meraih kemenangan yang mengubah relasi kuasa dan kehidupan masyarakat.

Dari tahun 2019 hingga 2025, kami telah mengajarkan metode pengorganisasian yang terbukti menang kepada lebih dari 50.000 orang dari 2.500+ kelompok di lebih dari 120 negara.

Penulisan dan penyuntingan: Clémence Hutin, David Labi, Ethan Earle, Sarah Reader, Lena Wachweger, KB Brower

Desain dan ilustrasi: clan—paraná®



info@organizing4power.org

Catatan dari Koordinator O4P

Panduan ini dirancang untuk mendampingi kerja pengorganisasian para peserta program O4P. Materi ini dibangun menggunakan landasan kerja yang sama dengan pengembangan program O4P, yang sebagian besar ditulis oleh mending pendiri kami, Jane McAlevey.

Sebagaimana program O4P awalnya berbasis pada kerja Jane di gerakan buruh, panduan ini juga mengambil banyak contoh dari pengorganisasian serikat pekerja.

Namun, sebagaimana O4P telah berkembang menjadi pelatihan yang jauh lebih luas—mendukung upaya pengorganisasian progresif di berbagai spektrum isu — panduan ini juga dibuat agar menjadi inklusif namun tetap mempertahankan ketajaman dan kejelasan visi yang membuat kerja-kerja Jane, dan program O4P, bermanfaat bagi banyak orang.

Meski tiap contoh dalam panduan ini mungkin tidak Walaupun tidak setiap contoh di dalamnya akan sama relevannya bagi semua pembaca, kami percaya bahwa panduan ini dapat mendukung kerja siapa pun, di mana pun di dunia, yang berupaya melakukan pengorganisasian dengan menggunakan metode dari program Organizing for Power.

—Ethan Earle dan Sarah Reader



Daftar Isi

Konsep Kunci Pengorganisasian	6
1. Pengorganisasian vs Mobilisasi	9
2. Kelompok Berbasis Struktur vs Kelompok Sukarela	10
3. Majorities vs. Minorities	13
4. Pemimpin Organik vs. Aktivis	13
Metode Inti Pengorganisasian	14
1. Identifikasi Pemimpin Organik dalam Struktur Anda	15
2. Pentingnya Pilihan Kata	19
3. Buat Struktur dalam Percakapan Anda	24
4. Uji Struktur	33
5. Pembuatan Bagan	36
6. Menyusun Rencana Menang	38
Nasihat untuk Pengorganisir Pemula	43

Kaum elite kaya ingin menguasai segalanya.

Kelompok 1% elite kaya menguasai hampir 50% kekayaan dunia.

Setengah dari penduduk dunia hampir TIDAK punya apa-apa: hanya menguasai 2%.

Kelompok elit berkuasa dengan memecah belah kita: buruh diadu dengan buruh, tetangga dengan tetangga, negara dengan negara.

Untuk membangun kekuatan yang mampu mengubah keadaan ini, kita butuh serikat buruh dan organisasi kelas pekerja yang tangguh.

Organisasi seperti ini tidak lahir begitu saja; butuh metode dan kerja keras. Metode pengorganisasian itu **tidak datang secara instan atau muncul sendiri dari naluri**. Pengorganisasian adalah sebuah keterampilan: Anda harus mempelajarinya, mengasah keahliannya, dan jangan pernah berhenti berlatih.



Konsep Kunci Pengorganisasian

Kaum elite kaya memiliki uang, tapi kita memiliki massa: Keunggulan strategis terbesar kita adalah jumlah kita.



Partisipasi tinggi adalah landasan utama untuk membangun kekuatan guna meraih kemenangan berdampak yang mengubah hidup masyarakat. Kemenangan pekerja di seluruh dunia bukan hanya penting untuk upah dan kondisi kerja yang lebih baik: kemenangan memastikan daya tawar yang tahan lama dan mengajarkan pekerja lain bahwa mereka memiliki kekuatan untuk bertindak.

Individualisme membuat kita rentan. Untuk menang, kita butuh **mayoritas yang terlihat, terstruktur, dan berkelanjutan**. Kita harus menjangkau mayoritas pekerja atau anggota komunitas yang belum yakin untuk bergabung dalam perjuangan, tidak hanya para aktivis yang sudah setuju dengan Anda.

// Pengorganisasian meletakkan kunci keberhasilan pada basis orang-orang biasa yang terus meluas—massa yang sebelumnya tidak pernah terlibat, dan sama sekali tidak menganggap diri mereka sebagai aktivis.

Ketidakadilan dan kemarahan terhadap suatu hal yang spesifik adalah motivasi jangka pendek, namun yang menjadi tujuan utama adalah memindahkan kekuasaan dari kelompok elit ke mayoritas, dari kelompok 1 persen ke kelompok 99 persen.

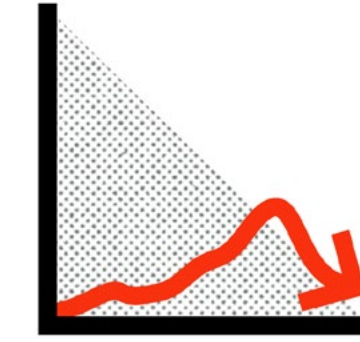
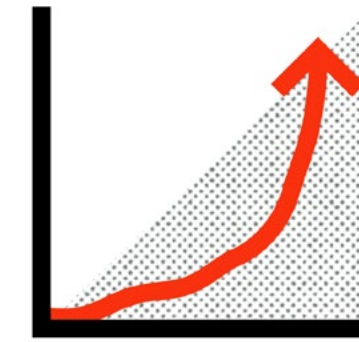
Kampanye-kampanye tentang isu yang spesifik memang penting, tetapi fungsi utamanya adalah sebagai mekanisme untuk membawa orang-orang baru ke dalam proses perubahan dan menjaga mereka agar tetap terlibat. Orang-orang biasa jadi ikut melakukan analisis kekuasaan, merancang strategi, dan meraih hasilnya. Mereka adalah bagian penting, dan mereka menyadari hal itu. **//**

— Jane McAlevey, *No Shortcuts*

1. Pengorganisasian vs Mobilisasi

Pengorganisasian bertujuan untuk **terus memperluas basis massa Anda melalui aksi eskalasi strategis** dengan merekrut orang-orang yang belum setuju dengan Anda.

Mobilisasi melibatkan orang-orang yang sudah setuju dengan tuntutan Anda: mobilisasi tidak memperluas basis massa atau membangun kekuatan.



Pengorganisasian...	Mobilisasi...
membangun kekuatan dengan merekrut mayoritas dalam struktur yang jelas.	sering kali tidak memiliki struktur dan target, dengan hasil yang terpecah dan sulit membangun kekuatan jangka panjang.
merekrut orang-orang yang belum setuju.	mengumpulkan orang-orang yang sudah setuju.
menggunakan eskalasi strategis : terus memperluas dan melibatkan basis massa Anda.	kesulitan mengembangkan basis massa di luar orang-orang yang sudah setuju.
berbasis pada hubungan sosial yang kuat.	biasanya ditandai dengan ketergantungan berlebih pada media sosial.
dipimpin oleh mayoritas rakyat: gerakan massa yang inklusif.	sering kali dipimpin oleh sebagian kecil staf dan aktivis.
mampu menghasilkan kemenangan besar yang dapat dipertahankan dan dikembangkan, serta mengandung kemungkinan untuk mengubah relasi kuasa.	biasanya menghasilkan kemenangan yang sulit dipertahankan.

2. Kelompok Berbasis Struktur vs Kelompok Sukarela

(*super-majorities*) yang dapat memenangkan perubahan nyata, kita perlu mendasarkan pengorganisasian kita pada **struktur** yang menyatukan orang-orang — tempat-tempat (misal: tempat kerja, rusun/pemukiman) di mana orang-orang berbagi kepentingan material yang sama (misal: upah yang layak, sewa rumah yang murah) tetapi mungkin tidak sepakat dalam berbagai isu — sebagai lawan dari mobilisasi kelompok sukarela (*self-selecting* atau memilih sendiri) yang menyatukan orang-orang hanya berdasarkan kesamaan pandangan terhadap suatu isu atau kedekatan ideologi.



Kelompok Berbasis Struktur	Kelompok Sukarela
Dilakukan di tempat-tempat di mana orang-orang disatukan dalam sebuah "struktur" bersama dan tidak selalu memiliki kedekatan (ideologi).	Ditandai dengan orang-orang yang bergabung dalam suatu kelompok karena mereka sudah berkomitmen pada perjuangan tersebut.
Memungkinkan Anda untuk menghitung basis massa dan mengetahui kapan Anda telah mencapai mayoritas.	Sulit atau bahkan mustahil untuk sekadar membuat penilaian tentang seperti apa bentuk mayoritas
Menitikberatkan pada aksi kolektif orang-orang yang tidak (atau belum) tentu sepakat dalam setiap isu.	Fokus pada keepakatan terhadap isu-isu yang sudah ada sebelumnya dan biasanya bersifat kolektif.
Berarti terus-menerus melibatkan orang-orang yang mungkin belum tertarik untuk ikut serta dalam kampanye Anda.	Berarti Anda menghabiskan sebagian besar waktu untuk berbicara dengan orang-orang yang sudah setuju dengan Anda.
Contoh: sekolah, tempat ibadah, gedung apartemen, tempat kerja.	Contoh: aksi-aksi yang mengusung satu isu, kampanye peningkatan kesadaran dan media sosial (memobilisasi orang-orang yang sudah setuju dengan Anda).

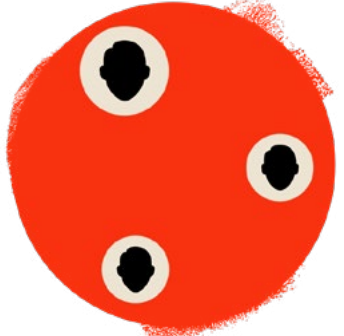
“Pengorganisasian berbasis struktur berupaya membangun mayoritas dari basis konstituen yang terikat dalam satu lingkungan, yang mungkin pada awalnya memiliki sedikit atau bahkan tidak ada minat sama sekali untuk menjadi bagian dari kelompok mana pun...

Pengorganisasian kelompok sukarela mengandalkan pendekatan mobilisasi dimana pesertanya sudah memiliki ketertarikan sebelumnya atau komitmen serius terhadap perjuangan tersebut.”

– Jane McAlevey, 2016.

3. Mayoritas vs. Minoritas

Apa yang dapat Anda menangkan adalah hasil dari seberapa besar kekuatan yang Anda bangun. Anda harus membangun partisipasi supermayoritas (supermajority) untuk menciptakan krisis bagi lawan Anda dan meraih kemenangan besar yang mengubah hidup masyarakat.



Mayoritas...	Minoritas...
berarti banyak orang mengambil tindakan: kekuatan tinggi!	berarti "pemain lama" yang itu-itu saja yang mengambil tindakan: kekuatan rendah.
Menunjukkan bahwa kita lebih kuat bersama: aksi-aksi ini sulit untuk ditekan.	menunjukkan isolasi dan kelemahan, dan penindasan menjadi jauh lebih mudah.
semakin besar mayoritas, semakin besar kapasitas Anda untuk meraih kemenangan besar dan mempertahankan apa yang telah dimenangkan. Aksi kampanye tersulit (misal: mogok kerja) membutuhkan pembangunan supermayoritas dari basis massa Anda.	semakin banyak aksi yang digerakkan oleh minoritas, semakin sulit untuk menang, semakin kecil kemenangan yang biasanya diraih, dan semakin sulit pula untuk mempertahankan apa yang telah dimenangkan.

4. Pemimpin Organik vs. Aktivis

Banyak kampanye bergantung pada “aktivis”—orang-orang yang setuju dengan Anda, hadir, dan siap mengambil tindakan. Namun, ada profil lain yang sangat krusial untuk memenangkan hati mereka yang belum menentukan pilihan dan membangun supermayoritas: Pemimpin Organik. Mereka lebih sulit untuk diidentifikasi dan direkrut, tetapi mereka adalah **kunci menuju kemenangan**.



Pemimpin Organik...	Aktivis...
memiliki pengaruh luas dalam struktur, namun tidak selalu setuju dengan ide/tuntutan Anda.	umumnya terlibat dan sudah setuju dengan ide/tuntutan Anda.
memiliki pengikut dan kapasitas untuk menggerakkan orang dalam struktur Anda.	tidak memiliki pengikut dan kesulitan menggerakkan orang yang belum setuju dengan mereka.
sering kali lebih sulit direkrut karena pengaruh mereka yang sudah ada dalam struktur.	biasanya merekrut diri sendiri , menawarkan diri untuk membantu (atau memimpin) kampanye.
sangat penting untuk membangun mayoritas.	melakukan kerja penting untuk memajukan kampanye (misalnya, membantu memetakan tempat kerja).

Metode Inti Pengorganisasian

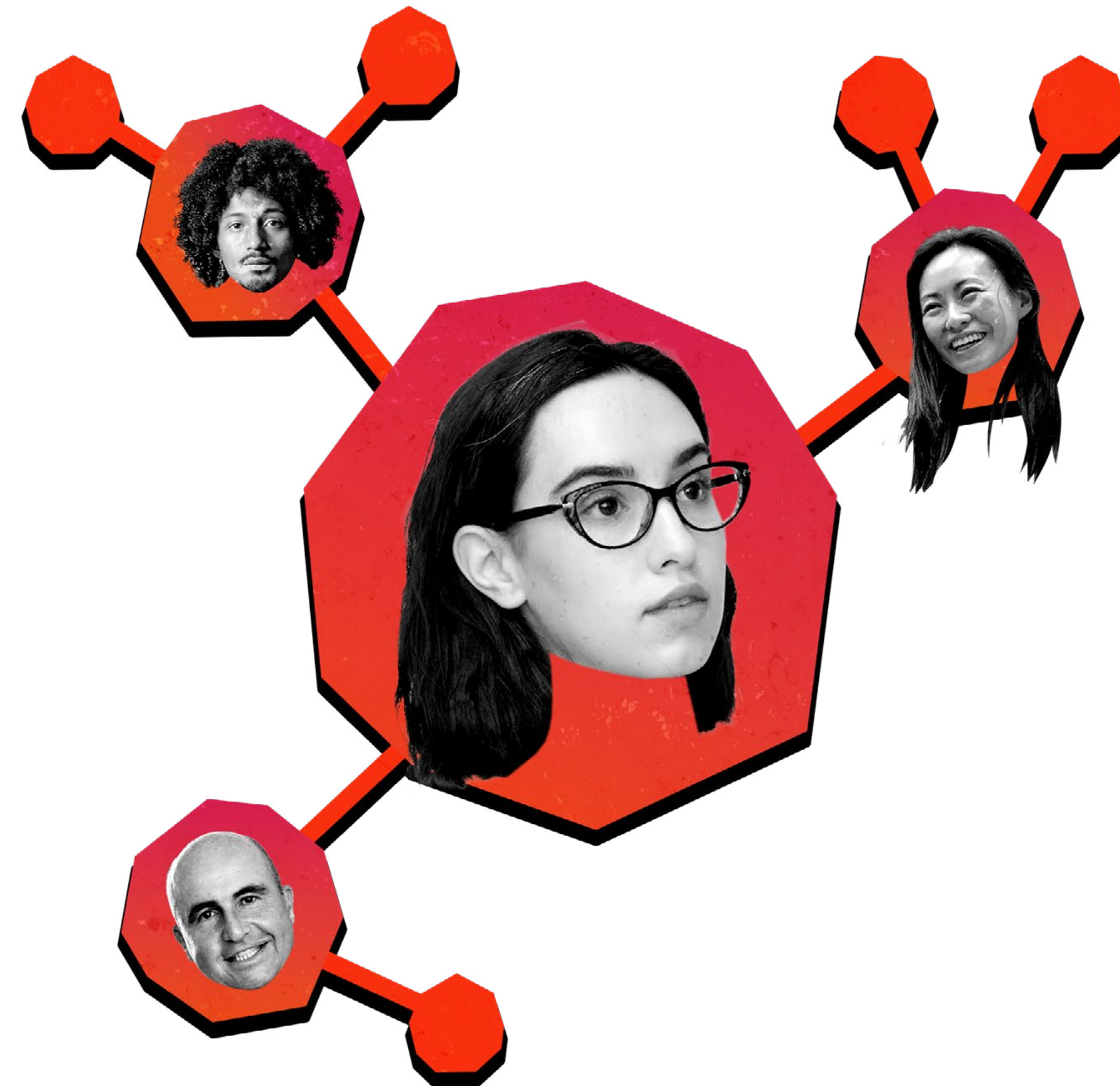
1.

Identifikasi Pemimpin Organik dalam Struktur Anda

Kenapa penting

Untuk meraih kemenangan yang bermakna, Anda perlu membangun mayoritas yang kuat, melampaui orang-orang yang biasanya sudah sependapat dengan Anda. Pemimpin Organik menyatukan mayoritas. Secara definisi, mereka memiliki pengikut dan berpengaruh. Mereka adalah orang-orang yang didengarkan oleh orang lain dan diikuti dalam bertindak.

Pemimpin organik menentukan apakah Anda menang atau kalah: mereka bisa menggerakkan seluruh unit, gedung, atau departemen dalam semalam. Jika Anda tidak merekrut mereka, maka bos/manajemen/penguasa yang akan melakukannya dan menggunakan pengaruh pemimpin organik untuk menghalangi kampanye Anda.



Cara Mengidentifikasi Pemimpin Organik

Pemimpin Organik tidak selalu orang yang Anda duga. Mereka biasanya bukan aktivis yang selalu hadir, atau orang dengan gelar mentereng. Mereka belum tentu perwakilan yang terpilih secara forma.

- Anda tidak bisa melatih seseorang untuk menjadi Pemimpin Organik.
- Anda tidak bisa mengidentifikasi mereka dari luar.
- Anda hanya bisa menemukan mereka dengan **mendengarkan orang-orang di dalam struktur.**

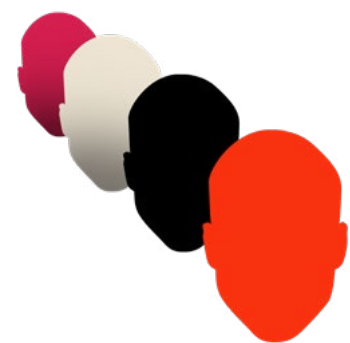


Tanyakan kepada orang-orang di dalam struktur:

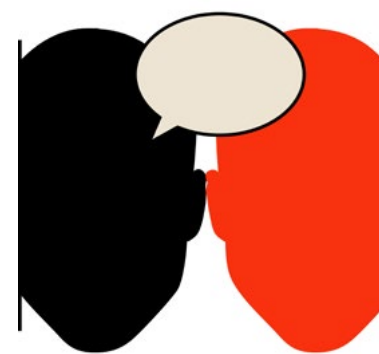
- Siapa yang benar-benar dihormati di sini—dan mengapa?
- Kepada siapa orang-orang meminta saran atau bantuan?
- Siapa yang mampu menyelesaikan masalah?
- Pendapat siapa yang memengaruhi tindakan orang lain?

Kemudian dengarkan, dan teruslah bertanya “Mengapa?”. Setelah ngobrol dengan beberapa orang berbeda, identitas Pemimpin Organik akan mulai jelas.

Mendekati Pemimpin Organik:



Pemimpin Organik harus selalu **didekati paling terakhir** karena mereka adalah orang terpenting untuk direkrut dalam kampanye. Pelajari segala hal tentang mereka terlebih dahulu: apa yang mereka pedulikan, serta siapa yang mereka hormati dan percayai. Ini adalah pendekatan berisiko tinggi, dan Anda harus menentukan orang yang tepat untuk mendekati mereka.



Peran aktivis penting di sini: mereka dapat memberi Anda informasi krusial (misalnya apa yang penting bagi sang pemimpin dan siapa orang dekatnya).



Meyakinkan Pemimpin Organik untuk bergabung itu sulit, karena mereka sering kali bisa menyelesaikan masalah sendiri. Kuncinya adalah menyampaikan kepada mereka bahwa **kemenangan nyata membutuhkan aksi bersama sebagai mayoritas**.

2.

Pentingnya Pilihan Kata

Cara Anda berbicara itu penting. Gunakan bahasa yang menjadikan orang tersebut sebagai **pusat pembicaraan**, menempatkan mereka dalam peran **aktif**.

Gunakan “anda”— bukan “saya” atau “kami”



Kenapa?

Agar orang yang Anda ajak bicara memahami bahwa tidak ada yang bisa berubah tanpa partisipasi aktif **mereka**. Ini menempatkan orang tersebut di **pusat** percakapan, dan di pusat pembebasan pribadi mereka sendiri untuk memperbaiki hidupnya.



Bagaimana?

Hindari: “Apa yang akan dilakukan serikat/organisasi”
Lebih baik: “Apa yang akan Anda lakukan?”

Hindari: “Kita perlu semua orang untuk...”
Lebih baik: Anda dan rekan kerja/warga Anda hanya bisa menang jika Anda semua...”

“Jangan takut meminta pekerja membangun serikat mereka sendiri.”

— Nasihat 1199 untuk pengorganisir pemula

Jangan jadikan serikat sebagai “pihak ketiga”

Kenapa?

Berbicara tentang serikat atau organisasi sebagai **entitas luar yang terpisah** akan menghilangkan tanggung jawab individu.

- Serikat bukanlah “orang lain” atau “kami”: merekalah serikat itu.
- Tidak ada yang bergerak kecuali mereka bergerak.

“Serikat bukan layanan jasa berbayar; serikat adalah pengalaman kolektif pekerja dalam perjuangan.”

— Nasihat 1199 untuk Pengorganisir Pemula



Jangan bilang terima kasih karena telah bergabung dalam kampanye

Kenapa?

Mengapa?** Saat Anda bilang “terima kasih”, Anda menyiratkan seseorang melakukan sesuatu untuk Anda atau untuk “organisasi”. Padahal dengan bergabung, orang-orang tidak sedang memberi hutang budi kepada Anda—mereka sedang mengambil tanggung jawab atas kondisi kerja atau hidup mereka sendiri.

Bagaimana?

Rayakan aksi dan keberanian mereka mengambil tanggung jawab.

Hindari: “Terima kasih sudah menandatangani petisi.”

Lebih baik: “Mantap—ini membuat kampanye Anda untuk menurunkan sewa rumah selangkah lebih maju.”

Catatan: Ini bukan berarti Anda tidak boleh bilang “terima kasih” sama sekali. Jika seseorang menawarkan kopi atau membukakan pintu, Anda bisa berterima kasih; hanya saja jangan berterima kasih karena mereka hadir di pertemuan!

Gunakan bahasa yang jelas

Jangan gunakan akronim atau istilah membingungkan seperti “PKB” (Perjanjian Kerja Bersama) tanpa penjelasan. Kaitkan dengan masalah mendesak mereka, dan sebutkan apa yang dibutuhkan: membangun KEKUATAN.

Kenapa?

Akronim bisa membingungkan dan membuat orang merasa asing. Saat orang tidak mengerti bahasa Anda, mereka merasa tidak dilibatkan. Hanya orang yang sudah di pihak Anda yang akan mengerti.

Bagaimana?

Gunakan kata-kata sederhana, bingkai masalah dan solusi (kolektif) dengan jelas.

Hindari: “Serikat butuh semua orang aktif agar kita bisa menang perlindungan lebih baik di PKB ini.”

Lebih baik: “Satu-satunya cara agar Anda dan kawan-kawan mendapat perbaikan dalam negosiasi ini adalah jika Anda dan rekan kerja di tempat kerja mulai membangun persatuan dan kekuatan, lalu mengambil langkah pertama dengan menandatangani petisi ini.”

3.

**Buat Struktur
dalam Percakapan
Anda**



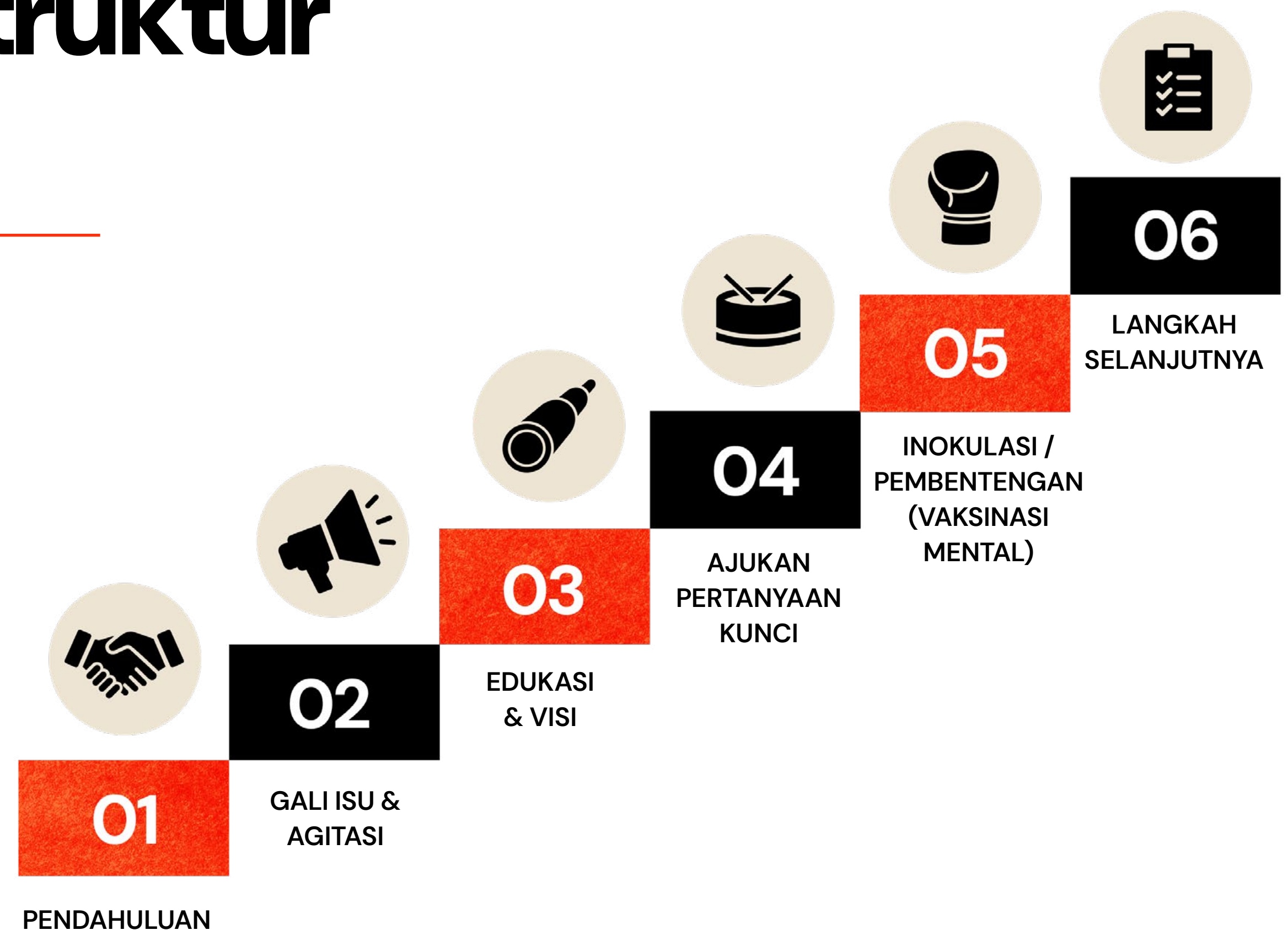
Percakapan Pengorganisasian Terstruktur dalam Enam Langkah

Pengorganisasian membutuhkan pembicaraan dengan orang-orang yang belum setuju dengan Anda atau tidak percaya bahwa perubahan itu mungkin terjadi.

Percakapan Terstruktur memberi Anda **peta** agar tidak tersesat, tetap pada pesan, dan memastikan jangkauan yang efektif ke basis. Beginilah cara Anda memenangkan hati mereka yang ragu—dan membangun supermayoritas—termasuk meyakinkan Pemimpin Organik yang sulit bergerak.

Aturan praktisnya: lebih banyak mendengar daripada bicara. Anda harus mendengar setidaknya **70%** dari waktu percakapan.

Setiap percakapan harus diakhiri dengan **ajakan***. Gunakan gaya bahasa Anda sendiri—tapi ikuti jalur enam langkah ini.



1. Pendahuluan

Tujuan: Memperkenalkan diri dan maksud percakapan.

- Sampaikan dengan antusias dan percaya diri.
- Jelaskan siapa Anda dan mengapa Anda di sini.



2. Gali isu & agitasi

Tujuan: Mengetahui isu apa yang paling penting bagi mereka. Jangan berasumsi!

- Gali apa yang penting bagi mereka di tempat kerja/lingkungan.
- Ajukan pertanyaan terbuka: Jika Anda bisa mengubah tiga hal di tempat kerja, apa saja itu?
- Tanyakan pertanyaan lanjutan!
- Naikkan ekspektasi—bahwa kondisi bisa lebih baik.
- Arahkan kemarahan mereka kepada pihak yang memegang kendali.

Jangan:

- Berasumsi.
- Menginterogasi.
- Lebih marah daripada mereka.
- Pindah ke agitasi terlalu cepat!

Tanda-tanda Anda bisa lanjut ke langkah berikutnya:

- Mereka terlihat gusar/marah.
- Mereka mulai membicarakan tentang ketidakadilan.
- Mereka mulai bertanya-tanya bagaimana keadaan bisa berubah



3. Edukasi & visi

Tujuan: Sampaikan Rencana Menang (lihat poin 6) yang terhubung langsung dengan isu yang mereka angkat. Satu-satunya cara untuk menang adalah dengan mengandalkan kekuatan jumlah massa yang masif.

Ini satu-satunya langkah di mana Anda boleh bicara lebih banyak daripada mendengar.

- Bagikan visi Anda tentang bagaimana segalanya bisa berbeda.
- Jelaskan langkah-langkah dalam Rencana Menang.
- Hubungkan isu mereka dengan Rencana Menang dan bagaimana **kekuatan kolektif** adalah solusinya.
- Berikan contoh kemenangan.
- Jelaskan bagaimana cara kerja serikat/organisasi: banyak pekerja yang sama sekali tidak punya gambaran tentang hal ini!



4. Ajukan pertanyaan kunci

Tujuan: Tanyakan apakah mereka siap mengambil tindakan untuk memenangkan isu yang mereka angkat di Langkah 2.

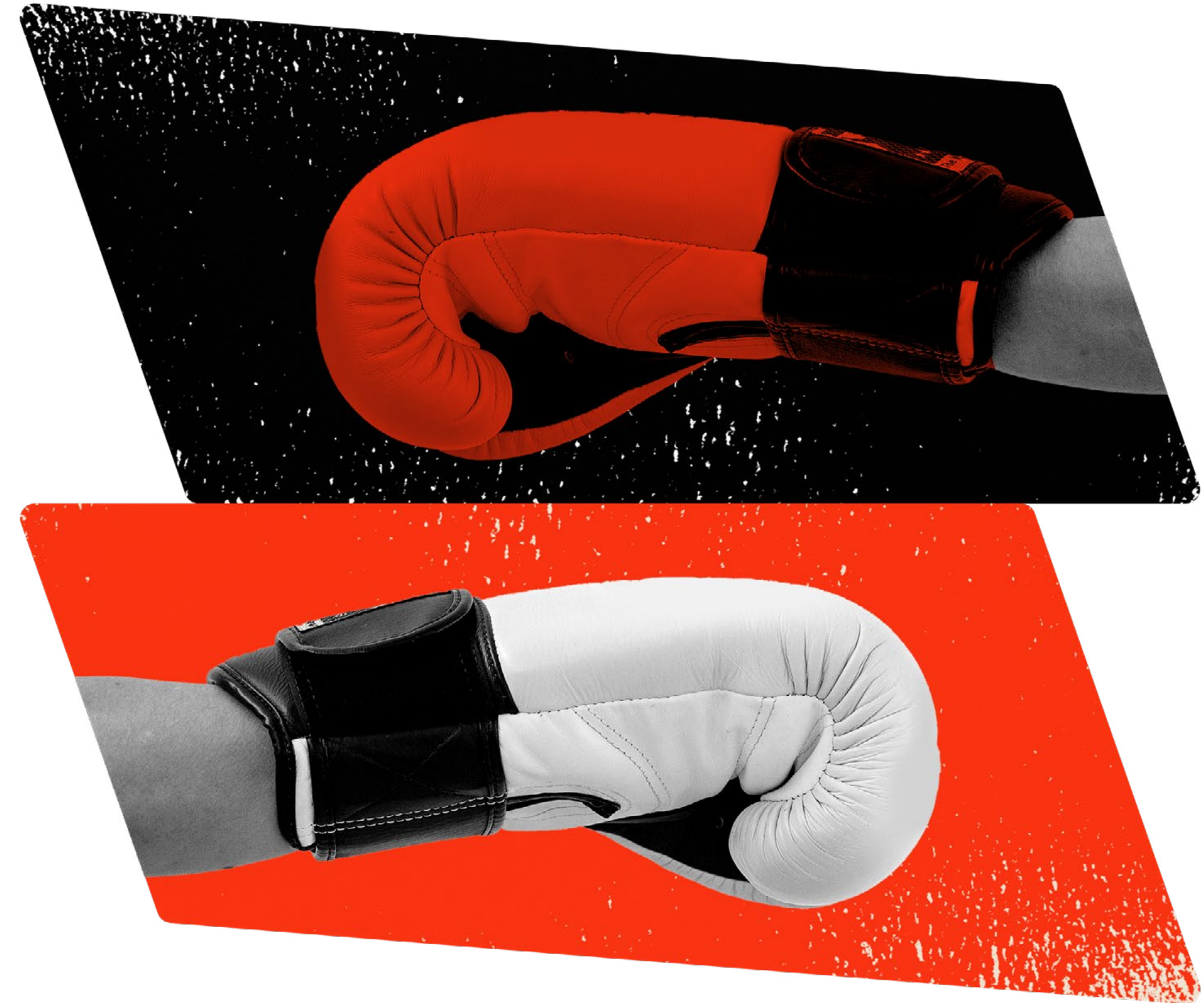
- Ajukan ajakan besar: “Apakah Anda siap mengambil langkah pertama untuk memenangkan _____ [isu mereka] _____ dengan melakukan _____ [tindakan konkret]? _____”
- Tutup mulut. Biarkan suasana jadi hening dan canggung—tunggu sampai mereka sendiri yang menjawab.



5. Inokulasi / pembentengan (vaksinasi mental)

Tujuan: Tanyakan bagaimana menurut mereka reaksi bos nanti, dan peringatkan mereka tentang jenis serangan balik yang mungkin terjadi. Kita memberi mereka **rasa racun bos** agar mereka siap—persis seperti vaksin.

- Dengarkan ketakutan mereka dulu—bagaimana menurut mereka reaksi pihak berwenang?
- Jelaskan bahwa serangan balik adalah reaksi terhadap kekuatan pekerja. Manajemen adalah soal kekuasaan dan kendali. Bos akan melawan. Siapkan mereka tanpa menakut-nakuti.
- Alihkan keraguan pekerja yang tadinya tertuju pada organisasi, menjadi kecurigaan terhadap niat buruk bos.



6. Langkah selanjutnya

Tujuan: Menentukan tugas konkret dan tindak lanjut.

- Minta mereka melakukan sesuatu yang kecil dan spesifik. Berikan informasi yang mereka butuhkan agar berhasil—ini soal **membangun kepercayaan diri**.
- Hubungan tugas mereka dengan Rencana untuk Menang.
- Buat rencana tindak lanjut: siapa yang akan diajak bicara, kapan, dan bagaimana Anda akan mengeceknya kembali. Jangan pernah selesai tanpa langkah selanjutnya.



Menangani keberatan

Saat Anda mengajukan pertanyaan kunci—orang sering ragu. Ragu, fatalisme, dan takut adalah reaksi umum. *“Tidak akan ada yang berubah.” “Saya takut.” “Apa gunanya?”* Gunakan teknik: Akui, Jawab, Arahkan Kembali.



1. AKUI

Tunjukkan Anda mendengar mereka tanpa membenarkan pesimisme mereka: *“Saya mengerti. Masuk akal jika Anda merasa begitu setelah bertahun-tahun diabaikan.”*



2. JAWAB (SINGKAT)

Berikan respons yang memotivasi: *“Perubahan tidak terjadi dalam sekejap—tapi tidak ada yang berubah jika Anda dan rekan kerja diam saja.”*



3. ARAHKAN KEMBALI (KE ISU INTI MEREKA)

Ajukan pertanyaan yang membawa mereka kembali ke isu mereka: *“Jika Anda punya hak suara untuk menentukan hal ini berjalan, akan seperti apa jadinya?”*

Lalu lanjutkan percakapan, bakar lagi semangatnya (agitasi), dan ajukan pertanyaan kunci untuk kedua kalinya.

Keberatan bukanlah penghalang—melainkan pintu masuk. Anda harus membimbing seseorang melewati keberatan mereka untuk memperbesar mayoritas.

4.

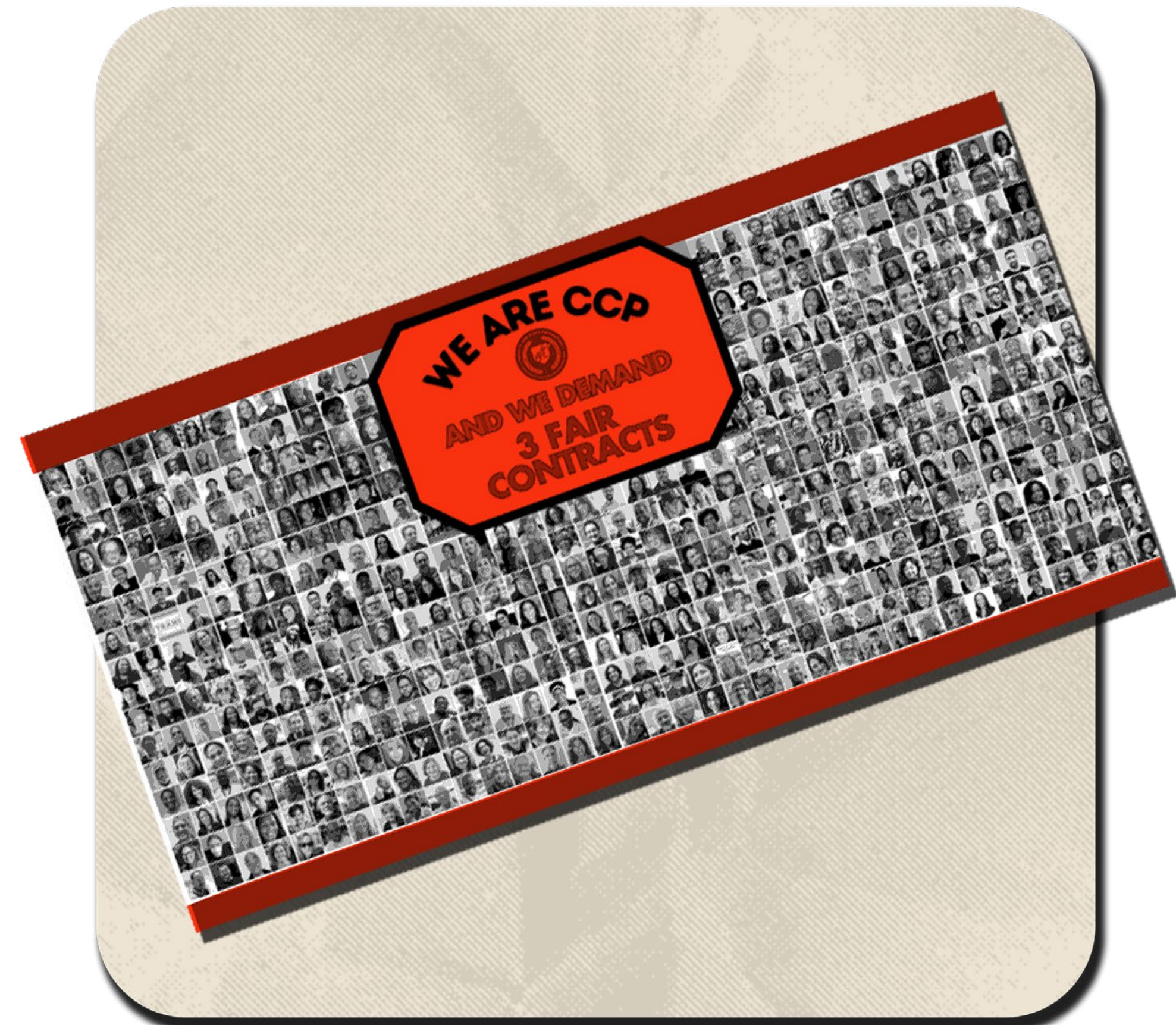
Uji Struktural

Kampanye mini untuk menguji kekuatan organisasi Anda.

Uji Struktur mengukur keterlibatan basis untuk menilai **kekuatan** organisasi, dan mengetahui kapan Anda bisa melakukan **eskalasi** aksi. Rencana Menang Anda harus mencakup rangkaian Uji Struktur yang terus meningkat (eskalasi).

Uji Struktur:

- Membuat penjangkauan ke semua orang menjadi sistematis.
- Menghidupkan Bagan Dinding (lihat poin 5) saat Anda melacak partisipasi massa.
- Membantu menguji Pemimpin Organik (apakah mereka sudah menggerakkan orang-orang di departemennya?).
- Membangun organisasi.
- Menunjukkan persatuan pihak luar/eksternal (para bos) maupun internal (antarpekerja).



Tidak semua Uji Struktur berbentuk aksi publik (contohnya: survei), dan tidak semua aksi bisa disebut Uji Struktur (jika Anda tidak melacak partisipasinya).

Untuk uji struktur yang bersifat publik: target Anda harus selalu mencapai setidaknya mayoritas dari total orang dalam struktur Anda.

Mogok kerja adalah Uji Struktur tertinggi. Dilakukan paling terakhir, saat Anda tahu Anda telah memperoleh supermayoritas yang siap untuk aksi kolektif berisiko tinggi. Di sinilah serangan balik lawan mencapai puncaknya: mereka akan mencoba menebar keraguan dan perpecahan. Anda harus berada di puncak kekuatan untuk memenangkan ini!

Contoh eskalasi Uji Struktur:

- Mengisi survei (36% penghuni gedung)
- Menandatangani petisi (51% penghuni gedung)
- Menempelkan stiker kampanye di kotak surat (64% penghuni gedung)
- Turun aksi (72% penghuni gedung)
- Mogok! (86% penghuni gedung)

5.

Pembuatan Bagan

Alat sederhana namun berdampak tinggi untuk melacak partisipasi.

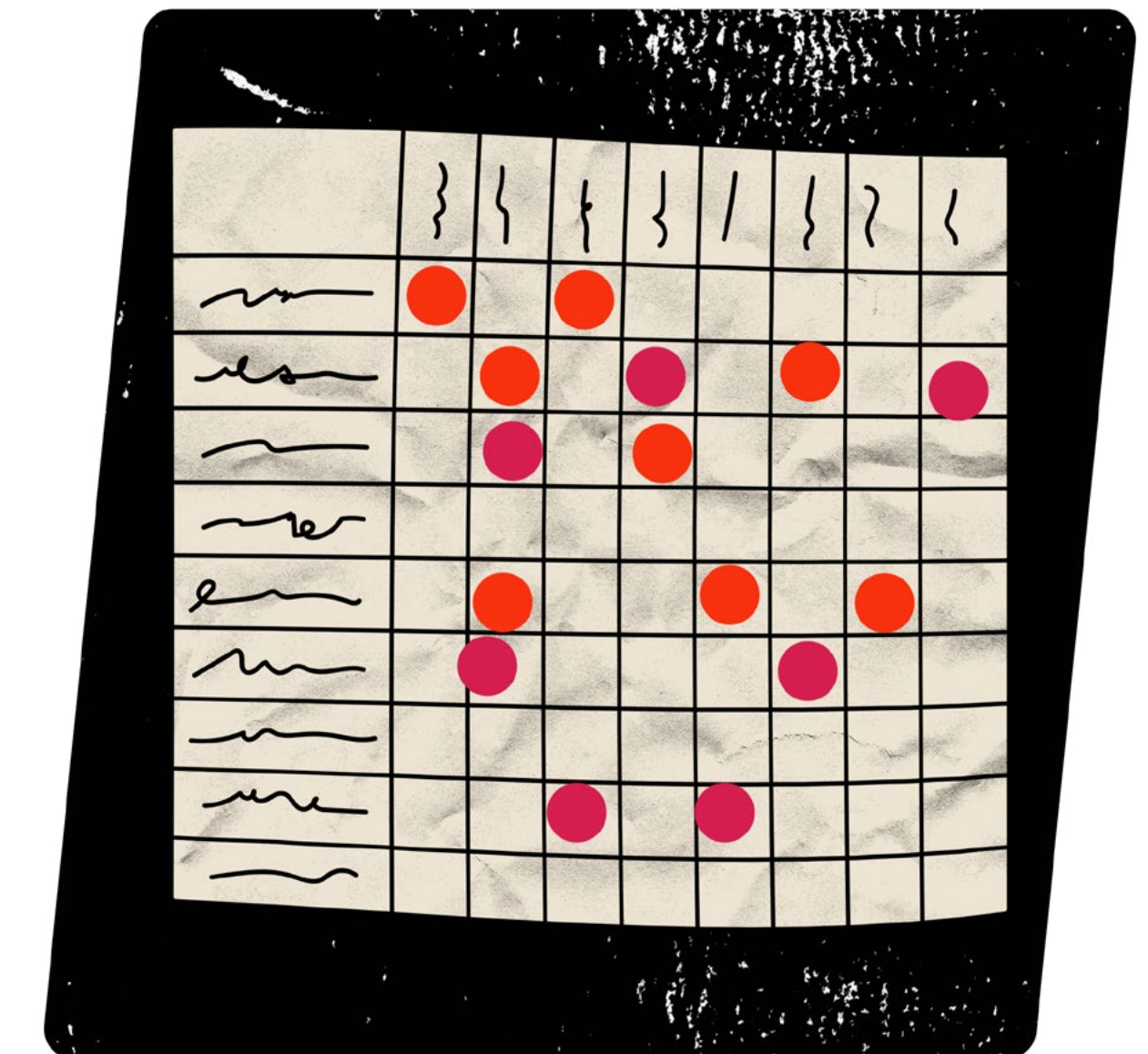
Bagan Dinding (*Wall Charts*) membantu melacak partisipasi, memahami hubungan sosial, dan memetakan kemajuan kampanye. Ini adalah alat kunci untuk mengidentifikasi Pemimpin Organik.

Kenapa:

- **Menggabungkan** banyak informasi di satu tempat
- **Memvisualisasikan** kekuatan keterlibatan
- Menunjukkan **celah** partisipasi.

Bagaimana:

- Buat daftar semua pekerja di selembar kertas besar. Sangat disarankan menggunakan satu lembar kertas untuk setiap unit.
- Anda bisa menggunakan pulpen warna-warni, simbol, atau stiker untuk menandai partisipasi dalam tiap Uji Struktur. Cara ini memudahkan pemetaan secara lebih tersembunyi (*discreet*).
- Anda juga bisa menyusun daftar Uji Struktur di bagian atas sebagai kolom—sehingga Anda tinggal mencentang kotak saat tiap orang ikut berpartisipasi.
- Pantau keterlibatan dengan warna berbeda untuk setiap Uji Struktur yang berbeda. Gunakan stabilo, stiker, dan alat lainnya untuk menunjukkan: Siapa yang mengambil aksi? Siapa Pemimpin Organik? Siapa yang menentang kampanye?



- Ini adalah **dokumen hidup yang digunakan oleh para pekerja sendiri**: selalu perbarui dan gunakan Bagan Dinding Anda setelah melakukan percakapan pengorganisasian terstruktur, atau saat rapat-rapat berlangsung!

6.

Menyusun Rencana Menang

Sebuah kampanye hanya bisa meraih kemenangan besar ketika Anda membangun kekuatan yang cukup untuk memaksa para pengambil kebijakan bertindak. Rencana Menang Anda adalah peta jalan untuk membangun kekuatan tersebut.

Rencana ini harus disusun bersama anggota kelompok sebelum kampanye diluncurkan, namun ia merupakan dokumen hidup yang bisa terus disesuaikan dengan situasi di lapangan.



Cara Mengembangkan Rencana Menang:

1. Tentukan struktur Anda.

Siapa yang Anda organisir? Berapa banyak orang? Di mana mereka?

2. Identifikasi isu yang dirasakan luas, mendalam, konkret, dan dapat dimenangkan.

Isu tersebut harus mampu menggerakkan supermayoritas.

3. Identifikasi target Anda.

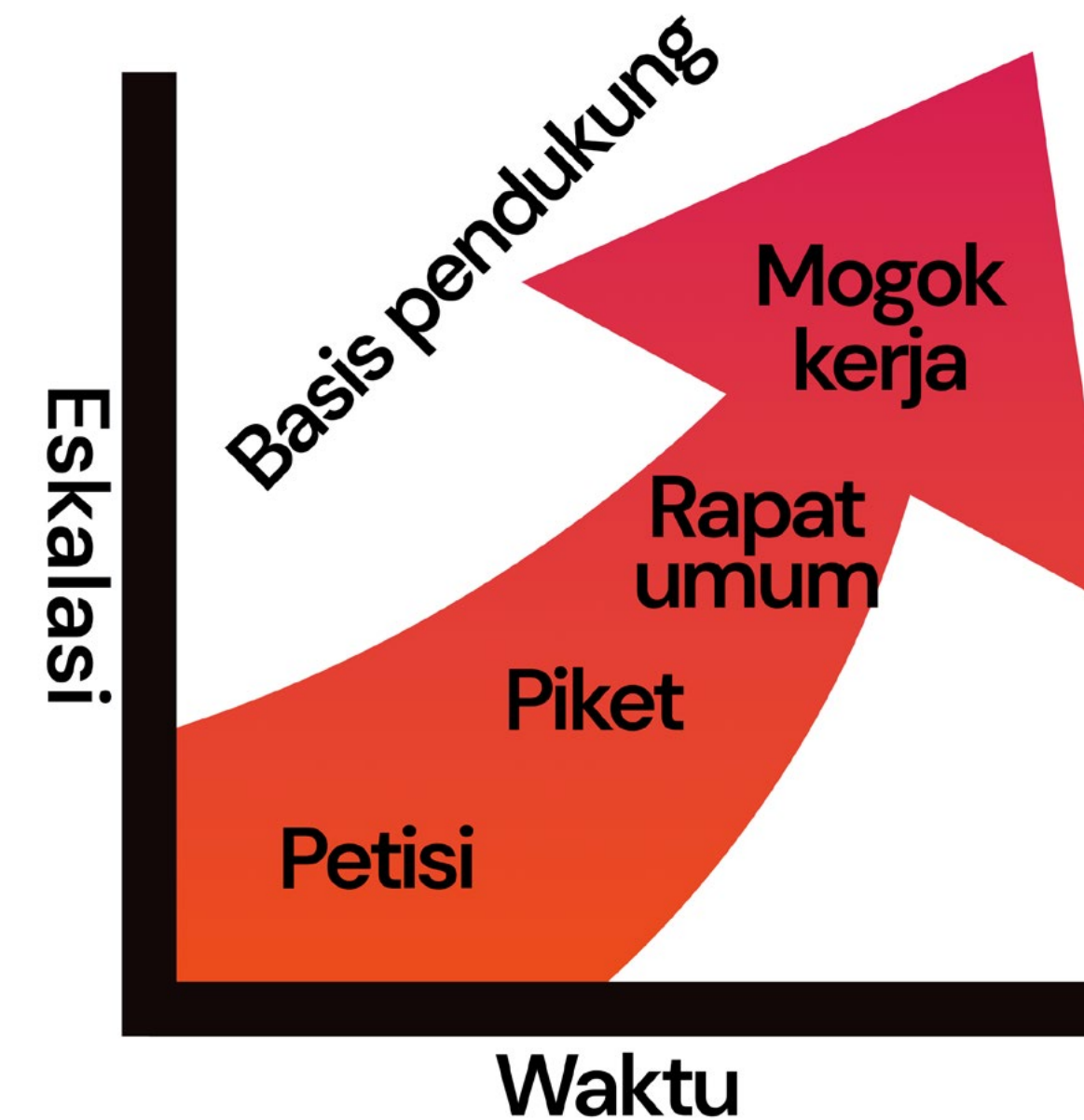
Orang—bukan institusi—yang punya kuasa memberikan apa yang Anda mau. Ketahui apa yang mereka takutkan: uang, citra, tekanan...

4. Identifikasi mitra strategis.

Cari organisasi lain yang memiliki kepentingan yang sama, sasaran (target) yang sama, dan/atau memiliki basis massa anggota aktif yang besar.

5. Susun rencana eskalasi.

Rangkaian Uji Struktur dirancang untuk memperbesar basis massa dan meningkatkan tekanan secara bertahap, guna membawa lawan ke dalam situasi krisis. Rencana eskalasi menyatukan seluruh komponen dalam rencana menang Anda. Inilah cara Anda menggerakkan sebuah struktur dari kondisi: tidak aktif → mulai bergerak → supermayoritas → menang.



Rencana eskalasi yang baik...



Mulai dari yang kecil:

Aksi-aksi awal = risiko rendah, partisipasi tinggi. Ini dilakukan untuk membangun rasa percaya diri serta memetakan kekuatan dan celah dalam barisan Anda.



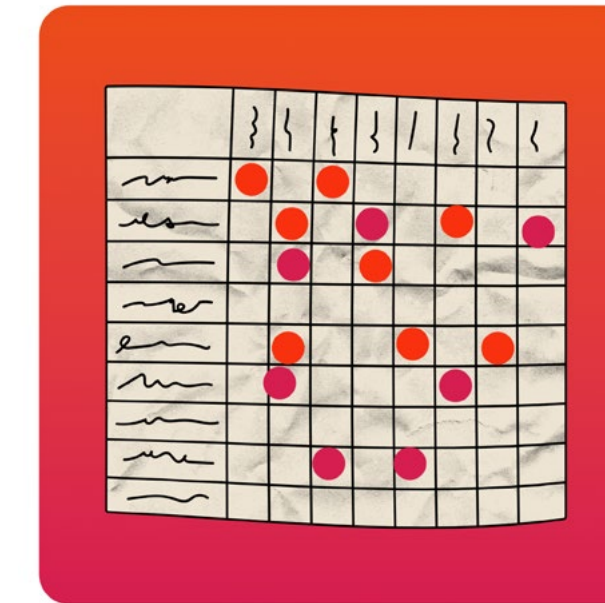
Tumbuh Bertahap:

Setiap aksi menjangkau lebih banyak orang, menuntut risiko yang sedikit lebih tinggi, dan memamerkan kekuatan yang lebih besar.
Contoh: Bergerak dari penyebaran selebaran, ke petisi foto, ke turun aksi (reli), hingga mogok kerja.



Puncak saat Krisis:

Saat Anda mampu menunjukkan partisipasi massa yang luar biasa—mayoritas mutlak yang siap bergerak—hanya pada saat itulah Anda gunakan aksi tingkat tinggi, termasuk mogok kerja, pendudukan gedung, aksi walkout massal, atau konfrontasi politik.



Kawal Angka Partisipasi

Sampai Tuntas:

Setiap tahapan menguji kekuatan struktur Anda. Jangan melangkah ke aksi yang lebih besar dan berisiko sebelum Anda punya angka (jumlah massa) untuk memenangkannya. Tujuan dari eskalasi bukanlah pementasan (performance), melainkan tekanan. Setiap langkah mengirim pesan pada lawan: "Selesaikan sekarang, atau hadapi aksi kami selanjutnya."

Menyatukan seluruh strategi

1. Partisipasi Tinggi:

Untuk membangun kekuatan yang dibutuhkan demi memenangkan perubahan yang Anda inginkan, Anda harus mengorganisir mayoritas mutlak dalam struktur Anda

2. Identifikasi Pemimpin Organik:

Lakukan riset untuk menemukan mereka yang memiliki pengikut dan pengaruh kuat di dalam struktur. Mereka adalah kunci untuk membangun basis massa Anda.

3. Pilihan Kata Itu Penting:

Kata-kata yang Anda gunakan sangat menentukan. Selalu tempatkan partisipasi aktif orang tersebut sebagai kunci utama perubahan.

4. Percakapan Pengorganisasian Terstruktur:

Gunakan panduan percakapan untuk merekrut Pemimpin Organik, meyakinkan mereka yang masih ragu, menggali penolakan, dan menggerakkan orang untuk bertindak.



5. Uji Struktur:

Ukur kekuatan organisasi Anda dan ketahui kapan waktu yang tepat untuk menaikkan skala aksi (eskalasi)..

6. Bagan Dinding:

Pantau angka partisipasi dan pahami peta hubungan sosial di dalam barisan Anda.

7. Rencana Menang yang Meyakinkan:

Susun rencana eskalasi untuk membangun dan mengawal partisipasi. Setiap aksi harus memperbesar krisis bagi lawan Anda.

Ketentuan Penggunaan

- Anda boleh mereproduksi dan mendistribusikan bagian-bagian dari panduan ini kepada orang lain secara gratis, tetapi Anda tidak boleh menjual karya-karya ini kepada orang lain.
- Jika Anda mengadaptasi bagian-bagian dari panduan ini, mohon cantumkan kredit sebagai berikut, “Berdasarkan materi pelatihan yang diproduksi oleh Organizing for Power”.
- Kami akan senang menerima dokumen apa pun yang Anda buat berdasarkan panduan ini. Tuliskan kepada kami di info@organizing4power.org agar kami dapat melihat dan membagikan hasil kerja Anda.
- Sertakan salinan dari ketentuan penggunaan ini dalam setiap karya berbasis panduan ini yang Anda distribusikan.

Nasihat untuk Pengorganisir Pemula

Daftar di bawah ini lahir dari sesi adu gagasan para direktur pengorganisasian dan pengorganisir senior dari 1199: Serikat Buruh Kesehatan Nasional, dalam pertemuan tahunan mereka di tahun 1985. Prinsip-prinsip ini kemudian menjadi “kompas” atau bintang penuntun bagi Jane McAlevey dan banyak pengorganisir lainnya yang mengikuti jejak perjuangan mereka.

1. Rapatkan barisan dengan buruh. Berbaurilah dengan buruh.
2. Katakan pada buruh ini serikat mereka, lalu bersikaplah demikian.
3. Jangan pernah kerjakan apa yang bisa mereka kerjakan sendiri.
4. Serikat buruh bukanlah loket pembayaran jasa; ia adalah perjuangan kolektif para buruh itu sendiri.
5. Fungsi serikat adalah membantu buruh merebut perubahan nyata dalam hidup mereka.
6. Buruh terbuat dari baja, bukan kaca.
7. Jangan ragu meminta buruh membangun serikat mereka sendiri.
8. Jangan ragu menantang mereka saat mereka tidak bertindak.

Advice to Rookie Organizers

9. Jangan buang waktu mengorganisir mereka yang sudah terorganisir. Pergilah ke tempat yang paling besar dan paling sulit ditaklukkan.
10. Kelas pekerja membangun sel-sel pertahanannya sendiri—identifikasi mereka dan rekrut pemimpin-pemimpin mereka.
11. Kemarahan itu sudah ada sebelum kamu tiba—salurkan, jangan redam.
12. Kemarahan yang terorganisir membangun organisasi militan.
13. Buruh tahu risikonya. Jangan bohongi mereka.
14. Setiap pertemuan dengan buruh adalah panggung—komunikasikan semangat, energi, urgensi, dan keyakinan.
15. Hidup buruh sudah penuh penindasan; jangan tambah penindasan dari pengorganisir.
16. Pengorganisir terlalu banyak bicara. Sebagian besar omonganmu akan dilupakan.
17. Katakan pada buruh: satu-satunya penyelamat adalah kekuasaan mereka sendiri.
18. Buruh bersatu bisa mengalahkan bos. Kau harus percaya itu, dan mereka pun harus percaya itu.
19. Jangan pernah meremehkan buruh.
20. Kita kalah justru karena tidak membiarkan buruh berjuang.