

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Bekerja lepas dalam industri media bukanlah sebuah hal baru karena konsepsi kerja lepas ini sudah berkembang sejak sebelum hadirnya platform-platform digital yang sedang marak saat ini. Bekerja lepas¹ adalah sebuah jenis pekerjaan yang berbasiskan proyek dan yang tidak mendapatkan “fasilitas” dan ikatan yang sama seperti layaknya seorang pekerja tetap di media. Dalam praktiknya, ada istilah yang dikenal dengan jurnalis lepas dan *stringers*, yang menjadi “partner” dari media massa dalam mendapatkan bahan berita dan/atau sebuah paket berita. Memang ada rasionalitas di balik praktik ini, misalkan kecepatan akses dan efisiensi, dan adanya situasi yang saling memerlukan. Namun, ada juga ruang-ruang dialog yang mempermasalahkan praktik-praktik ini, misalkan status legalitas karya jurnalistik yang dihasilkan oleh *stringers* yang mana mereka merupakan pekerja-pekerja media kontrak yang lepas dari sistem perjanjian kerja dengan perusahaan media (Santoso & Lestari, 2017).

Selain pandangan empiris-kritis dalam konteks di atas, ada juga pekerja lepas media yang secara subjektif memang memilih untuk

¹ Istilah ini memiliki kaitan dengan pekerja bebas, pekerja tidak tetap, *casual workers*, maupun *outsourcing*; terkadang istilah-istilah ini dipakai secara bergantian untuk menggambarkan pekerja lepas secara umum.

bertahan dan bahkan berkomitmen untuk berkarya di jalur ini. Misalkan, jurnalis lepas yang memilih untuk mempertahankan sebuah gagasan ideal dan nilai independensi dalam memberitakan sebuah atau serangkaian peristiwa (Mathisen, 2017). Bisa juga, lulusan pendidikan komunikasi atau media yang memiliki keahlian dan *passion* untuk membuat sebuah (atau kombinasi dari) karya tulisan, audio-visual, grafis, animasi, dan interaktif, ingin berkarya di bidang mereka namun mereka menginginkan “independensi dan fleksibilitas”. Hal ini disebabkan dengan berbagai pertimbangan, misalkan fleksibilitas waktu dan adanya komitmen/tanggung jawab personal (Edstrom & Ladendorf, 2012; Massey & Elmore, 2011; Storey *et al.*, 2005) sehingga mereka pun tetap ingin bekerja namun tetap fokus menjaga komitmen mereka. Meresponi gagasan-gagasan ini, buku ini pun ingin berkontribusi dalam memberikan sebuah tambahan pandangan empiris-konstruktivisme menurut “suara” dari para *freelancers* ini sendiri.

Apalagi, dengan kehadiran platform digital, maka bekerja lepas dalam bidang kemediain pun seakan-akan mendapatkan ruang tambahan untuk berkarya. Hal ini dipicu dengan adanya sistem *intermediaries*² oleh pengelola platform dan skala jangkauan platform yang lintas wilayah dan negara. Dampaknya, jumlah pekerjaan yang ditawarkan (terkadang dengan bayaran mata uang asing seperti US Dollar) menjadi meningkat, dan dengan sendirinya memberikan ruang untuk diisi oleh para pekerja lepas. Ruang tambahan ini tidak hanya datang dari platform digital bekerja lepas sudah semakin berkembang secara global dan sampai ke Indonesia, namun datang juga dari platform platform lokal.

² *Intermediaries* bisa dikatakan sebagai perantara proyek, yang mana penyedia jasa mendapatkan komisi dengan besaran tertentu apabila sebuah proyek ini bisa diperoleh.



Lebih lanjut, dalam konteks Indonesia, statistik pekerja lepas secara umum pun memberikan informasi menarik baik di masa sebelum pandemi maupun di masa ketika pandemi. Misalkan, pada saat sebelum pandemi, Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan data bahwa Indonesia memiliki 64,5 juta pekerja pada Agustus 2019. Dari angka tersebut, 11% atau 6,8 juta adalah pekerja lepas – atau dalam terminologi BPS “pekerja bebas di non pertanian”.³ Pada tahun berikutnya (data per Agustus 2020), BPS mencatat bahwa Indonesia memiliki 7,2 juta pekerja lepas atau sebesar 12% dari total pekerja di tahun 2020.⁴ Data-data ini menunjukkan bahwa jumlah pekerja lepas cenderung mengalami peningkatan; tidak bisa dimungkiri pandemi adalah salah satu pemicu peningkatan ini. Namun, sebelum pandemi pun, bekerja lepas sudah menjadi sebuah pilihan, entah karena seorang individu harus melakukan itu atau karena memang secara terencana memilih untuk menempuh jalur ini.

Seiring dengan peningkatan minat dalam bekerja lepas, yang dipicu dengan digitalisasi dan situasi kemasyarakatan terkini, maka kita perlu menekan tombol “*pause*” sejenak untuk memotret dan memahami fenomena industri media ini. Khususnya, pemahaman yang berkaitan dengan natur dari pekerjaan lepas media ini, dan peran atau dampak dari kehadiran platform platform digital. Sehingga, buku mengenai *freelancers* media di era digital ini akan memfokuskan bahasan untuk menjawab dua pertanyaan kunci, yaitu:

1. Bagaimana para *freelancers* media menghadapi natur *informalitas* dari bekerja lepas di era digital?

³ Dalam klasifikasi BPS, ada tiga jenis pekerja (*laborer*) yaitu a) buruh/karyawan/pegawai (*employee*), b) pekerja bebas di pertanian (*casual worker in agriculture*), dan c) pekerja bebas di non-pertanian (*casual worker in non-agriculture*).

⁴ Laporan ini bisa dilihat di Keadaan Pekerja di Indonesia Agustus 2020 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2020).



2. Bagaimana peran platform digital bagi para *freelancers* media?

1.2 METODE DAN DATA

Buku ini bersumber dari hasil penelitian yang dilakukan oleh tim penulis dengan mengandalkan data primer dari dua metode: wawancara semi-terstruktur dan *focus group discussion* (FGD), dan data sekunder terkait dengan data statistik BPS dan pemberitaan media. Selama pelaksanaan penelitian ini (dari tahun 2020 sampai 2021), total ada 25 informan yang merupakan pekerja lepas media dengan berbagai variasi masa kerja dan bidang keahlian yang menjadi narasumber dari penelitian.

Sebagai catatan, proses rekrutmen narasumber, dan transkripsi data dibantu oleh dua orang asisten peneliti. Selain itu, menimbang adanya *social distancing* sebagai dampak pandemi COVID-19, maka mayoritas proses pengambilan data dilakukan dengan termediasi oleh berbagai jenis media komunikasi digital, dan beberapa wawancara dilakukan secara tatap muka dengan mematuhi protokol kesehatan.

Tambahan catatan khusus untuk FGD, proses diskusi dilakukan secara virtual/*online* dengan platform Zoom. FGD *online* ini dilakukan dengan memakai dua gelombang dengan jumlah yang lebih kecil dari FGD tatap muka langsung dengan pertimbangan waktu, *zoom fatigue*, dan terutama, kualitas interaksi antar peserta dan juga dengan pemimpin diskusi.⁵

Data primer ini diperoleh dengan narasumber atau informan yang memiliki variasi dalam beberapa kriteria, namun memiliki

⁵ Sebelum FGD berlangsung kami mengirimkan panduan pelaksanaan FGD dan form isian awal untuk mendapat data-data demografis dan karya-karya dari para narasumber ini. Selama proses FGD online berlangsung, tidak ada permasalahan teknis maupun koneksi yang menghambat jalannya diskusi.



kesamaan bidang, yaitu kemediain dan generasi yaitu generasi milenial dan gen-Z. Terkait dengan bidang keahlian, informan yang kami jadikan narasumber memiliki keahlian— atau, mereka sendiri yang mendefinisikan keahliannya—sebagai berikut (beberapa informan memiliki keahlian yang sama):

1. Penulis
2. Jurnalis
3. Content Creator
4. Videografer
5. Fotografer
6. Copywriter
7. Video Explainer
8. Social Media Optimization & Marketing
9. Branding dan Logo Designer
10. Logo dan Product Designer
11. Graphic Designer dan Illustrator
12. Character Designer
13. Social Media Specialist
14. Content Writer

(Sumber: Olahan Data Penelitian)

Jenis-jenis keahlian ini memang berpotensi memiliki irisan antara yang satu dengan yang lain, dan memiliki cakupan deskripsi pekerjaan yang luas dalam profesi kemediain khususnya dalam kreasi konten.⁶ Akan tetapi, tim penulis tetap mencantumkan jenis-jenis keahlian atau profesi yang diungkapkan sendiri oleh para *freelancers* ini untuk mengakomodasi presentasi diri masing masing dan memotret perkembangan terkini di industri media.

⁶ Bisa juga deskripsi pekerjaan utamanya sama, namun memiliki istilah yang berbeda (lebih kontemporer atau lebih terspesifikasikan).



Masih berkaitan dengan jenis-jenis profesi ini, tim penulis juga membuat batasan bahwa yang menjadi informan dalam riset adalah mereka yang menjadi *pekerja konten*. Sementara itu, bagi *instagramers* atau *youtubers* (termasuk *influencers*) yang menjadi model dalam konten tidak menjadi fokus dalam studi ini. Apabila, ada *influencer* yang juga menjadi pekerja konten, maka yang bersangkutan bisa menjadi informan kami—tercatat, ada beberapa informan/narasumber yang masuk dalam kriteria ini.

Selanjutnya, data primer yang dipakai dalam buku ini bersumber dari para informan yang juga memiliki *domain* kerja yang berbeda. Domain dalam hal ini adalah pekerja lepas media yang tidak berbasis platform digital dan pekerja lepas media yang berbasis platform digital. Platform digital yang dimaksud di sini adalah platform digital khusus bekerja lepas yang menghubungkan pemberi kerja dengan pencari kerja. Selain domain ruang ini, data primer yang dipakai tim penulis juga bersumber dari informan yang memiliki domain pengalaman yang berbeda-beda yaitu mulai dari mereka yang baru saja memulai (bisa dikatakan: *beginners*) sampai pada yang sudah berpengalaman (bisa dikatakan: *experienced* atau *top level*; bergantung dari domain ruangnya).

Analisis data-data ini dilakukan dengan membangun matriks kategorisasi dari transkripsi yang telah dilakukan. Sehingga, dari data-data ini, tim penulis membangun dua kerangka analisis untuk menjawab pertanyaan terkait natur informalitas di era digital dan peran platform digital.

1.3 KERANGKA PENULISAN

Dengan demikian, struktur dari buku ini pun berakar dari dua tema sentral mengenai informalitas media *freelancers* dan peran platform digital. Setelah Bab Pendahuluan ini, Bab Dua akan memberikan ulasan awal mengenai pengertian pekerja lepas dan kajian-



kajian terkini yang telah dilakukan dalam kaitan dengan pekerja lepas media. Selain itu, tim Penulis juga memberikan penjelasan mengenai mobilitas sosial yang muncul dari hasil diskusi dengan para pekerja lepas media ini. Mobilitas sosial menjadi salah satu isu yang tim penulis temukan dari penelitian lapangan ini.

Selanjutnya, Bab Tiga akan menguraikan natur informalitas *freelancers* media di era digital yang dibangun dari jawaban jawaban para informan. Di bab ini tim penulis menguraikan implikasi informalitas bekerja lepas. Khususnya, apa yang menjadi langkah strategis dari konteks individu dan infrastruktur *socialtechnical*.

Bab Empat membahas kehadiran platform digital yang memberikan dukungan bagi para pekerja lepas media. Khusus untuk bahasan ini, kami memilah platform digital menjadi dua jenis yaitu: platform digital bekerja lepas seperti *freelancer* [dot] com, Fiverr, Upwork, Sribulancer, dan sebagainya, dan platform penyokong komunikasi digital seperti media sosial Instagram atau LinkedIn, platform *instant messaging* seperti LINE and WhatsApp, dan website. Bab ini akan membahas bagaimana para *free lancers* memandang dan memanfaatkan platform-platform ini.

Bab Lima akan fokus membahas peran platform digital bekerja lepas bagi para *freelancers*. Khususnya, bagaimana para *free lancers* memandang posisi platform-platform ini dalam kaitan dengan peran sosial-kultural dan ekonomis, mobilitas sosial dan redefinisi bekerja itu sendiri.

Sebagai penutup, Bab Enam buku ini akan memberikan sebuah refleksi mengenai fleksibilitas/informalitas dari sebuah pekerjaan media. Dalam hal ini, informalitas yang berkaitan dengan platformisasi yang terkondisikan dengan perkembangan teknologi digital. Khususnya, bagaimana informalitas dan platformisasi ini memberikan dampak pada komunikasi.



Daftar referensi

- Aldridge, S. (2003). The facts about social mobility: A survey of recent evidence on social mobility and its causes. In *New Economy* (Vol. 10, Issue 4). <https://doi.org/10.1046/j.14680041.2003.00315.x>.
- Barendregt, B., & Pertierra, R. (2008). Supernatural Mobile Communication in the Philippines and Indonesia. In J. E. Katz (Ed.), *Handbook of Mobile Communication Studies*. The MIT Press.
- Baxter, L., & Babbie, E. (2004). *The Basics of Communication Research*. Wadsworth/Thomson Learning.
- BPS. (2020). *Keadaan Pekerja di Indonesia Agustus 2020*.
- Duffy, B. E., & Wissinger, E. (2017). Mythologies of creative work in the social media age: Fun, free, and “just being me.” *International Journal of Communication*, 11, 4652–4671.
- Edstrom, M., & Ladendorf, M. (2012). Freelance journalists as a flexible workforce in media industries. *Journalism Practice*, 6(5–6), 711–721. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667275>.
- Grugulis, I., & Stoyanova, D. (2011). The missing middle: Communities of practice in a freelance labour market. *Work, Employment and Society*, 25(2), 342–351. <https://doi.org/10.1177/0950017011398891>.
- Grugulis, I., & Stoyanova, D. (2012). Social Capital and Networks in Film and TV: Jobs for the Boys? *Organization Studies*, 33(10), 1311–1331. <https://doi.org/10.1177/0170840612453525>.
- Horton, P., & Hunt, L. (1987). *Sosiologi Jilid 1 Edisi Terjemahan* (A. Ram & T. Sobari (trans.)). Erlangga.



- Horton, P., & Hunt, L. (1992). *Sosiologi Jilid 1 Edisi 6. edisi Terjemahan* (A. Ram & T. Sobari (trans.)). Erlangga.
- Jondar, A., & Surbakti, R. (2003). *Konsep-Konsep Sosiologi dan Politik*. Lutfansah Mediatarna.
- Livingstone, S., Bober, M., & Helsper, E. (2005). *Inequalities and The Digital Divide in Children and Young People's Internet Use: Finding From the UK Children Go Online Project*. www.children-go-online.net.
- Luik, J. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Kencana-PrenadaMedia Group.
- Luik, J., & Aritonang, A. I. (2021). Informality of Media *Freelancers* in Indonesia: Motives and Prospects. *Journal of Creative Communications*, *in press*.
- Luik, J., Ng, J., & Hook, J. (2018). "More than just Space": Designing to Support Assemblage in Virtual Creative Hubs. *Proceedings of the 2018 Designing Interactive Systems Conference (DIS 2018)*, 1269–1281. <https://doi.org/10.1145/3196709.3196758>. Macionis, J. (2017). *Sociology* (16th ed.). Pearson Education.
- Massey, B. L., & Elmore, C. J. (2011). Happier working for themselves?: Job satisfaction and women freelance journalists. *Journalism Practice*, 5(6), 672–686. <https://doi.org/10.1080/17512786.2011.579780>.
- Mathisen, B. R. (2017). Entrepreneurs and Idealists: Freelance journalists at the intersection of autonomy and constraints. *Journalism Practice*, 11(7), 909–924. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1199284>.
- Narwoko, D., & Suyanto, B. (2004). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan edisi ketiga*. PrenadaMedia Grup.
- Nunn, A., Johnson, S., Monro, S., Bickerstaffe, T., & Kelsey, S. (2017). *Factors Influencing Social Mobility* (No. 450).
- Oldenburg, R., & Brissett, D. (1982). The Third Place. *Qualitative Sociology*, 5(4), 265–284.

- Pattinasarany, I. R. I. (2012). *Intergenerational Vertical Social Mobility: Studies on Urban Society in the Province of West Java and East Java*. University of Indonesia.
- Salamon, E. (2019). Freelance Journalists and Stringers. In Tim P. Vos & Folker Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. John Wiley & Sons, Inc.
- Santoso, D. H., & Lestari, R. D. (2017). Stringer Legality and Journalistic Works in Television Media (Legalitas Stringer dan Karya Jurnalistik dalam Media Televisi). *Journal Pekommas*, 2(2), 115–124. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020201>.
- Soekanto, S. (1982). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Storey, J., Salaman, G., & Platman, K. (2005). Living with enterprise in an enterprise economy: Freelance and contract workers in the media. *Human Relations*, 58(8), 1033–1054. <https://doi.org/10.1177/0018726705058502>.
- Susan Kenyon, Jackie Rafferty and Glenn Lyons (2003). Social Exclusion and Transport in the UK: A Role for Virtual Accessibility in the Alleviation of Mobility-Related Social Exclusion?. *Journal of Social Policy*, 32, pp 317-338 doi:10.1017/S0047279403007037
- Warschauer, M. (2003). *Technology and Social inclusions: Rethinking the Digital Divide*. MIT Press.
- Wreyford, N. (2015). Birds of a feather: Informal recruitment practices and gendered outcomes for screenwriting work in the UK film industry. *Sociological Review*, 63(S1), 84–96. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12242>.





