

*Covid-19 dan Krisis Industri Kreatif dalam Kapitalisme Digital:
Komodifikasi Pekerja Media Digital dalam
Kerangka Data as Labor*

Hendar Putranto

***ABSTRACT:** Entering 2020, the Covid-19 epidemic struck the lives of all people across borders of nation-states mercilessly and this triggered a global economic recession. Pandemic brought various unforeseen crises, including for Creative Industry workers. Although the last two decades show a positive trend of Creative Industry's financial contribution for Indonesia's GDP, but, long before the outbreak of the Pandemic, the seeds of the crisis of the Creative Industries have been around for a long time, starting from the transition phase of the era of Industrial Capitalism to Digital Capitalism. Using the approach of the Analysis of Political Economy of the Media, the author will show the genealogy of the crisis by outlining the conceptual dimension of 'structural violence' referring to the Structural Theory of Galtung's Cultural Imperialism (1971). A brief history of the term Digital Capitalism is also discussed in order to obtain a more comprehensive understanding of the crisis. Furthermore, a number of political economy issues that emerged in Digital Capitalism were identified to indicate the locus problematicus of the ongoing crisis. The core argument of this paper will show why the problems of political economy concerning the dualism of Data as Capital and Data as Labor are serious problems in Digital Capitalism, which escapes the attention of the public. The Author offers solution by combining a more equitable pro-Structural input from Galtung analysis, Marxist perspectives, and the collective pro-agency approach from Arrieta-Ibarra, et al. (2018). Analysis of the problem of commodification of Digital Media Workers in the framework of Data as Labor is expected to increase the reader's awareness that the relationship of inequality and exploitation of workers in the era of Industrial Capitalism actually continues in Digital Capitalism when Big Data becomes the logic of new capital accumulation (within the framework of Data as Capital) with The Big Five Internet Corporations as the responsible actors. When Covid-19 hit, material conditions and the survival of creative industry workers as free labor were made even worse.*

KEYWORDS: *Covid-19, Creative Industries, Political Economy of the Media, Structural Theory of Galtung's Cultural Imperialism, Digital Capitalism, Data as Capital and Data as Labor, Commodification of Digital Media Workers, Big Data.*

ABSTRAK: Memasuki tahun 2020, wabah Covid-19 menghantam perikehidupan seluruh manusia lintas negara dan bangsa tanpa ampun dan memicu resesi Ekonomi secara global. Pandemi membawa aneka krisis tak terperi, termasuk bagi para pekerja Industri Kreatif. Meskipun dua dekade terakhir menunjukkan tren positif dari kontribusi Industri Kreatif bagi PDB Indonesia, tetapi, jauh sebelum pecahnya Pandemi, benih-benih krisis Industri Kreatif ternyata sudah ada sejak lama, mulai dari fase transisi Era Kapitalisme Industrial menuju Kapitalisme Digital. Dengan menggunakan pendekatan Analisis Ekonomi Politik Media, penulis akan menunjukkan awal mula terjadinya krisis dengan menguraikan dimensi konseptual dari 'kekerasan struktural' yang merujuk pada Teori Struktural dari Imperialisme Budaya versi Galtung (1971). Sejarah singkat peristilahan Kapitalisme Digital juga dibahas agar diperoleh benang merah pemahaman yang lebih komprehensif tentang krisis. Selanjutnya, sejumlah persoalan ekonomi politik yang mengemuka dalam Kapitalisme Digital diidentifikasi untuk menunjukkan *locus problematicus* Krisis yang terus berlanjut. Argumen inti makalah ini akan menunjukkan mengapa persoalan ekonomi politik yang menyangkut dualisme *Data as Capital* dan *Data as Labor* merupakan masalah serius dalam Kapitalisme Digital, yang luput dari perhatian khalayak. Solusi yang ditawarkan penulis menggabungkan masukan pro-Struktur yang lebih berkeadilan dari analisis Galtung, perspektif Marxis, dan pendekatan pro-agensi kolektif dari Arrieta-Ibarra, dkk. (2018). Analisis atas persoalan komodifikasi Pekerja Media Digital dalam Kerangka *Data as Labor* diharapkan meningkatkan kesadaran pembaca bahwa relasi ketimpangan dan eksploitasi terhadap kaum buruh pada era Kapitalisme Industrial ternyata terus berlanjut dalam Kapitalisme Digital ketika *Big Data* menjadi logika akumulasi kapital yang baru (dalam kerangka *Data as Capital*) dengan pelaku utamanya *The Big Five*. Ketika Covid-19 menghantam, kondisi-kondisi material dan kelangsungan hidup para pekerja industri kreatif sebagai *free labor* justru semakin diperparah.

KATA KUNCI: Covid-19, Industri Kreatif, Ekonomi Politik Media, Teori Struktural Imperialisme Budaya Galtung, Kapitalisme Digital, Data sebagai Modal dan Data sebagai Tenaga Kerja, Komodifikasi Pekerja Media Digital, *Big Data*.

“Dua kejadian yang tidak mengenakan menghantui Dunia Ketiga—kejadian kemiskinan yang masif dan kejadian ketidakadilan upah yang lebar yang menjadi pembenaran untuk dengan tegas menolak kapitalisme yang menukangi monster-monster jahat ini dan selanjutnya untuk mengeksplorasi skema-skema Marxis atau turunannya yang bertujuan mewujudkan dunia yang lebih baik. Semua kekuatan dari tatanan/kekacauan sosial yang tidak adil ini—para kapitalis Dunia Pertama dan mitra-mitranya di Dunia Ketiga, para tuan tanah reaksioner, korporasi-korporasi nan rakus, para baron media, para politisi brengsek—sama-sama bersepakat membentuk aliansi jahanam guna membiarkan kejadian-kejadian di atas *ajeg* begitu saja. Karena massa sudah sedemikian ‘kelaparan dan terbelenggu seperti budak,’ muncul kebutuhan yang tidak bisa ditunda-tunda lagi pemenuhannya untuk membuat ‘piring bersih’ agar dunia baru ‘dari debu dan abu yang lama’ tercipta, atau dengan kata lain, sebuah ‘perang untuk mengakhiri semua perang.’” (San-Juan, 2017: 1-2)

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meredupnya bisnis minyak dunia dan industri manufaktur sejak pertengahan 1980-an sampai pertengahan 1990-an, Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif di sejumlah negara maju seperti Amerika Serikat, Inggris, Jepang, dan Korea menunjukkan pertumbuhan pendapatan (*revenue*) yang mengesankan. Data Global terkait Industri & Ekonomi Kreatif selama periode 1980-1998 menunjukkan adanya kenaikan *revenue* hampir empat kali lipat dari pertukaran (penjualan) bisnis cetak, film, radio, fotografi, seni dan musik, dari US\$95 milyar menjadi US\$388 milyar (McChesney & Schiller, 2002). Tenaga kerja yang tadinya memadati sektor agrikultur dan manufaktur perlahan mulai beralih mengisi sektor pekerjaan baru dalam industri kreatif atau budaya seperti musik, teater, animasi, rekaman, radio, TV, arsitektur, desain piranti lunak, boneka, buku, warisan budaya, turisme, periklanan, fesyen, seni kriya, fotografi, dan sinema (perfilman) (Towse, 2002; UNESCO, 2002 dalam Miller, 2008: 93).

Meskipun baru muncul belakangan, Indonesia tidak tertinggal jauh dalam hal penerimaan domestik bruto (PDB) dari sektor ekonomi kreatif dibanding negara-negara maju tadi. Selama periode 2010-2016, Indonesia memperoleh PDB senilai 525.96 triliun Rupiah dari sektor ekonomi kreatif dan terus bertumbuh menjadi 922.59 triliun rupiah pada 2016, alias hampir dua kali lipatnya dalam kurun waktu 6 tahun saja. Lebih impresif lagi, menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wishnutama Kusubandio, “pada 2019, 17 subsektor ekonomi kreatif berkontribusi sebesar Rp 1.105 triliun terhadap PDB nasional, membuat Indonesia menempati posisi ketiga setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dalam jumlah kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB negara.”¹ Inilah tahun-tahun pencapaian luar biasa dari sektor Industri dan Ekonomi Kreatif, sebelum terpukul wabah Covid-19 dan di sinilah tragedi dimulai.

Tujuh bulan sudah Wabah *Corona Virus Disease 2019* (Covid-19) melanda dunia, Januari sampai Juli 2020. Perlambatan ekonomi nasional dan bayang-bayang resesi global mulai tampak di mana-mana. IMF memperkirakan bahwa ekonomi global akan menyusut sampai 3% pada 2020 ini, terburuk sejak Depresi Besar tahun 1930-an.² Data yang dirilis Bank Pembangunan Asia (ADB) pada awal April 2020 lalu memperkirakan bahwa “Di tingkat dunia, biaya akibat pandemi ini berkisar dari \$2,0 triliun hingga \$4,1 triliun, setara dengan hilangnya antara 2,3% sampai 4,8% dari produk domestik bruto dunia.”³ Singapura, negara termakmur se-Asia Tenggara, mengalami *technical recession* dengan kontraksi ekonomi mencapai 41.2% pada kuartal kedua tahun 2020 ini, angka terburuk sejak merdeka⁴. Sementara itu, Menteri Keuangan, Sri Mulyani, mengatakan bahwa “ekonomi Indonesia pada kuartal II tahun ini akan mengalami kontraksi alias menurun menjadi negatif 3,8 persen.”⁵ Indonesia juga terancam mengalami resesi ekonomi jika pada kuartal ketiga (Juli-September 2020) kinerja ekonominya masih terus merosot (*shrink*), meskipun mungkin tidak sedalam Singapura atau Korea Selatan.⁶ “ADB

juga memperkirakan kegiatan ekonomi di negara-negara Asia Tenggara lainnya akan terdampak lebih berat dari Indonesia pada 2020 sebelum membaik lagi pada 2021. Ekonomi Filipina diperkirakan tumbuh minus 3,8 persen dan Thailand minus 6,5 persen tahun ini,” demikian dicatat Hendriyo Widi dari *Kompas* (18 Juni 2020).

Dari sejumlah sektor perekonomian yang terhantam wabah Covid-19, para pelaku Industri Kreatif, khususnya dari Industri Turisme, Perfilman, dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbilang kurang beruntung dikarenakan banyak dari mereka yang tidak termasuk golongan masyarakat yang berhak menerima BLT dari pemerintah, baik karena sifat pekerjaannya yang tidak formal maupun karena pendataannya



OECD Webinar: COVID-19 and cultural sectors Impact, policy responses

The crisis is going to affect SMEs dramatically in all sectors

- China:** 1/3 of SMEs have only cash to cover fixed expenses for 1 month;
- Germany:** despite strong regional supply chains, almost 1/3 of sampled SMEs expect a more than 10% decline in turnover for 2020;
- Italy:** 1/3 of sampled SMEs expect a decline of 15% in turnover, most affected sectors: transport, tourism, fashion, agro-food
- Japan:** 39% of sampled SMEs reported supply chain disruptions
- Korea:** 42% of SMEs cannot operate beyond 3 months, 70% no longer than 6 months also due to factory closures in China. Crisis perceived to be much worse than the 1997 Asian and 2008 global financial crises.
- USA:** supply chain disruptions for 70% of surveyed businesses, 81% of which have revenues for less than 10M dollars.

MORE VIDEOS

Source: Tackling Coronavirus (COVID-19): SME POLICY RESPONSES © OECD 2020

5:10 / 2:03:22 YouTube

Gambar 1: Krisis yang dihadapi UMKM di semua sektor usaha pada enam negara maju di Eropa, Amerika dan Asia (Sacco, 2020)⁸

yang jauh dari akurat. Sebagai gambaran komparatif, berikut ditampilkan dampak Covid-19 terhadap UMKM di sejumlah negara maju seperti Tiongkok, Jerman, Italia, Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat.⁷

Merujuk pada laporan OECD⁹, selain industri pariwisata, sektor industri budaya dan kreatif merupakan wilayah ekonomi yang paling terdampak krisis Covid-19 ini dikarenakan hilangnya potensi pendapatan secara mendadak dan masif, terutama bagi para pelaku usaha kecil dan menengah yang lebih rentan ketika dihantam krisis. Banyak pekerja dari sektor industri budaya dan ekonomi kreatif—yang didominasi pekerja tidak tetap atau *contract-based workers*—yang kehilangan penghasilan, diputus atau tidak diperpanjang kontraknya, dirumahkan, dipotong honorinya, bahkan di-PHK sebagai imbas dari krisis ekonomi akut akibat Covid-19 ini.

Liputan *Kompas* pada hari-hari menjelang dan pada peringatan Hari Perfilman Nasional, 31 Maret 2020, menunjukkan bahwa impian hampir semua insan perfilman nasional untuk mencapai rekor 60 juta penonton bioskop pada 2020 ini sirna seketika. Chand Parwez, Ketua Badan Perfilman Indonesia, bahkan memperkirakan bahwa industri perfilman nasional akan terganggu selama satu tahun akibat wabah Covid-19. Padahal, selama beberapa tahun terakhir ini, Industri Perfilman Nasional menunjukkan tren positif kenaikan jumlah penonton ke bioskop di tengah gempuran film digital yang disiarkan lewat kanal Internet-TV berlangganan (*Over The Top*). Industri Perfilman juga terhitung konsisten menyumbangkan pertumbuhan PDB yang relatif lebih besar daripada 16 sub-sektor ekonomi kreatif lainnya, belum terhitung *multiplier effect* dari pertumbuhan industri film terhadap industri pariwisata, kuliner, dan lainnya.

Sesudah Covid-19 ditetapkan WHO sebagai Pandemi pada 11 Maret 2020, dampak penyebaran virus mematikan ini juga menghantam tatanan geo-politik dan geo-ekonomi global, menggerogoti kewarasan perikehidupan masyarakat, sekaligus menggoyang dan meremukkan

ketahanan ekonomi nasional, regional, dan global dalam skala yang tidak terbayangkan dan terantisipasi dengan baik oleh negara manapun. Jauh sebelum disrupsi karena Wabah Covid-19, fenomena disrupsi digital lebih sering dikaitkan dengan penetrasi internet dalam hidup sosial sehari-hari, meningkatnya jumlah pengakses *Social Network Sites* (SNS) secara global, dan digitalisasi berbagai aspek layanan publik merupakan wajah gamblang komunikasi yang termediatisasi belakangan ini. Sejumlah ahli memprediksi bahwa gejolak disrupsi digital (McQuivey, 2013; Kasali, 2017), gelombang Revolusi Industri 4.0 (Schwab, 2016; Popkova, Ragulina, & Bogoviz, 2019), dan *Internet of Things* akan mengubah *The Future of Work* (Kasali, 2018) sekaligus mengubah pola-pola interaksi komunikasi lintas generasi (Prensky, 2001; Palfrey dan Gasser, 2008; Thomas, 2011; Dingli dan Seychell, 2015; Dobrick, Fischer dan Hagen, 2018; Elliott dan Spence, 2018). Secara cermat, Dobrick, Fischer, dan Hagen memprediksi bahwa

“Digitisasi dan mediatisasi adalah dua proses inti di balik perubahan sosial yang sekarang terjadi. Digitisasi mengubah data menjadi format digital universal yang mudah diproses komputer, yang mengarah pada konvergensi media yang berbeda-beda dan pada gilirannya menumbuhkan mediatisasi. Baik digitisasi maupun mediatisasi mengubah gugus perilaku sosial dan tradisi-tradisi budaya yang ada, yang karenanya melahirkan objek-objek studi yang baru sekaligus pertanyaan-pertanyaan riset baru untuk ranah ilmu sosial dan kemanusiaan.” (2018: 1)

Sebelum Covid-19 melanda, ‘perubahan gugus perilaku sosial dan tradisi-tradisi budaya yang ada’ seperti apakah yang dialami para pekerja di Era Disrupsi Digital? Di tengah tebar pesona dan gairah optimistik berkat kemajuan ICT, khususnya teknologi digital, wajah Janus modernitas siber yang berisikan kaum *cyber-euphorics* dan *cyber-sceptics* tetap perlu diberikan perhatian yang seimbang sebagai modal dan alasan bagi kita untuk belajar. Gelombang protes terhadap mekanisme pasar ‘*sharing economy*’ yang nyata-

nyata tidak peduli (*caring*) terhadap para aktor utama pelaku ekonominya, misalnya sopir Über atau Deliveroo, yang terjadi di sejumlah negara di Uni Eropa pada bulan Februari-April tahun 2019 yang lalu, memunculkan pertanyaan bahkan gugatan besar tentang seberapa efektif model ekonomi Kapitalisme digital yang berbasis *platform* aplikasi (*the gig economy*) untuk menyejahterakan nasib para pekerjanya (“mitra”). Gelombang protes yang terjadi di Brussels (Belgia) dan di Bristol (UK) merupakan bagian dari gelombang protes yang lebih besar terhadap perilaku eksploitatif dari perusahaan berbasis aplikasi seperti Airbnb, Uber, Deliveroo, Upwork, dan TaskRabbit, yang model bisnisnya bercirikan *crowdsourcing* (Zanoni, 2019: 147). Simpul-simpul demonstrasi tersebar di seluruh dunia, bukan hanya di kota-kota besar di Eropa saja, tapi juga kota-kota besar di Australia, di Kanada, di Amerika Serikat, seperti Los Angeles, Chicago, New York, Boston, juga di beberapa kota besar di Amerika Latin seperti Buenos Aires (Argentina), Bogota (Kolombia), dan Meksiko City.

Dampak disrupti digital terhadap nasib pekerja tradisional, yaitu pekerja di era Ekonomi Industrial secara umum, dan pekerja media di era ekonomi Digital secara khusus, merupakan isu yang menarik untuk dikaji dengan menggunakan pendekatan Ekonomi Politik dikarenakan faktor-faktor berikut ini: Pertama, ada relasi kekuasaan yang tidak seimbang yang bermain; Kedua, ada pihak-pihak yang tereksklusi dan ada yang terinklusi dalam relasi kekuasaan yang tidak seimbang tersebut; Ketiga, ada pihak-pihak yang diuntungkan oleh gugus kebijakan baru yang merespon situasi ‘baru’ ini, selain ada yang dirugikan. Karena itu, ada dua pertanyaan penelitian yang diajukan penulis dalam makalah singkat ini: Pertama, “Bagaimana menjelaskan hubungan ketimpangan antara perspektif *data as labor* dan *data as capital* jika ditinjau dari kritik Imperialisme Struktural dan analisis Ekonomi Politik Media terhadap Kapitalisme Digital?” dan kedua, “Bagaimana Wabah Covid-19 di satu sisi menyebabkan Krisis bagi Industri Kreatif Global, di sisi lain, meradikalkan *unintended consequences* dari tahap perkembangan Kapitalisme Industrial ke Dijital?”

Dua pertanyaan penelitian di atas akan dijawab dalam lima langkah argumentasi berikut: Pertama, penulis akan terlebih dahulu menguraikan dimensi konseptual dari ‘kekerasan struktural’ dengan merujuk pada Teori Struktural dari Imperialisme Budaya versi Galtung (1971). Kedua, penulis akan memaparkan sejarah singkat peristilahan Kapitalisme Digital guna mendapatkan benang merah pemahaman. Ketiga, penulis akan mengidentifikasi sejumlah persoalan ekonomi politik yang mengemuka dalam Kapitalisme Digital. Keempat, penulis akan menunjukkan mengapa persoalan ekonomi politik yang menyangkut dualisme *Data as Capital* dan *Data as Labor* merupakan masalah serius dalam Kapitalisme Digital, yang sayangnya masih kerap luput dari perhatian khalayak; dan Kelima, penulis akan menawarkan rekonstruksi jalan keluar dengan cara menggabungkan *insight* pro-Struktur yang lebih berkeadilan dari analisis Galtung, dan pendekatan pro-agensi kolektif dari Arrieta-Ibarra, *et al.* (2018). Makalah ditutup dengan kesimpulan.

2. TEORI STRUKTURAL DARI IMPERIALISME BUDAYA VERSI GALTUNG¹⁰

Teori Struktural dari Imperialisme Budaya ditulis Galtung pada awal tahun 1970-an ketika geopolitik dunia masih kental diwarnai perseteruan Perang Dingin antara blok Barat yang dipimpin Amerika Serikat dan negara-negara sekutunya dengan blok Timur yang dipimpin Uni Soviet dan sekutu-sekutunya. Tujuan penulisan artikel ini di *Journal of Peace Research* adalah membuka mata dunia bahwa meskipun perang terbuka antar negara seperti PD I dan PD II bukan lagi sebuah opsi yang urgen dan iminen untuk diambil oleh kedua negara adidaya tersebut—berkat berdirinya lembaga PBB, Deklarasi Universal HAM, kovenan-kovenan turunannya yang mengikat para negara anggota PBB, gelombang deklarasi kemerdekaan dari negara-negara bekas jajahan kolonial klasik, juga semakin dikembangkannya teknik diplomasi sebagai *soft power* dan kesepakatan-kesepakatan damai antara USA dan Uni Soviet serta negara-

negara sekutunya, seperti Perjanjian Non-Proliferasi yang mulai efektif berlaku sejak 5 Maret 1970—akan tetapi potensi pecahnya Perang Dunia III masih terus membayang-bayangi, terutama karena adanya program pengembangan dan uji coba senjata nuklir berdaya ledak ‘rendah’ dan misil balistik berdaya jangkau ‘dekat’. Galtung membuka tulisannya dengan menggarisbawahi dua fakta mencengangkan yang sedang dihadapi dunia pada masa itu: “ketidaksetaraan yang hebat, di dalam dan di antara negara-negara, pada hampir semua aspek kondisi kehidupan, termasuk kekuasaan untuk menentukan mau diapakan kondisi-kondisi kehidupan tersebut; *dan* resistensi agar ketidaksetaraan ini jangan sampai berubah” (Galtung, 1971: 81).

Menurut Galtung, Imperialisme adalah “sebuah jenis hubungan yang ditandai dominasi antara gugus kolektivitas, khususnya di antara negara-negara. Jenis hubungan dominasi ini sedemikian canggih sehingga melintasi batas-batas negara, dengan mendasarkan dirinya pada sebuah jembatan penghubung atau *bridgehead* yang dibangun oleh elit negara Pusat di pusat negara Periferi, demi kepentingan/manfaat bagi keduanya. Sistem dominasi ini memecah-belah kolektivitas dan menghubungkan sejumlah bagian dari kolektivitas tersebut dalam dua gugus besar model relasi yaitu di satu sisi harmoni kepentingan, dan di sisi lain, disharmoni kepentingan atau konflik kepentingan” (Galtung, 1971: 81).

Apa itu ‘konflik kepentingan,’ konsep yang sedemikian sentral dalam teori Galtung? Menurutnya, ‘konflik kepentingan’ dapat dipahami asalkan kita memahami ‘kepentingan sejati dari sebuah kolektivitas’ sebagai kondisi kehidupan atau LC (*living condition*), yang dapat diukur dengan menggunakan indikator seperti pendapatan, atau ‘standar kehidupan’ dalam pengertian materialistik—tetapi gagasan seperti kualitas hidup (*QL*), atau ‘otonomi’ juga dapat digunakan. Definisi yang lebih sederhana tentang ‘konflik kepentingan’ dapat dirumuskan sbb.: “Ada konflik, atau disharmoni kepentingan, jika dua kolektivitas ‘disandingkan’ sedemikian rupa sehingga rongak LC di antara mereka meningkat; Tidak ada konflik,

atau harmoni kepentingan, jika dua kolektivitas ‘disandingkan’ sedemikian rupa sehingga rongak LC di antara mereka merosot sampai titik nol” (Galtung, 1971: 82). Dengan demikian, Galtung menyoroti konsep rongak (*gap*) antara kondisi kehidupan di Pusat dan di Periferi, atau antara kaum elit dan kaum periferi di negara Pusat, merupakan suatu kondisi ketidaksetaraan (*inequality*) hebat.

Dalam model Perspektif Sistem Dunia (*World System Perspective* berikutnya disingkat WSP), kapitalisme merupakan sebuah sistem berskala dunia. Masing-masing negara tidak bisa menentukan dirinya sendiri tanpa dipengaruhi dinamika kontestasi kekuasaan dari negara-negara di sekitarnya. Galtung membagi struktur kekuasaan negara-negara dalam WSP, yang terdiri dari ‘*core*,’ ‘*semi-periphery*’ dan ‘*periphery*.’ Agar negara yang terdominasi menerima hubungan yang sebenarnya tidak seimbang, maka hubungan tersebut harus terbangun seolah-olah alamiah. Dominasi dapat mengambil bentuk lewat persetujuan (*consent*), bisa juga lewat dominasi politik, ekonomi, militer, komunikasi, teknologi, dan budaya (Galtung, 1971: 91-92). Imperialisme budaya dilanggengkan melalui mekanisme “penetrasi,” semacam kerja-sama mutualistik antara kaum elit di negara maju dengan elit di negara berkembang.

Gagasan dasar dari mekanisme penetrasi adalah negara pusat (“negara maju”) menembus ‘lapisan di bawah kulit’ dari negara pinggiran (“negara berkembang”) dengan membangun sebuah *bridgehead* (jembatan penghubung) di sana. Jika *bridgehead* sudah termapankan, maka, tiga fase imperialisme dalam sejarah yang digambarkan Galtung (1971: 94) berikut akan terjadi:

Fase	Periode	Bentuk	Istilah
I	Lampau	Pekerjaan (Okupasi): elit Periferi secara fisik diisi/terdiri dari elit Pusat yang bekerja di Periferi	Kolonialisme
II	Sekarang	Organisasi: elit Pusat berinteraksi dengan elit Periferi lewat badan-badan organisasi <i>internasional</i> .	Neo-kolonialisme
III	Masa Depan	Komunikasi: elit Pusat berinteraksi dengan elit Periferi lewat komunikasi internasional	Neo-neo kolonialisme

Tabel 1: Tiga fase imperialisme dalam sejarah (Galtung, 1971: 94)

Selama persepsi tentang kekerabatan ini ada, maka kalangan elit Pinggiran akan berorientasi untuk menjaga keharmonisan hubungan dengan Pusat. Akan tetapi, melihat permainan ini secara keseluruhan, “Periferi lebih melihat diri mereka sebagai mitra dari kalangan elit kekuasaan yang ada di Pusat alih-alih mitra dari kaum pinggiran yang ada di Periferi, dan inilah tipu-daya inti dari permainan ini. Pembentukan aliansi antara dua periferi sudah selalu dihindari, bahkan dihambat oleh kekuasaan elit yang ada di Pusat, sehingga negara Pusat selalu menjadi lebih solid daripada negara Periferi, dan karena lebih solid tersebut, mereka dapat mengembangkan serangkaian strategi jangka-panjang” (Galtung, 1971: 84).

Dalam konteks penciptaan *bridgehead* inilah, konsumerisme di kalangan elit Dunia Ketiga dipromosikan. Berdasarkan definisinya, Imperialisme budaya tidak akan terjadi kalau jembatan penghubung kepentingan dari negara yang Mendominasi (*the Center nation*) tidak ada atau tidak tercipta di pusat negara yang Didominasi (*the Periphery nation*) (Galtung, 1971: 85). Kekhasan analisis struktural Galtung adalah konsepnya tentang Imperialisme sebagai “a sophisticated type of dominance relation which cuts across nations, basing itself on a bridgehead which the center in the Center nation establishes in the center of the Periphery nation, for the joint benefit of both” (Galtung, 1971: 81)¹¹. *Bridgehead* dengan demikian dipahami bukan sekadar kaum elit penguasa di negara yang Didominasi (*the Periphery nation*) yang muncul begitu

saja dari ruang vakum. Kaum elit Pinggiran memang memiliki sejumlah ciri pokok yang serupa dengan kaum elit dari negara yang Mendominasi, seperti tingkat pendidikan yang relatif tinggi, status sosio-ekonomis terpendang, kebebasan bergerak baik secara vertikal maupun horisontal, dan juga peran besar dalam proses pengambilan keputusan atau pembuatan kebijakan. Intinya, apapun yang dianggap sebagai simbol budaya yang merepresentasikan kaum elit Pusat juga menjadi simbol budaya dari *bridgehead* atau kaum elit Pinggiran ini. Ciri yang justru tidak dimiliki kaum Elit Pusat dalam perbandingannya dengan kaum Elit Pinggiran adalah lokalitasnya, baik itu berupa penguasaan bahasa setempat maupun ketertanamannya dalam tradisi-budaya setempat yang membuat kaum Elit Pinggiran berada dalam tegangan dualitas moda eksistensi sosialnya yaitu tertanam (*embedded*) sekaligus berbeda (*distinction*).

Dalam hal ini, ketersediaan segenap artefak budaya populer (seperti musik, film, *fastfood*) negara maju di negara berkembang merupakan bagian dari pemanjaan kaum elit Pinggiran tersebut. Ketika kaum elit Pinggiran merasa menjadi bagian dari sebuah masyarakat elit dunia, dengan sendirinya diasumsikan mereka akan senantiasa mendorong konstruksi, sosialisasi, dan pembelaan atas kebijakan-kebijakan di dalam negeri (periferi) mereka sendiri. Di sini, imperialisme budaya sebagai '*cultural takeover of the penetrated society*' (Schiller, 1976: 8) niscaya terwujud tanpa adanya perlawanan yang berarti dari Pinggiran.

Mengapa 'tanpa perlawanan yang berarti'? Dengan menerima transmisi budaya dari Pusat, maka Periferi juga secara implisit memvalidasi budaya yang berkembang dalam lingkaran elit yang ada di Pusat, entah elit tersebut bersifat intra- atau internasional. Pada gilirannya, transmisi budaya yang dirayakan oleh segelintir elit di Periferi ini menguatkan sentralitas elit yang ada di Pusat, karena selain mentransmisikan artefak-artefak budaya dan nilai-nilai yang menyertainya, elit Pusat juga akan terus-menerus mengembangkan aspek-aspek kebudayaan yang berwujud inovasi-inovasi terbaru dan tentu saja mempertahankan 'kebutuhan palsu'

dalam arti ketergantungan Periferi terhadap rekayasa budaya ini (Galtung, 1971: 93). Struktur yang melanggengkan rekayasa budaya dan ‘kebutuhan dalam arti ketergantungan’ yang aspek materialnya tampak bercirikan ‘hukum permintaan dan penawaran ekonomi’ yang berulang inilah yang menjadi genealogi dari kekerasan struktural menurut Galtung.

Kesimpulan yang sama juga diperoleh Schiller (1976: 9-10), yang mengatakan bahwa “konsep imperialisme budaya masa kini merujuk pada keseluruhan proses yang di dalamnya masyarakat dibawa masuk ke dalam sistem dunia modern dan bagaimana *stratum* hirarki yang mendominasi ditarik, ditekan, dipaksa, dan terkadang disuap untuk terbentuknya institusi-institusi sosial yang berhubungan dengan, atau bahkan mempromosikan nilai-nilai dan struktur-struktur dari pusat sistem yang mendominasi...yang di dalamnya media publik (media massa) merupakan contoh operasionalisasi dari proses penetratif tersebut.”

Pemikir Ilmu Politik terkemuka dari *University of Leiden, The Netherlands*, Wil Hout, mensistematisasikan pemikiran Galtung (1971) tentang “Pendekatan Struktural untuk memahami Relasi Pusat-Pinggiran” dalam bab tersendiri di bukunya (1993: 94-110). Menurutnya, Galtung termasuk ke dalam para pemikir hubungan internasional yang merepresentasikan *centre-periphery theory* (CPT) bersama dengan Andre Gunder Frank, Samir Amin, dan Giovanni Arrighi. CPT merupakan hasil ‘perluasan’ spasial dan ‘pendalaman’ teoritis dari teori yang lebih dulu ada yaitu ketergantungan’ (*dependencia*). CPT tidak membatasi analisis mereka pada negara-negara di Amerika Latin saja, tetapi seluruh negara Dunia Ketiga. CPT memberi tekanan pada hubungan struktural yang tidak setara dan eksploitatif yang berkembang dari berbagai sistem kapitalis dunia yang berbeda-beda, yaitu Pusat dan Pinggiran (Hout, 1993: 6). Seperti sudah ditunjukkan dalam tabel ‘tiga fase imperialisme dalam sejarah’ di atas, dengan menggunakan pendekatan strukturalis, maka entitas yang mengisi struktur “Pusat dan Pinggiran” dapat dimengerti sebagai negara-bangsa (*nations*), tapi bisa juga korporasi (organisasi) internasional.

Pertanyaan kritis pada bagian ini adalah: Secara struktur, masih relevankah berbicara tentang hubungan imperialis ‘mendominasi dan didominasi’ yang terjadi antara “Pusat dan Periferi” versi Galtung dalam lanskap kapitalisme lanjut bernama *Digital Capitalism*, hampir 50 tahun setelah *A Structural Theory of Imperialism*? Pertanyaan ini akan dijawab setelah membahas dua bagian berikut ini: *Pertama*, introduksi kecil tentang sejarah dan asal-muasal perdebatan peristilahan Kapitalisme Digital, dan *Kedua*, sejumlah karakteristik dari Kapitalisme Digital.

3. SEJARAH SINGKAT PERISTILAHAN KAPITALISME DIGITAL

Aras analisis ekonomi politik seperti apa yang dominan di Eropa pada awal pergantian Milenium yang lalu? Thrift (2001: 377) menyebutkan dua aras. Pertama finansialisasi ekonomi, artinya kalkulus *supply* dan *demand*. Yang kedua menyoroti dampak dari kemajuan teknologi informasi. Aras pertama biasanya dipenuhi dengan analisis ekonomi tentang dampak-dampak globalisasi. Sementara, aras kedua sedikit banyak dirintis oleh pendekatan yang diajukan Dan Schiller dalam bukunya *Digital capitalism* (1999).

Schiller mengungkapkan skeptisismenya tentang janji-janji yang ditawarkan keberlimpahan wacana tentang dunia siber. Alih-alih netral dan dapat diisi pemain manapun—ini salah satu ‘janji demokratisasi’ yang dibawa oleh mentasnya dunia siber—jejaring baru dunia siber ini malah dengan cepat dikolonisasi struktur pasar neoliberal yang dominan. Jejaring komputer dan telekomunikasi di tangan hiperkapitalisme dijadikan alat untuk memperluas jangkauan pasar, sebuah sistem pasar yang *transnationalized*, dan mendorong laju roda ekonomi kapitalis dalam skala global. Karenanya, pengaruh kapitalisme digital ini pun masuk jauh sampai ke ranah sosial dan budaya, memperkuat gurita bisnis korporasi-korporasi transnasional, dan memperburuk disparitas sosial-*societal* yang sudah ada (Schiller, 1999: xiv, dalam Meier, 2019: 266).

Pertanyaannya, bukankah skenario perubahan (yang sekarang dinamai disrupsi digital, dulu dinamai revolusi industri, dst.) ini sudah pernah kita saksikan dan alami selama dua ratus tahun terakhir (sekurang-kurangnya di Dunia Barat)? Temuan-temuan baru dari teknologi memang selalu membawa disrupsi dalam pasar tenaga kerja, tapi biasanya setelah periode gonjang-ganjing angkatan kerja ini berlalu, revolusi teknologi akan menciptakan peluang kerja yang lebih banyak disertai peningkatan kesejahteraan. Apa yang membedakan periode ‘kemajuan teknologi digital’ ini dengan periode, katakanlah, ‘kemajuan teknologi berbasis mesin-mesin industri dan revolusi industri’ yang sudah ada sebelumnya?

Ada dua dimensi yang perlu dijadikan pertimbangan ketika memberikan penilaian tentang apa perbedaan antara disrupsi teknologi digital yang ada sekarang dengan teknologi mesin industri (atau roda, atau mesin uap, dan lainnya) yang pernah ada dalam sejarah kemajuan peradaban manusia, yaitu waktu dan skala. Konsensus yang tercapai di antara para ahli yang menekuni isu ini adalah bahwa transformasi yang dibawa teknologi digital dalam perekonomian dan masyarakat sekarang melaju dengan kecepatan yang lebih tinggi daripada gelombang kemajuan teknologi yang ada sebelumnya. Meskipun baru ‘dimulai’ pada pertengahan abad lalu, laju perubahan berakselerasi secara eksponensial dikarenakan pesatnya pembangunan infrastruktur digital, yang berkontribusi pada meningkatnya kemampuan *smartphones* menghubungkan orang satu dengan yang lain. *The McKinsey Global Institute* bahkan menyatakan bahwa Kecerdasan Buatan (AI) berkontribusi pada percepatan transformasi masyarakat “sepuluh kali lebih cepat dan 300 kali lebih dahsyat skalanya” daripada Revolusi Industri.

Dengan mencermati sejarah singkat dari munculnya peristilahan kapitalisme digital dengan pertanyaan kritis yang dialamatkan kepadanya ini, kita semakin menyadari bahwa “keluasan perubahan yang terjadi sekarang memang besar dan dampak perubahan teknologi yang dibawanya lebih pervasif daripada yang dulu terjadi. Semua sektor ekonomi terlibat. Contoh kasusnya adalah *self-driving vehicles* [disinggung lebih mendetil di

bawah] menyiratkan hilangnya sejumlah pekerjaan (seperti supir truk, bis, dan taksi), juga potensi gulung-tikarnya industri manufaktur permobilan, perminyakan, pertanian (*ethanol*) dan asuransi otomotif secara umum, juga industri kesehatan. Lebih jauh lagi, dampak dari perubahan teknologi digital ini tidak lagi terbatas secara geografis seperti penutupan pabrik baja di kota penghasil bijih baja, atau tambang-tambang batu bara di daerah-daerah penghasil batu bara.” (Pupilo, Noam, dan Waverman, 2018: 23)

Sebelum berlanjut pada observasi atas relevansi/kurang relevannya gagasan Teori Struktural dari Imperialisme pada *zaman now*, mari kita periksa terlebih dahulu, seperti apakah wujud dan karakteristik dari Kapitalisme Lanjut (Jameson, 1991) yang oleh sebagian pakar komunikasi informasional seperti Dan Schiller (1999) dan pemikir ekonomi politik (Betancourt, 2015; Fuchs dan Mosco, 2016; Pun, Tse, & Ng, 2017) dinamai dengan istilah Kapitalisme Digital.

4. SEJUMLAH KARAKTERISTIK DARI KAPITALISME DIGITAL

Berikut disampaikan sejumlah karakteristik dari Kapitalisme Digital yang dihimpun penulis dari beberapa sumber acuan primer dan sekunder terkini (2013-2019).

4.1 Mentasnya Ekonomi Digital terutama yang berbasis produk-produk budaya

Dalam arti apa ekonomi digital (dalam moda Kapitalisme Digital) berbeda dari fase ekonomi material (dalam Moda Kapitalisme Industrial)? Penulis merujuk pada distingsi yang ditawarkan Kologlugil (2015: 124-125). Menurutnya, “Meskipun unsur-unsur utama dari sistem industri dan ekonominya masih bertahan sampai sekarang, tetapi beberapa dekade terakhir ini kita telah menyaksikan mentasnya ekonomi digital, yang tersusun dari tahapan produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dalam bentuk digital. Peristilahan ‘ekonomi digital’ sendiri bukan berarti

ada proses produksi dan konsumsi dari nilai guna barang jasa digital yang terpisah dari relasi-relasi sosial kapitalis yang sudah ada sebelumnya. Perusahaan besar pembuat *software*, misalnya, mempekerjakan buruh dengan upah harian untuk memproduksi katakanlah *software A*, yang kemudian dijual sebagai komoditas dalam pasar berkat adanya implementasi yang ketat dari hukum hak cipta. Ini saja sudah jelas menunjukkan bahwa yang menjadi persoalan itu bukan dikotomi yang tajam antara moda produksi material dan digital sebagai dua sistem sosio-ekonomi yang benar-benar berbeda. Diakui bahwa memang ada sejumlah unsur dalam ekonomi digital yang secara potensial membolehkan adanya praktik-praktik produksi yang bersifat partisipatoris (alih-alih eksploitatif) yang dengan sendirinya berada di luar karakteristik hubungan kapital-tenaga kerja yang menjadi ciri khas kapitalisme industrial.”

Berikut sejumlah perbandingan antara era Ekonomi Industrial dan Ekonomi Digital:

Pertama, di era Ekonomi Industrial, kepemilikan barang-jasa kapital merupakan privilese dari kelas borjuis, maka semakin meningkatnya akses pada komputer pribadi (yang harganya semakin terjangkau kelas menengah bahkan kelas bawah sekalipun) dan Internet pada gilirannya mendemokratiskan struktur kepemilikan sarana-sarana produksi dalam era Ekonomi Digital.

Kedua, pada era Ekonomi Industrial, pengetahuan teknologi dibendakan (direifikasi) dalam kapital yang *ajeg* yang relatif lebih mudah dikontrol, maka pada Ekonomi Digital, kecerdasan kolektif dari para individu yang terhubung satu sama lain lewat Internet, menolak untuk dikontrol secara eksklusif—misalnya dalam proyek-projek *Free and Open Source* (FOSS) juga kolaborasi *bancakan* menggarap ensiklopedi daring Wikipedia.

Ketiga, pada era Ekonomi Industrial, barang-barang hasil produksi manufaktur (industri) umumnya dikonsumsi secara eksklusif oleh para pemiliknya (pembeli), nilai guna dari barang-jasa berbentuk digital sifatnya *nonrival*, dan terkadang bahkan *antirival*.

Keempat, ekonomi Industrial tergantung pada ketersediaan faktor-faktor produksi dan komoditas dalam mekanisme pasar, sementara Ekonomi Digital bertumpu pada semakin bertambahnya individu-individu pengguna internet yang secara *sukarela* menyumbang jerih-payah mereka untuk menghasilkan nilai guna digital (*digital use values*), yang kemudian hasilnya dapat diakses secara gratis oleh pengguna yang lain berkat adanya budaya berbagi (*a culture of sharing*). Misalnya, jejaring *peer-to-peer* situs sekaligus aplikasi berbagi kepedulian lewat penggalangan dana publik secara sukarela seperti www.kitabisa.com, dan lainnya.

4.2 Isu *Free Labour* dalam Kapitalisme Digital

Hesmondhalgh (2010: 267-269) bergerak lebih jauh lagi dengan mengatakan bahwa diskusi dan perdebatan soal pro-kontra dampak dari Industri Budaya sejak cetusan Adorno (dan para kritikus setelahnya, kecuali Benjamin), cenderung abai terhadap persoalan tenaga kerja yang tidak dibayar (*free labour*) dalam konteks industri-industri (bentuk jamak!) budaya yang berbasis digital. Kalaupun ada sejumlah pemikir kritis yang mengupas persoalan ini (McRobbie, 2000; Terranova, 2004; Andrejevic, 2004, 2008) biasanya mereka tidak jauh-jauh menyoroti soal momen perlawanan dan kondisi-kondisi kerja yang opresif. Padahal, Hesmondhalgh justru menarik kita lebih maju lagi untuk berpikir secara lebih luas dan mendalam dengan bertanya, “Seperti apakah kualitas kehidupan para pekerja di dalam (era) industri-industri budaya”?

Pertanyaan besar ini kemudian diikuti dengan pertanyaan kritis konseptual tentang isu “free labour” yang terasa begitu menohok berikut ini: “Apakah mereka yang duduk di depan komputer untuk memodifikasi kode atau merespon (menjawab kuis) acara TV disebut ‘tereksploitasi’ sebagaimana atau dengan cara yang sama seperti para buruh yang harus bekerja dalam kondisi kerja yang parah dan menerima upah di bawah UMP seperti yang terjadi di *Indonesian sweatshops*?” Untuk menjawab dua pertanyaan ini, tentu tidak memadai kalau jawabannya dicari hanya pada

kritik Adorno pada Industri Budaya atau dari para pengkritiknya, seperti Gans (1974) dan Markus (2006), karena persoalan industri-industri budaya di era digital perlu melibatkan analisis (dan kritik terhadap) kapitalisme, jenis-jenis eksploitasi serta simpul-simpul relasi kekuasaan (yang baru) dan makna kebebasan. Yang perlu kita lakukan adalah menghubungkan analisis soal para pekerja budaya dan kreatif (*cultural and creative labour*) dengan kajian sosiologi kerja dan dengan teori-teori sosial kontemporer yang lebih kaya dan beragam.

Dari riset yang dilakukan Hesmondhalgh dan Baker (2011), mereka menemukan bahwa cukup banyak pekerjaan dan lapangan kerja berbasis industri-budaya ternyata sarat persoalan seputar ketidaksamaan (*inequities*). Mereka menawarkan pekerjaan berdasarkan *short-term basis*, membuat para pekerja kesulitan untuk merencanakan masa depannya dengan kepastian, sekaligus membatasi keterampilan mereka (karena *short-term contract* itu) dan membuat kerja mereka menjadi dasar dari realisasi-diri yang bermakna. Para pekerja kreatif seringkali merasakan pelabelan sosial (yang negatif) bahwa pekerjaan yang mereka lakukan itu *a kind of social luxury*. Pada gilirannya, pelabelan ini membatasi para pekerja di industri-industri budaya dan ekonomi kreatif untuk diakui dan dihormati secara sosial. Masih ada beberapa persoalan lagi yang diangkat Hesmondhalgh dalam tulisannya, misalnya soal bagaimana mendamaikan produktivitas kerja kreatif dengan mengurus anak dan anggota keluarga pada pekerja *freelance* atau mereka yang bekerja dari rumah saja. Tidak sedikit pekerja dari industri-industri budaya menoleransi “*poor pay, long hours and difficult conditions in order merely to gain jobs with very poor levels of security and protection*” (Hesmondhalgh & Baker, 2011: 221).

4.3 Akumulasi kapital berbasis *platform digital*

Meier dan Manzerolle (2018) mencatat isu tentang beragam peranan distribusi berbasis *platform* dan data pengguna dalam bidang ekonomi

musik digital, dengan mengambil contoh dari kemitraan (perusahaan) teknologi—musik yang dijalin antara Samsung dan Jay-Z (2013), Apple iTunes Store dan U2 (2014), Tidal dan Kanye West (2016), serta Apple Music dan Drake (2017). Pada empat kasus yang diteliti ini, perusahaan-perusahaan IT Samsung, Apple iTunes, Tidal dan Apple Music mendukung secara langsung rilis album dari musisi-musisi kenamaan tersebut, dan musik digunakan untuk bukan hanya menarik perhatian pendengar namun juga mengakumulasi *traffic* dan perilaku data pengguna. Di sini, logika data dan perhatian pengguna saling berkelindan. Namun, kelindan ini tentu saja tidak ‘bebas nilai’ atau ‘setara.’ Ditengarai, ada monopoli permusikan digital jenis baru dari perusahaan-perusahaan IT tersebut sebagai pengontrol akses pembelian dan sewa musik, juga menjadi *gatekeepers* bagi musisi-musisi bersangkutan. Suatu jenis monopoli yang oleh Meier dan Manzerolle dinamai ‘akumulasi kapital berbasis-platform’ atau *platform accumulation*, yang ditandai oleh semakin mendalamnya bentuk-bentuk privatisasi, marketisasi, dan konsolidasi perusahaan-perusahaan yang diasosiasikan dengan kapitalisme neoliberal.

4.4 Multi-modalitas tata kelola

Penelitian terdahulu dari Schwarz (2019) mengajukan empat argumen yang menerangi hubungan antara relasi-relasi ekonomis yang eksploitatif dengan relasi-relasi politis tata-kelola (*governance*) yang monopolistik dari kekuasaan para operator *platform-platform* digital, terutama *Facebook*. *Pertama*, relasi antara para operator *platform* daring dengan penggunanya tidak sesederhana itu dilihat hanya sebagai relasi-relasi ekonomis yang bercirikan eksploitasi seperti sering dituduhkan oleh para penulis *post-Marxist*, tetapi juga relasi-relasi politik ‘tata-kelola’. *Kedua*, para operator *platform* daring memiliki kepentingan untuk mengatur semua interaksi manusia yang termediasi secara digital karena interaksi-interaksi ini dapat diubah menjadi sumber keuntungan dan dengan diatur menurut prinsip-prinsip yang mereka tentukan akan memaksimalkan keuntungan

tersebut. Dengan demikian, tata-pengaturan dengan eksploitasi sangat erat hubungannya.

Ketiga, keberadaan *platform-platform* digital tidak hanya menjadi contoh sempurna adanya pergeseran menuju tata kelola neoliberal. *Facebook* sebagai sebuah *platform* digital paradigmatis telah berhasil mengembangkan bukan hanya kombinasi unik dari tata-pengaturan dan legitimasi untuknya yang mirip dengan tata-kelola pemerintahan demokratis, namun juga alat-alat baru untuk menjaga tata-kelola tersebut agar dapat berfungsi dengan efektif, yaitu algoritma *Big Data* dan para pekerja proletar yang mensuplai *Big Data* agar mesin prediktor perilaku pengguna ini dapat bekerja. Logika dari ‘kombinasi unik’ ini baru kelihatan ketika kita menggunakan ekonomi politik sebagai faktor analisis; dan Keempat, kekuasaan *Facebook* untuk mengatur bergantung pada kemampuannya untuk mengubah sedemikian banyak bentuk-bentuk kekuasaan yang ‘khas tergantung ranahnya’ (*field-specific*) menjadi bentuk tunggal kapital sosial yang dapat digeneralisasikan, yang dengan segala daya-upaya dimonopoli dan dikendalikan. Meskipun mengambil contoh analisis yang terfokus pada *Facebook*, namun keberlakuan tiga argumen pertama di atas juga dapat diterapkan pada *platform-platform* digital-daring lainnya.

Scholz (2013) sendiri mengatakan bahwa upaya untuk memahami implikasi-implikasi yang sedemikian kompleks dari bentuk-bentuk baru pekerja digital yang diupah dan tidak diupah (*waged and unwaged digital labor*) tidaklah tunggal dan sederhana. Pekerja digital merupakan kelanjutan dari relasi-relasi sosial yang sudah ada dalam dunia kerja tradisional. Pasar tenaga kerja yang bergeser ke ranah ketergantungan pada Internet dapat dideskripsikan sebagai intensifikasi dari ekonomi tradisional yang berbicara tentang pekerja yang tidak diupah.

Kekhawatiran soal nasib pekerja digital di masa depan masih ditambah dengan ancaman yang datang dari robotisasi pekerjaan. Akan ada sejumlah pekerjaan yang hampir pasti digantikan oleh mesin dan

kecerdasan buatan dalam waktu dekat.¹² Keberadaan robot bahkan dapat menggantikan hampir separuh dari pasar tenaga kerja yang ada di Amerika Serikat dalam satu-dua dekade ke depan. Hal ini sudah dimulai dengan fenomena kerjasama perusahaan Über dan Google yang merekayasa *self-driving cars* atau *autonomous vehicles* (Cameron, 2017: 25-26). Meskipun belum diluncurkan sebagai produk massal karena masih ditemukan sejumlah kendala terkait sensitivitas *self-driving cars* ini dalam mengantisipasi pergerakan dan keamanan pejalan kaki yang ada di jalurnya¹³, tapi ini hanya tinggal menunggu waktu saja.

4.5 Kapitalisme Pengawasan (*Surveillance Capitalism*)¹⁴

Salah satu cabang kajian analisis ekonomi politik tentang isu atau topik Kapitalisme Digital yang cukup menarik adalah ‘digitalisasi sebagai bentuk kapitalisme pengawasan’, yang di antaranya dipelopori oleh para pemikir seperti Jaron Lanier, Shoshana Zuboff, dan Vincent Mosco. Sudibyo (2019: 206) meringkaskan lingkup dan esensi dari ‘kapitalisme pengawasan’ ini sebagai berikut: “*Pertama*, di zaman digitalisasi dewasa ini ada pihak yang sepertinya lebih kuat dan lebih canggih dibandingkan dengan institusi negara dalam hal kemampuan melakukan operasi mata-mata atau pengawasan (*surveillance*). *Kedua*, institusi pengawasan yang dimaksud bukan negara atau institusi formal intelijen, bukan pula lembaga intelijen multilateral, melainkan korporasi swasta (perusahaan penyedia *platform* atau layanan digital). *Ketiga*, pengawasan itu dilakukan terutama sekali bukan karena alasan politis atau ideologis, melainkan alasan bisnis atau ekonomi. *Keempat*, objek pengawasan itu bukan kelompok tertentu, melainkan hampir semua orang. *Kelima*, kita diawasi bukan karena mengancam atau berbahaya, melainkan justru sebaliknya, dibutuhkan dan didambakan sebagai pemasok data dan objek periklanan untuk korporasi yang dimaksud di atas. *Keenam*, pengawasan dilakukan tidak dengan peralatan yang sangat eksklusif, mahal, dan jarang, tetapi dengan peralatan yang dimiliki hampir semua orang: telepon genggam.”

Menggunakan kata-kata Zuboff (2015: 75-76) sendiri, ‘kapitalisme pengawasan’ dimungkinkan terjadi karena adanya *Big Data*, di mana “*Big data* bukan teknologi atau dampak tak terhindarkan dari teknologi, juga bukan proses yang otonom. *Big Data* berasal dari ‘yang sosial’, dan di sinilah perlu ditemukan logikanya. *Big Data* merupakan komponen pondasional dari logika akumulasi baru bernama kapitalisme pengawasan, yang bertujuan untuk *memprediksi* dan *memodifikasi* perilaku manusia sebagai sarana untuk menghasilkan keuntungan dan kendali atas pasar.” Lebih jauh lagi, Zuboff (2015: 77) mengafirmasi bahwa logika akumulasi yang menghegemoni ruang jejaring internet sekarang muncul dalam sosok perusahaan Google sebagai perintis dari *Big Data*. Logika *Big Data* rintisan Google ini bukan hanya kemudian digunakan *Facebook* dan perusahaan besar berbasis-Internet lainnya (seperti Amazon, Microsoft dan Apple), tapi juga menjadi model *default* bagi sebagian besar *startups* dan aplikasi daring!

Jika *Big Data* menjadi ‘logika akumulasi kapital yang baru’, maka seperti apa cara kerja logika ekonomi dari ‘kapitalisme pengawasan’ ini? Zuboff (dalam Meier, 2019: 268-269) meringkasnya berikut ini: *Pertama*, pencarian terus-menerus lebih banyak lagi pengguna, kanal, *platform*, layanan, alat, tempat dan ruang untuk akses data perilaku orang kini dan yang akan datang yang memiliki kemampuan belanja terbesar. Para pengguna internetlah, yang tidak dibayar, dengan jerih-payah mereka sendiri, menyediakan bahan mentah atau *supplier* data untuk perusahaan pengguna *Big Data*. *Kedua*, perusahaan pengguna *Big Data* ini terus-menerus mengoptimalkan kerja algoritma pengolah *Big Data* yang mereka miliki dengan menggunakan kecerdasan buatan dan *data science*. *Ketiga*, mereka lalu mengkonversi hasil analisis data pengguna yang sudah diagregasi menjadi *predictive products to be sold on a meta-market*. *Keempat*, semakin mampu mengontrol dan memprediksi produk-produk hasil olahan *Big Data* yang mereka peroleh, semakin besar juga tingkat penjualan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan ini. Lalu, di mana

letak keuntungan bagi *users* sebagai *supplier* data? Pertanyaan ini akan dijawab pada bagian berikutnya.

Sebagai pembanding dari lima karakteristik Kapitalisme Digital yang sudah penulis uraikan di atas, Meier (2019: 267) meringkaskan ciri-ciri Kapitalisme Digital dalam empat matriks berikut ini: *Pertama*, teknologi-teknologi informasi dan komunikasi (berikutnya akan disingkat *ICT*) diproduksi, dipasarkan dan dieksploitasi sebagai bahan mentah, sumber daya, dan komoditas utama oleh perusahaan-perusahaan trans-nasional; *Kedua*, cara-cara terkait produksi, distribusi dan konsumsi dari *ICT* yang terlembaga lewat internet ini memiliki konsekuensi jangka panjang bagi perkembangan masyarakat; *Ketiga*, kapitalisme digital bertanggungjawab terhadap keberlanjutan dominasi dan produktivitas dari struktur-struktur pasar yang mengglobal; secara khusus, perusahaan-perusahaan pemimpin di bidang teknologi melakukan proses restrukturasi kapitalisme lamban dengan memproses pengetahuan, data, komunikasi dan informasi secara sangkil dan mangkus; dan *Keempat*, produktivitas kapitalisme digital didasarkan pada komodifikasi aneka produk, jasa, dan tenaga kerja manusia secara sistematis, dan komodifikasi ini memiliki kecenderungan ekspansif dan invasif, khususnya dalam konteks deregulasi dan privatisasi.

Sebelum masuk dalam analisis ekonomi politik isu ini, penting untuk menyimak *guidepost* berikut sebagai alat analisis fenomena yang khas dalam Kapitalisme Digital:

“analisis ekonomi politik tentang media ternyata lebih dari sekadar identifikasi pola-pola kepemilikan media serta dinamika kontrol dari perusahaan-perusahaan pemilik media, lalu upaya menyalahkan pihak-pihak yang mengontrol media dan sumber-sumber daya komunikasi di sebuah negara tersebut. Untuk memahami peran media dalam masyarakat, hubungan antara kekuasaan media dan negara, juga hubungan antara media dengan sektor-sektor ekonomi lainnya perlu dibahas tersendiri. Akan tetapi, inter-relasi antara media, industri komunikasi, dan sentra-sentra kekuasaan

dalam masyarakat niscaya diperlukan untuk mendapatkan analisis komunikasi yang komplit.” (Wasko, 2014: 263)

5. KOMODIFIKASI DAN MONETISASI DATA PENGGUNA: DATA AS CAPITAL ATAU DATA AS LABOR?

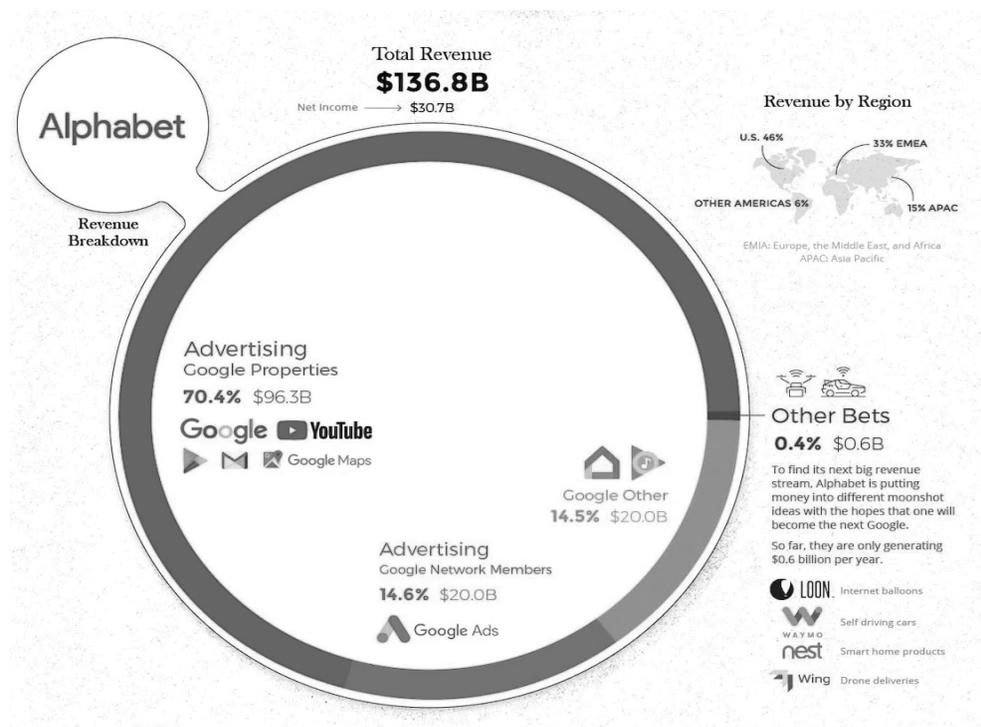
Mengapa Google membiarkan kita merancang perjalanan dengan menggunakan *Google maps*? Karena Google, dengan kecerdasan buaatannya, mempelajari pola-pola *traffic*, yang kemudian dikemas dan dijual sebagai layanan pada *platform* berbagi-tumpangan seperti Über, Grab, dan Gojek. Mengapa *Facebook* ‘bermurah-hati’ menggratiskan layanannya agar kita dengan mudah membuat akun FB lalu membangun kehidupan sosial maya kita? Karena dengan membuat akun FB, kita menyingkapkan informasi pribadi diri kita, yang lalu oleh Facebook, dengan kecerdasan buaatannya, dicari kecocokannya dengan produk-produk komersil yang mungkin saja menarik minat kita untuk membelinya. Mengapa Instagram dan YouTube menyediakan ‘tombol sakti untuk menampung dan berbagi media video’ tanpa kita harus membayarnya? Gambar dan video yang ditampung IG dan YouTube merupakan ‘bahan bakar’ (input) untuk bekerjanya sistem Pembelajaran Mesin (ML) yang kemudian diolah kecerdasan buatan (AI) dan dijual kepada para pelanggan—dari pengenalan wajah sampai penyuntingan video otomatis.

Beroperasinya *platform-platform* digital ini amat tergantung pada seberapa banyak dan kontinyu informasi pribadi yang kita suplai kepada mereka: peran pengguna sebagai produsen sekaligus penjual data merupakan sekrap penting yang memungkinkan bekerjanya mesin ekonomi berbasis informasi. Mengapa info pribadi ini sedemikian penting? Orang tidak banyak menyadari bahwa jerih-payah mereka selama menggunakan internet—sebagai produsen data—melumasi mesin ekonomi digital (Posner dan Weyl, 2018: 205-206). Bukan hanya itu, yang tampak sebagai pertanyaan paradoksal: ‘dengan menawarkan jasa mesin pencariinya secara gratis, darimana keuntungan yang diperoleh Google?’ jika dilihat dari

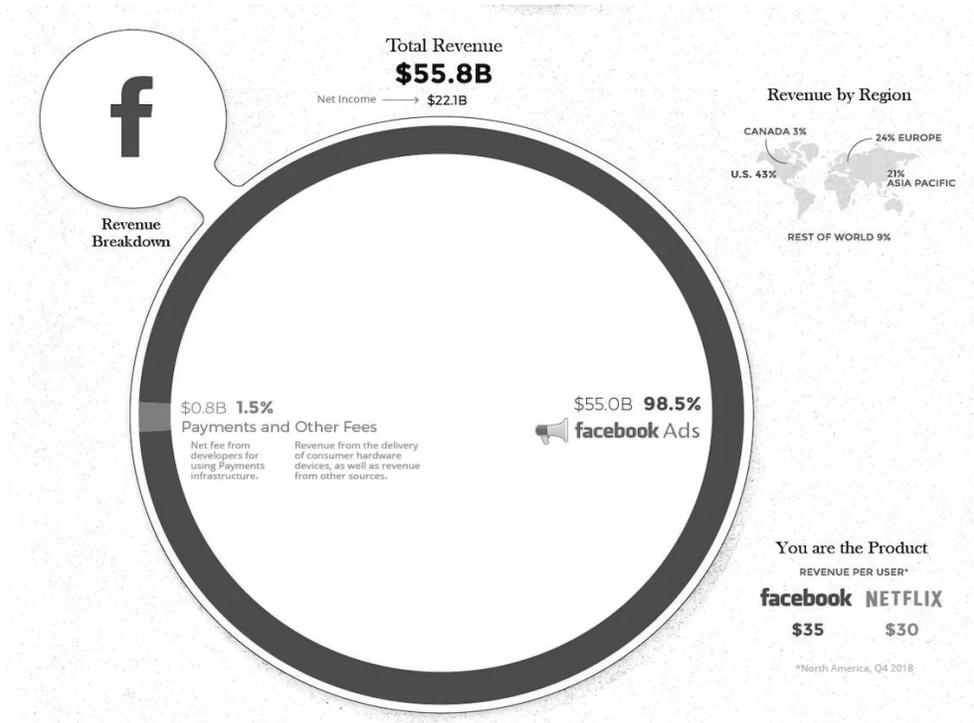
COVID-19 DAN KRISIS INDUSTRI KREATIF DALAM KAPITALISME DIGITAL:
KOMODIFIKASI PEKERJA MEDIA DIGITAL DALAM KERANGKA DATA AS LABOR

perspektif ekonomi politik kapitalisme (dan ekonomi) digital, itu bukan paradoks sama sekali. “Hampir semua pendapatan Google diperoleh dari iklan digital, yang mayoritasnya berasal dari *AdWords*, tautan berbayar yang selalu muncul ketika kita mengaktifkan mesin pencari; *AdWords* membentuk suatu pasar linguistik global dan melanjutkan sejumlah karakteristik yang ditemukan dalam kapitalisme Pasca-Fordis” (Graham, 2017: 2).

Berikut infografis visual pendapatan tahunan dari *Alphabet (Google)* dan *Facebook* (data 2018) yang sebagian besarnya (70.4% untuk *Google* dan 98.5% untuk *Facebook*) bertumpu pada komodifikasi dan monetisasi data penggunaannya menjadi target iklan digital:



Gambar 2: *Alphabet source of revenue (2018)*¹⁵



Gambar 3: Facebook source of revenue (2018)¹⁶

Dari penjelasan atas latar belakang semacam inilah kita dapat lebih memahami proses komodifikasi dan monetisasi data pengguna yang dilakukan oleh Alphabet (dengan *Google* sebagai nama komersialnya), Facebook, Amazon, Apple, dan Microsoft (*The Big Five*). Untuk sederhananya, tabel berikut menggambarkan dua paradigma yang kontras terkait data pengguna, yaitu *Data as Capital* (DaC) dan *Data as Labor* (DaL).

Isu	<i>Data as Capital (DaC)</i>	<i>Data as Labor (DaL)</i>
Kepemilikan	Korporasi	Individual
Insentif	Kewirausahaan	Kontribusi 'biasa' (sehari-hari)
Masa depan pekerjaan	Pendapatan dasar yang universal	<i>Data work</i>
Sumber harga-diri	Melampaui pekerjaan	Martabat digital
Kontrak sosial	Layanan gratis demi (perolehan) data gratis	Kekuatan perlawanan untuk menciptakan pasar <i>data labor</i>

Tabel 2: Perbandingan Paradigma *Data as Capital* dan *Data as Labor* (Arrieta-Ibarra, dkk., 2018: 40)

Deskripsi dari tabel 2 di atas dapat diperinci ke dalam lima kategori berikut¹⁷: kepemilikan dan pemanfaatan sampah digital, produk kecerdasan buatan, sumber identitas / martabat pengguna, arti kontrak sosial, aktivitas produksi dan konsumsi. Tidak semua kategori ini akan diuraikan kembali di sini. Penulis mencukupkan pembahasan dengan mengambil dua poin yang dianggap relevan.

Pertama, DaC melihat data perilaku pengguna internet sebagai sampah konsumsi digital (*cache*) yang tidak berguna, yang lalu dikumpulkan dan diolah kembali oleh perusahaan *platform* digital agar memiliki nilai ekonomi. Artinya, ada nilai tambah ekonomis yang diberikan perusahaan *platform* terhadap keberadaan sampah digital tersebut. Sampah ini lebih bernilai produktif jika diserahkan pengelolaannya kepada perusahaan *platform* digital guna membantu mengembangkan kewirausahaan dan inovasi teknologi informasi. Sementara, DaL menempatkan data perilaku pengguna internet sebagai aset milik pengguna sehingga pemanfaatannya juga mesti menghasilkan keuntungan bagi pengguna. Surplus ekonomi dari pemanfaatan data perilaku pengguna internet semestinya dikembalikan pertama-tama kepada pengguna internet, terlepas dari mau dijadikan apa dan bagaimana cara pemanfaatannya kemudian.

Kedua, DaC melihat aktivitas digital pengguna internet sebagai kegiatan konsumsi atas layanan-layanan yang disediakan perusahaan *platform*, berupa kegiatan rekreatif (*having fun*) atau pengisi waktu luang. Sementara, DaL melihat aktivitas digital yang dilakukan pengguna internet sebagai proses produksi untuk menghasilkan data perilaku pengguna internet (*Big Data*). Konsumsi internet dilihat sebagai kegiatan bekerja yang memiliki nilai ekonomi tertentu, yaitu *Big Data*, sebagai dasar pengembangan AI dan ML, dan nilai ekonomi yang tinggi dari *Big Data* ini sejauh ini hanya dinikmati oleh perusahaan *platform* digital.

Tentu saja, demikian Sudiby (2019: 279) mencatat, “dikotomi DaC dan DaL di atas merupakan dikotomi yang simplistik dan menafikan peran pihak seperti *programmer*, inovator, dan lain-lain. Namun titik

tekan dikotomi ini adalah bahwa pengembangan kecerdasan buatan dan proses ML tidak mungkin dapat terlaksana tanpa kontribusi data perilaku pengguna internet...(yang) menjadi faktor penentu pengembangan lanskap digital secara keseluruhan.” Pertanyaannya sekarang, lantas bagaimana mempertemukan dua paradigma (DaC dan DaL) yang berbeda kepentingan ini agar proses ketimpangan relasi ekonomi-politik yang terjadi tidak berlanjut menjadi sumber konflik yang abadi? Berikut rekonstruksi skenario jalan keluarnya.

6. REKONSTRUKSI JALAN KELUAR: SELAMA HARAPAN MASIH ADA

Pertama, jalan keluar teoritis dan metodologis atas problematika isu *digital labor* dapat mengadopsi perspektif Marxis yang diterapkan di ranah digital seperti sudah dipelopori oleh Fuchs dan Mosco (2013, 2014, 2016a, 2016b) dan sejumlah penulis lain, seperti Koloğlugil (2015), Prodnik (2016), Sandoval (2016), dan Wittel (2016). Meskipun sempat divonis dengan “the blindspot of all social science,”¹⁸ (Smythe, 1977), perspektif Marxis ternyata mengalami kenaikan jumlah riset terpublikasi yang cukup signifikan selama 10 tahun (2008-2018) terakhir ini (Fuchs dan Mosco, 2016: 3). Hal ini menunjukkan bahwa ada keterbaruan minat dari para peneliti ilmu-ilmu sosial untuk kembali pada Marx/konsep-konsep Marxis.

Seperti diungkapkan Fuchs dan Mosco (2016: 7), “Teori komunikasi berperspektif Marxis harus dapat menunjukkan bagaimana komunikasi dan budaya merupakan praktik material, bagaimana tenaga kerja dan bahasa saling mengkonstitusi secara mutualistik, dan bagaimana komunikasi dan informasi adalah contoh-contoh dialektis dari aktivitas sosial yang sama, penciptaan makna secara sosial. Meletakkan tugas-tugas itu dalam kerangka pemahaman relasi kekuasaan dan perlawanan menjadikan kajian ilmiah ini masuk dalam arus tradisi Marxis yang tetap relevan sekarang. Studi Media dan Komunikasi berperspektif Marxis bukan hanya relevan, tetapi

juga karena dipahami bahwa komunikasi sendiri selalu tertanam dalam struktur ketidaksamaan yang ada dalam masyarakat kelas. Meningkatnya gairah peneliti yang menggunakan kerangka analisis Marxis memang perlu disambut baik, tapi minat dan gairah ini juga perlu terus didorong agar menjadi transformasi kelembagaan yang menantang karakter administratif yang mendominasi lembaga-lembaga media yang ada sekarang sekaligus menguatkan pelebagaan kajian kritis komunikasi.” Dalam terang pengertian ini, kuliah-kuliah (Seminar) Ekonomi Politik Media yang berperspektif kritis dan Marxis perlu terus didorong untuk diadakan dan dilembagakan dalam Program Studi atau Jurusan Komunikasi, Jurnalistik, dan Penyiaran yang ada di seluruh Indonesia.

Kedua, belajar dari Teori Strukturasi Galtung, tentang relasi Pusat dan Pinggiran, juga keberadaan *bridgehead*, maka harmonisasi kepentingan dapat terjadi ketika “hubungan yang sebenarnya tidak seimbang, terbangun seolah-olah alamiah.” Juga ketika “Periferi lebih melihat diri mereka sebagai mitra dari kalangan elit kekuasaan yang ada di Pusat alih-alih mitra dari kaum pinggiran yang ada di Periferi.” Yang menjadi kunci perubahan di sini adalah bagaimana mempengaruhi dan mengubah *mindset* kaum *bridgehead* ini agar tidak terhisap oleh *agenda-setting* dari elit Pusat. Ketika “Pusat” di era kapitalisme digital lebih dipahami sebagai dominasi USA dan *The Big Five Corporations*-nya dalam hal konstruksi budaya baru digital yang berparadigmakan “free online culture”, maka perlawanan terhadap dominasi ‘Pusat’ ini dapat dilakukan secara kolektif dengan menggunakan alat yang tersedia, yaitu ruang-ruang *chatting* grup dan situs-situs *web*, yang mempopulerkan budaya perlawanan terhadap dominasi *Data as Capital*. Pembentukan dan penyolidan solidaritas pengguna internet di Periferi agar peduli dengan isu-isu Pinggiran yang sebenarnya sentral (alih-alih isu konsumsi dan rekreasi yang merupakan konstruksi Pusat) pertama-tama harus terbangun lewat komunikasi yang intensif antar sesama *bridgehead*.

Ketiga, jalan keluar praktis dapat diambil dengan mendukung terbentuknya Serikat Pengguna Internet (*data labor union*). Kecenderungan

yang ada terlihat dalam pembentukan lembaga (agensi) pengaturan di bawah PBB, yaitu ITU, yang notabene satu-satunya lembaga yang ‘berani’ melawan dominasi Amerika Serikat dalam bidang *ICTs*. Keberadaan SPI akan menaikkan daya tawar dengan korporasi-korporasi digital besar yang berperan sebagai *siren servers*. SPI sebagai Serikat dapat menyerukan kepada para anggotanya untuk melakukan ‘mogok bersama suplai data.’ Keberadaan SPI sebagai *access gateway* juga dapat secara efektif menyaring siapa-siapa saja yang berpotensi menggagalkan rencana pemogokan massal pengguna, sehingga dampak dari pemogokan untuk memperoleh posisi tawar yang menguntungkan pengguna dapat lebih meningkat. SPI juga dapat menjadi katalisator dari proses *certifying data quality* dan memandu para pengguna agar dapat terus mengembangkan potensi penghasilan mereka dengan mengolah sampah menjadi berkah digital.

Keempat, bagaimana kerangka regulasi untuk mengatasi masalah ini pada skala regional dan nasional? Pada skala Uni Eropa memang sudah ada kerangka acuan regulatoris baru terkait perlindungan data pengguna seperti GDPR (*the European General Data Protection Regulations*). Keberadaan payung aturan ini, misalnya, lebih condong membela hak kepemilikan atas data dari para pengguna yang menghasilkannya. Korporasi agregator data, dengan adanya GDPR ini, harus mengizinkan pengguna untuk memahami, menarik, dan melakukan transfer data pribadi yang mereka miliki pada kompetitor yang ada (sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya monopoli dan monopsoni data), yang ujung-ujungnya dapat menguntungkan si pencipta data (Arrieta-Ibarra, *et al.*, 2018: 41). Sayangnya, acuan hukum yang bersifat tetap seperti GDPR (yaitu RUU Perlindungan Data Pribadi¹⁹) masih belum kunjung dilegislati pemerintah dengan DPR sampai hari ini.²⁰

7. PENUTUP

Menyimak perdebatan panjang yang sudah dipaparkan dalam makalah ini tentang “Komodifikasi Pekerja Media Era Digital dalam

Kerangka *Data as Labor*” membawa kita pada kesadaran bahwa yang namanya relasi ketimpangan yang berujung pada eksploitasi terhadap kaum buruh (“proletar” dalam term Marxis) di era Ekonomi Industrial ternyata terus berlanjut sampai ke era Kapitalisme Digital (dengan paradigma dominan *Data as Capital*). Secara struktural, ketimpangan dan eksploitasi ini sudah digambarkan dengan gamblang oleh Galtung dengan analisis Pusat-Pinggiran-nya, di mana mekanisme kekerasan struktural (lewat relasi dominasi dan hegemoni) terjadi. Pada ranah analisis ekonomi politik Kapitalisme Digital, ditunjukkan juga relasi ketimpangan dan eksploitasi yang mengambil dua bentuk. Pertama pada diri pekerja ‘tradisional’ (supir, misalnya) di era digital yang pelan-pelan digeser perannya oleh keberadaan robot, *machine learning*, dan kecerdasan buatan; Kedua dalam bentuk eksploitasi data diri pengguna untuk kepentingan *profit* perusahaan *platform* digital. Sejumlah alternatif jalan keluar ditunjukkan dalam makalah ini, baik lewat adopsi teori dan metode Marxis sebagai pisau analisis, pembentukan Serikat Pengguna Internet, dan penguatan regulasi seperti GDPR dan turunannya. Kedaulatan pengguna internet terhadap data diri dan sampah digital yang dihasilkannya agar lebih bernilai produktif merupakan langkah terobosan pada aras individual yang perlu diimbangi dengan pengarusutamaan “kebijakan yang berpihak pada pengembangan ekosistem digital nasional dalam jangka pendek maupun panjang” (Sudiby, 2019: 414).

Adapun ketika persoalan *digital labor* dan *data as labor* dibaca dalam kaitannya dengan krisis yang dialami Industri Kreatif selama Wabah Covid-19 ini, terutama yang menyangkut kelangsungan hidup para pekerja digital kreatif (*digital creative workers*), terlihat jelas bahwa pergeseran tren bekerja dari kantor ke rumah (WFH) tidak dengan serta-merta membawa peningkatan kesejahteraan para pekerja digital kreatif yang memang selama ini cenderung tidak terikat pada ruang kerja bernama “kantor.” Yang ada, Covid-19 yang disikapi dengan protokol kesehatan jaga-jarak, hindari kerumunan (massa), dan pembatasan mobilitas justru menambah

beban kerja mereka “dari rumah,” misalnya soal konektivitas dan stabilitas sambungan internet untuk melangsungkan rapat-rapat virtual guna keperluan kordinasi dan lainnya, membengkaknya tagihan listrik serta air, cepat ausnya alat-alat elektronik pribadi (seperti PC, laptop juga *handphone*) dikarenakan *over-used*, dan mengaburnya pemisahan antara urusan domestik dengan profesionalisme.

Dalam arti yang terakhir ini, kritik Hesmondhalgh (2010) di atas, soal pekerja industri kreatif dalam status *freelance* (sebagai *free labor*) di era Kapitalisme Digital, masih belum terselesaikan dengan adil (sebagai sebuah nilai etis yang pokok dan mendasar) dan justru diperparah kondisinya ketika Covid-19 menghantam. Perbaikan terhadap kondisi-kondisi kerja yang dialami para pekerja digital dan mereka yang berkecimpung dalam Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif merupakan sebuah keniscayaan yang melibatkan peran serta banyak pihak pemangku kepentingan atau *multistakeholder governance*, yaitu perwakilan dari badan regulasi tingkat internasional seperti WTO dan UNCTAD, pemerintah lokal/nasional, perwakilan dari pihak pengusaha, perwakilan dari pihak serikat buruh media atau serikat pekerja media dan juga perwakilan dari Serikat Pengguna Internet), sama niscayanya dengan upaya bersama memerangi Covid-19 yang melibatkan begitu banyak pihak pemangku kepentingan.

CATATAN AKHIR

¹ Fitriani, E. (2020, 11 Maret, 09.26 WIB). Wishnutama: Industri Kreatif Jadi Penopang Ekonomi Nasional. *investor.id*. <http://brt.st/6uzm>

² Aninda, Nirmala. (2020, April 15, 08.18 WIB). IMF Prediksi Ekonomi Global Menyusut 3 Persen Tahun Ini. *Bisnis.com* (<https://kabar24.bisnis.com/read/20200415/19/1227130/imf-prediksi-ekonomi-global-menyusut-3-persen-tahun-ini>)

³ “Pertumbuhan Asia Berkembang Akan Menurun Akibat Imbas COVID-19” (<https://www.adb.org/id/news/developing-asia-growth-fall-2020-covid-19-impact>; diakses pada 27 Juli 2020, 09.14 WIB)

COVID-19 DAN KRISIS INDUSTRI KREATIF DALAM KAPITALISME DIGITAL:
KOMODIFIKASI PEKERJA MEDIA DIGITAL DALAM KERANGKA DATA AS LABOR

⁴ Andriani, Renat S. (2020, Juli 14, 08:01 WIB). Parah! Singapura Terjerumus Resesi, Kontraksi Ekonomi Capai 41,2 Persen. *Bisnis.com*. Artikel sudah tayang di <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200714/9/1265569/parah-singapura-terjerumus-resesi-kontraksi-ekonomi-capai-412-persen->

⁵ Data ini berasal dari Artikel yang dimuat di *Kompas.com* dengan judul “BPS: Ekonomi RI Bakal Alami Kontraksi di Kuartal II 2020”, <https://money.kompas.com/read/2020/06/22/141300926/bps--ekonomi-ri-bakal-alami-kontraksi-di-kuartal-ii-2020?page=all>. Penulis: Mutia Fauzia. Editor: Sakina Rakhma Diah Setiawan

⁶ Indraini, Anisa. (2020, Juli 23, 12.14 WIB). Hati-hati! RI Terancam Resesi di Kuartal III-2020. *detikFinance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5104777/hati-hati-ri-terancam-resesi-di-kuartal-iii-2020>

⁷ Webinar yang diadakan Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) bekerjasama dengan *European Creative Business Network* (ECBN), tentang “COVID-19 dan sektor budaya dan kreatif: Dampak, tanggapan berupa kebijakan dan peluang-peluang untuk bangkit setelah krisis.” Webinar diselenggarakan pada Jumat, 17 April 2020. Video diunggah ke kanal *YouTube* (<https://youtu.be/nlmafdIZ7Tc>) pada Senin, 20 April 2020. Salindia ini berasal dari menit ke-5 detik ke-10, yang merupakan materi hasil pemaparan Narasumber bernama Pier Luigi SACCO. Beliau adalah Penasihat Senior, Kepala Kantor Pengembangan Budaya dan Lokal OECD di Venesia, Italia, Profesor Ekonomi Budaya di Universitas IULM Milan; Peneliti Senior di metaLAB, Harvard, USA, dan dosen terbang di Harvard University, USA.

⁸ Salindia yang dipaparkan Pier Luigi SACCO, 2020 dalam Webinar yang diadakan OECD bekerjasama dengan ECBN tentang “COVID-19 dan sektor budaya dan kreatif: Dampak, tanggapan berupa kebijakan dan peluang-peluang untuk bangkit setelah krisis,” pada Jumat, 17 April 2020.

⁹ <https://www.oecd.org/cfe/leed/culture-webinars.htm> (diakses pada Minggu 19 Juli 2020 pukul 18.45 WIB)

¹⁰ Bagian pembahasan penulis tentang teori Galtung ini berhutang budi pada paparan dan diskusi yang diinisiasi Dr. Ade Armando pada sesi terakhir kelas Seminar Ekonomi Politik Media yang dibawakan beliau di gedung Pasca Sarjana Universitas Indonesia, IASTH Lantai 6, R. 601, Salemba, Jakarta Pusat, pada Jumat 13 Desember 2019 pukul 09.00-11.45 WIB. Segala tambahan atas catatan orisinal yang dipaparkan Dr. Ade di kelas, dan keterbatasan penafsiran yang muncul darinya, merupakan tanggungjawab penulis.

¹¹ Cetak miring ditambahkan penulis, bukan Galtung, sebagai penekanan.

¹²<https://www.weforum.org/agenda/2015/11/the-12-jobs-most-at-risk-of-being-replaced-by-robots/>

¹³<https://www.sciencealert.com/investigation-reveals-uber-s-self-driving-cars-weren-t-programmed-for-jaywalkers>

¹⁴Pokok ini sudah dielaborasi dengan cukup mendalam oleh Sudibyo (2019: 205-267) dalam bab VI “Surveillance Capitalism: Digitalisasi sebagai Rezim Pengawasan” dan bab VII “Free Online Culture: Digitalisasi sebagai Perkara Kebebasan, Keadilan, dan Pengendalian.” Penulis hanya mengambil sebagian kecil penjelasan Sudibyo dalam kedua bab ini dengan tetap merujuk pada beberapa pustaka primer yang juga diacu Sudibyo dalam bukunya.

¹⁵Sumber gambar: https://static.digg.com/images/045c3200b02145dba758fe940b8b4bd1_84efae2a55cb408cb53bfae036e5899a_1_post.jpeg

¹⁶Sumber gambar: https://static.digg.com/images/ae01e5ff38ad440da48b4ac44c2c5377_84efae2a55cb408cb53bfae036e5899a_1_post.jpeg

¹⁷Pada bagian ini, penulis mengikuti dan meringkas uraian dari Sudibyo (2019: 277-278)

¹⁸ Smythe (1977: 1) mengatakan bahwa “Komunikasi massa dan lembaga-lembaga terkait yang mengurus masalah periklanan, riset pasar, PR dan produk dan desain kemasan mewakili *a blindspot in Marxist theory* dalam budaya Eropa dan negara-negara di Atlantik. Kajian Marxisme jelas sangat kurang digunakan untuk menganalisis secara materialis gugus fungsi dari kompleksitas lembaga-lembaga yang disebut ‘industri kesadaran.’”

¹⁹<https://jurnal.ugm.ac.id/jmh/article/download/SuppFile/30855/3276> dan <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191105185253-37-112923/menkominfo-uu-perlindungan-data-pribadi-kelar-oktober-2020>

²⁰<https://katadata.co.id/hariwidowati/digital/5e9a498eada86/diteken-jokowi-ini-poin-poin-ruu-perlindungan-data-pribadi> (diakses pada 27 Juli 2020, 12.39 WIB)

DAFTAR PUSTAKA

Arrieta-Ibarra, I., Goff, L., Jiménez-Hernández, D., Lanier, J., dan Weyl, E. G. (2018). Should We Treat Data as Labor? Moving beyond “Free”. *AEA Papers and Proceedings* 2018, 108, 38–42. <https://doi.org/10.1257/pandp.20181003>

COVID-19 DAN KRISIS INDUSTRI KREATIF DALAM KAPITALISME DIGITAL:
KOMODIFIKASI PEKERJA MEDIA DIGITAL DALAM KERANGKA DATA AS LABOR

- Betancourt, M. (2015). *The Critique of Digital Capitalism: An Analysis of The Political Economy of Digital Culture and Technology*. Brooklyn, New York: punctum books.
- Cameron, N. M. S. (2017). *Will Robots Take Your Job? A Plea for Consensus*. Cambridge (UK) dan Malden, MA (USA): Polity Press.
- Dingli, A. dan Seychell, D. (2015). *The New Digital Natives: Cutting the Chord*. Heidelberg, New York, Dordrecht, London: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Dobrick, F. M., Fischer, J., dan Hagen, L. M. Tim Editor. (2018). *Research Ethics in the Digital Age: Ethics for the Social Sciences and Humanities in Times of Mediatization and Digitization*. Wiesbaden, Jerman: Springer VS.
- Elliott, D. dan Spence, E. H. (2018). *Ethics for a Digital Era*. Oxford: John Wiley & Sons Ltd.
- Fuchs, C. (2013). Class and Exploitation on the Internet. Dalam Scholz, T. Editor. *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* (211-224). New York dan London: Routledge.
- Fuchs, C. dan Mosco, V. (2016). Introduction: Marx is Back – The Importance of Marxist Theory and Research for Critical Communication Studies Today. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, V. Tim Editor. (2016). *Marx in The Age of Digital Capitalism* (1-21). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Fuchs, C. (2016). Towards Marxian Internet Studies. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, V. Tim Editor. (2016). *Marx in The Age of Digital Capitalism* (22-67). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Galtung, J. (1971). A Structural Theory of Imperialism. *Journal of Peace Research*, 8(2), 81-117. Artikel dapat diakses di <https://www.jstor.org/stable/422946>
- Graham, R. (2017). Google and advertising: digital capitalism in the context of Post-Fordism, the reification of language, and the rise of fake news. *Palgrave Communications*, 3(45), 1-19. DOI: 10.1057/s41599-017-0021-4
- Hesmondhalgh, D. (2010). User-generated content, free labour and the cultural industries. *Ephemera: theory & politics in organization*, 10(3/4), 267-284.
- Hesmondhalgh, D. & Baker, S. (2011). *Creative Labour: Media work in three cultural industries*. London dan New York: Routledge.
- Hout, W. (1993). *Capitalism and the Third World: Development, Dependence and the World System*. Aldershot, Hants (UK) dan Vermont (USA): Edward Elgar.

- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, Or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, NC: Duke University Press.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- . (2018). *The Great Shifting: Series on Disruption, Lebih Baik Pegang Kendali daripada Dikuasai*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Koloğlugil, S. (2015) Digitizing Karl Marx: The New Political Economy of General Intellect and Immaterial Labor. *Rethinking Marxism: A Journal of Economics, Culture & Society*, 27(1), 123-137. DOI: 10.1080/08935696.2014.980678
- Lanier, J. (2013). *Who Owns the Future?* New York: Simon & Schuster.
- McChesney, R. W. & Schiller, D. (2002). *The Political Economy of International Communications: Foundations for the Emerging Global Debate Over Media Ownership and Regulation*. Geneva: United Nations Research Institute for Social Development.
- McQuivey, J. (2013). *Digital Disruption: Unleashing The Next Wave of Innovation*. Las Vegas: Amazon Publishing
- Meier, W. A. (2019). Towards a policy for digital capitalism? Dalam Trappel, J. Editor. *Digital media inequalities: Policies against divides, distrust and discrimination* (265-284). Göteborg: Nordicom.
- Meier, L. M. dan Manzerolle, V. R. (2018). Rising tides? Data capture, platform accumulation, and new monopolies in the digital music economy. *New Media & Society*, 21(3), 543-561. DOI: 10.1177/1461444818800998
- Miller, Toby (2009). “From Creative to Cultural Industries: Not all industries are cultural, and no industries are creative.” *Cultural Studies*, 23(1), 88-99. <https://doi.org/10.1080/09502380802326660>
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication (2nd edition)*. London (UK) dan Thousand Oaks (USA): Sage Publication.
- Mosco, V. (2014). *To the Cloud: Big Data in a Turbulent World*. London dan New York: Routledge.
- Mosco, V. (2016a). Marx in the Cloud. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, V. Tim Editor. (2016). *Marx in The Age of Digital Capitalism* (516-535). Leiden, The Netherlands: Brill.

COVID-19 DAN KRISIS INDUSTRI KREATIF DALAM KAPITALISME DIGITAL:
KOMODIFIKASI PEKERJA MEDIA DIGITAL DALAM KERANGKA DATA AS LABOR

- Mosco, M. (2016b). Marx is Back, But Which One? On Knowledge Labour and Media Practice. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, C. Tim Editor. *Marx and The Political Economy of The Media* (23-35). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Palfrey, J. dan Gasser, U. (2008). *Born Digital: Understanding The First Generation of Digital Natives*. New York: Basic Books.
- Popkova, E. G., Ragulina, Y. V., & Bogoviz, A. V. (2019). Fundamental Differences of Transition to Industry 4.0 from Previous Industrial Revolutions. Dalam Elena G. Popkova, Yulia V. Ragulina, dan Aleksei V. Bogoviz. Tim Editor. *Industry 4.0: Industrial Revolution of the 21st Century* (21-29). Cham, Switzerland: Springer.
- Posner, E. A. dan Weyl, E. G. (2018). *Radical Markets: Uprooting Capitalism and Democracy for a Just Society*. Princeton dan Oxford: Princeton University Press.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, Digital immigrants. Dalam Bauerlein, M. Editor. *The Digital Divide* (3-11). New York: Jeremy P. Tarcher/ Penguin.
- Prodnik, J. A. (2016). 3C: Commodifying Communication in Capitalism. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, V. Tim Editor. (2016). *Marx in The Age of Digital Capitalism* (233-321). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Pun, N., Tse, T., & Ng, K. (2017). Challenging digital capitalism: SACOM's campaigns against Apple and Foxconn as monopoly capital. *Information, Communication & Society*, 22(9), 1253-1268. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1414290.
- Pupillo, L., Noam, E., dan Waverman, L. Tim Editor. (2018). *Digitized Labor: The Impact of the Internet on Employment*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan
- Sandoval, M. (2016). Foxconned Labour as the Dark Side of the Information Age: Working Conditions at Apple's Contract Manufacturers in China. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, V. Tim Editor. (2016). *Marx in The Age of Digital Capitalism* (350-395). Leiden, The Netherlands: Brill.
- San-Juan, D. M. M. (2017). Why Marx Was Right: Third World Edition. *Journal of Developing Societies*, 33(1), 1-26. DOI: 10.1177/0169796X16653333
- Schiller, H. I. (1976). Communication and Cultural Domination. *International Journal of Politics*, 5(4), 1-127. Diakses dari <http://www.jstor.org/stable/27868829>
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge, MA dan London (UK): The MIT Press.

- Scholz, T. (2013). Why Does Digital Labor Matter Now? Dalam Scholz, T. Editor. *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory* (1-9). New York dan London: Routledge.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Jenewa: World Economic Forum.
- Schwarz, O. (2019). Facebook Rules: Structures of Governance in Digital Capitalism and the Control of Generalized Social Capital. *Theory, Culture & Society*, 36(4), 117-141. <https://doi.org/10.1177/0263276419826249>
- Smythe, D. W. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory*, 1(3), 1–27.
- Sudibyo, A. (2019). *Jagat Digital: Pembebasan dan Penguasaan*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Thomas, M. Editor. (2011). *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology and the New Literacies*. London and New York: Routledge.
- Thrift, N. (2001). Perspectives on New Political Economy: Chasing Capitalism. *New Political Economy*, 6(3), 375-380. DOI: 10.1080/13563460120091360
- Towse, R. (2002). Book Review. Richard E. Caves. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press. *Journal of Political Economy*, 110(1), 234-237.
- Wasko, J. (2014). The study of the political economy of the media in the twenty-first century. *International Journal of Media & Cultural Politics*. 10(3), 259–271. doi: 10.1386/macp.10.3.259_1
- Wittel, A. (2016). Digital Marx: Toward a Political Economy of Distributed Media. Dalam Fuchs, C. dan Mosco, V. Tim Editor. (2016). *Marx in the Age of Digital Capitalism* (68-104). Leiden, The Netherlands: Brill.
- Zanoni, P. (2019). Labor Market Inclusion Through Predatory Capitalism? The “Sharing Economy,” Diversity, and the Crisis of Social Reproduction in The Belgian Coordinated Market Economy. *Work and Labor in the Digital Age: Research in the Sociology of Work*, 33, 145–164. Emerald Publishing Limited. doi:10.1108/S0277-283320190000033009
- Zuboff, S. (2015). Big other: surveillance capitalism and the prospects of an information civilization. *Journal of Information Technology*, 30(1), 75–89. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>