

Komodifikasi social media specialist dalam agensi digital = Commodification of social media specialist in digital agency / Benedictus Gemilang Adinda

Benedictus Gemilang Adinda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475743&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan informasi terkini memicu tumbuhnya industri dan profesi baru yang belum pernah ada sebelumnya, yakni industri dan pekerja kreatif berbasis digital. Akan tetapi, perkembangan industri kreatif berbasis digital ini tidak disertai dengan perancangan rencana kerja yang layak bagi para pekerjanya. Tesis ini berusaha mengekspos terjadinya eksploitasi kepada tenaga kerja di dalam industri kreatif, khususnya pekerja social media specialist di agensi digital. Eksploitasi tersebut dilakukan bersamaan dengan proses naturalisasi sehingga para pekerja tersebut tidak menyadari eksploitasi yang menimpa mereka. Tesis ini berangkat dari analisis ekonomi politik serta komodifikasi ketenagakerjaan Vincent Mosco. Tesis ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis studi kasus tunggal terhadap pekerja social media specialist di agensi digital XYZ (bukan nama sebenarnya). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam sebagai data primer dan studi dokumen sebagai data sekunder. Penelitian ini mewawancarai para pekerja social media specialist dengan tingkat jabatan yang berbeda, mulai dari tingkatan officer hingga manajerial. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan mewawancarai perwakilan dari serikat pekerja kreatif untuk memberikan gambaran yang lebih besar mengenai industri kreatif saat ini. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pekerja social media specialist di agensi digital XYZ mengalami komodifikasi ketenagakerjaan dalam bentuk eksploitasi tenaga, eksploitasi waktu, serta sejumlah pelanggaran regulasi. Selanjutnya, proses komodifikasi ini terkaburkan dengan adanya tahapan alienasi, reifikasi, mistifikasi, hingga naturalisasi sehingga praktik komodifikasi kepada pekerja kreatif di industri kreatif, khususnya pekerja social media specialist di agensi digital seringkali dianggap sebagai bentuk kewajaran.

<hr>

ABSTRACT

The latest developments in technology and information have sparked an unprecedented growth of new industries and professions, that is digital-based industry and creative workers. Then, it makes this new industry and profession as the new big thing in the job market. However, the development of this digital-based creative industry is not accompanied by the design of a decent work plan for its workers. This thesis attempts to expose the exploitation of labor in the creative industries, especially social media specialist workers in digital agencies. The exploitation is carried out simultaneously with the naturalization process so that the workers are not aware of the exploitation that befell them. This thesis departs from the analysis of political economy as well as the commodification of labor by Vincent Mosco. This thesis uses a qualitative approach with single case study analysis method to social media specialist workers in the XYZ digital agency (not the actual name/name withheld). Data collection techniques in this study are in-depth interviews as primary data and document studies as secondary data. This study interviewed social media workers with

different job titles ranging from officer/staff to managerial level. In addition, data collection is also conducted by interviewing a representative of a creative union to provide a larger picture of the creative industry today. Field research findings indicate that social media specialist workers in the XYZ digital agency experience labor commodification in the form of labor exploitation, exploitation of time, and a number of regulatory violations. Furthermore, this commodification process is obscured by the stage of alienation, reification, mystification, to naturalization so that the practice of commodification in the creative industry, especially in a digital agency is often regarded as a taken for granted.